La revue européenne des médias et du numérique

n° 59
automne 2021

Arcom

Pologne et État de droit

RGPD et autorité de contrôle *chef de file*

MÉTAVERS

Capitalisme de surveillance une autre approche

Modération des contenus sur le web

Big Tech

Chine

USA

Radio et podcast

YouTube et sexisme

ZÉRO-CLIC

http://la-rem.eu

UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

5 Nouvelle instance de régulation de la communication audiovisuelle et en ligne

8 Décret du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande

10 Responsabilité de l'éditeur d'un site en raison de « cookies » déposés par un tiers

12 Injonction à Twitter de communiquer des informations sur ses moyens de lutte contre les messages haineux et discriminatoires

14 Responsabilité du titulaire d'un compte d'un service en ligne du fait de commentaires postés par des tiers

15 Compétence d'une autorité de régulation nationale à l'égard d'un traitement de données personnelles transfrontalier

17 Protection des données personnelles en Europe : les géants du web dans la ligne de mire des autorités nationales de contrôle

20 La lutte contre les fausses informations : une mission de service public des médias audiovisuels publics allemands

22 Entre Varsovie et Bruxelles, regain de tensions autour de TVN24

25 Fiscalité internationale, fiscalité des plateformes : un accord historique ?

TECHNIQUES

30 Apple victime d'une attaque « zéro-clic »

32 Ces matières premières dites « critiques » et « stratégiques » qui composent un smartphone

34 Les *dark patterns* ou l'art de tromper l'utilisateur

36 Un ordinateur pour tous en période de pandémie

37 Dans l'Yonne, on construit sa propre connexion internet

ÉCONOMIE

39 Politico racheté par Springer

41 L'idée de payer l'information en ligne est loin d'être acquise

43 Bertelsmann poursuit sa politique de fusions en Europe

45 La migration post-Brexit des SMA

46 Radio, édition, travel retail et Vivendi : Lagardère pose des jalons

48 Le foot français à la merci d'Amazon

USAGES

51 Radio : les auditeurs passent au podcast

56 Violences et préjugés : la représentation des femmes sur YouTube

58 Technologies biométriques : un risque pour chacun d'entre nous

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

61 Australie : responsabilité des médias pour les commentaires diffamatoires postés sur leurs pages Facebook

63 L'Asie force Google et Apple à assouplir les règles de leur magasin d'applications

65 Antidystopie : le Chili veut inscrire les « neurodroits » dans sa constitution

66 Onze ans de recul des libertés sur l'internet

LES ACTEURS GLOBAUX

69 Streaming vidéo : concentration tous azimuts à Hollywood

73 États-Unis : sous pression judiciaire, Apple ouvre un peu l'App Store

74 Le géant japonais Softbank se relance

À RETENIR

77 Métavers

83 Un chiffre ou deux…

À LIRE EN LIGNE

84 Pour un usage responsable et acceptable par la société des technologies de sécurité, rapport au Premier ministre, Jean-Michel Mis, septembre 2021

86 Bâtir et promouvoir une souveraineté numérique nationale et européenne, Philippe Latombe, Assemblée nationale, juin 2021

ARTICLES & CHRONIQUES

90 Les enjeux de la modération des contenus sur le web
Romain Badouard

95 Chine / États-Unis : réguler et protéger les Big Tech
Alexandre Joux

102 Encore une autre approche du capitalisme de surveillance
Christophe Masutti

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

Romain Badouard
Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, chercheur au laboratoire CARISM de l'Institut français de presse

Nina Barbaroux-Pagonis
Doctorante à l'Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC), Aix-Marseille Université, Université de Toulon

Alexia Cappuccio
Doctorante à l'Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC), Aix-Marseille Université, Université de Toulon

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)

Christophe Masutti
Philosophe et historien des sciences et des techniques, SAGE (UMR 7363) Université de Strasbourg / Hôpitaux universitaires de Strasbourg, coadministrateur de Framasoft

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

Nouvelle instance de régulation de la communication audiovisuelle et en ligne

Loi n° 2021-1382 du 25 octobre 2021 relative à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique.

Sous un intitulé fort peu explicite, la loi du 25 octobre 2021 institue, avec l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), une nouvelle instance dite de régulation de la communication audiovisuelle et en ligne, appelée à naître de la fusion du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi).

Cette loi comporte par ailleurs, d'une façon beaucoup plus accessoire et sans lien véritable avec cet objet principal, quelques dispositions concernant la cession, par les producteurs, des droits d'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Les compétences de l'Arcom sont systématisées et étendues, du seul secteur de la communication audiovisuelle, aux services de communication au public en ligne.

De telles interventions n'auraient paru, par le passé, nécessaires et justifiées que s'agissant de la diffusion par voie hertzienne. Elle seule se heurte au nombre limité des canaux de diffusion disponibles, contrairement aux services de communication au public en ligne.

La loi du 25 octobre 2021 illustre à nouveau les défauts majeurs liés à l'inflation et à l'instabilité législatives et, en l'absence de codification du droit des médias, à la dispersion des textes, caractéristiques du droit français en vigueur en la matière. Sont encore modifiées de multiples dispositions qui sont inscrites dans les codes de la propriété intellectuelle, du sport, du cinéma et de l'image animée, de commerce, électoral, du patrimoine, des postes et des communications électroniques, et aussi dans le code général des impôts ainsi que dans de multiples lois[1].

Seules les grandes lignes de la loi d'octobre 2021 seront évoquées ici. De ses dispositions foisonnantes, il sera présenté ce qui est relatif à la composition et aux principales compétences de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

Composition de l'Arcom

Constituée de la fusion-absorption du CSA et de la Hadopi, par disparition de cette dernière, l'Arcom comprend le collège et ses agents. Le nouvel article 4 de la loi du 30 septembre 1986 dispose que l'Arcom comprend *« neuf membres »*. Son président *« est nommé par le Président de la République* […] *après avis des commissions permanentes compétentes de l'Assemblée nationale et du Sénat »*. Les présidents de l'Assemblée nationale et du Sénat désignent chacun trois membres *« sur avis conforme de la commission permanente chargée des affaires culturelles »* de leurs assemblées. Y sont désormais adjoints *« un membre en activité du Conseil d'État et un membre en activité de la Cour de cassation* […] *désignés respectivement par le vice-président du Conseil d'État et le premier président de la Cour de cassation »*.

Leur mandat est de six ans et n'est pas renouvelable. Les membres désignés par les présidents des assemblées parlementaires sont renouvelés par tiers tous les deux ans. En outre, diverses dispositions prévoient que soit assurée la parité femmes-hommes.

Dans sa première composition, le collège de l'Arcom rassemblera, à partir du 1er janvier 2022, les sept membres actuels du CSA auxquels seront donc adjoints les deux magistrats. S'agissant de son fonctionnement, l'Autorité ne pourra délibérer que si au moins six de ses membres sont présents et à la majorité des membres présents, le président ayant une voix prépondérante en cas de partage égal des voix.

Compétences de l'Arcom

Au titre des compétences de l'Arcom, il convient de tenter d'en dégager les domaines et les moyens d'intervention puisque, aux pouvoirs que détenait le CSA, s'ajoutent notamment ceux qui appartenaient à la Hadopi.

Domaines d'intervention

Les domaines d'intervention de la nouvelle instance de régulation comprennent la tutelle des entreprises et activités du secteur des médias audiovisuels et, pour partie, du secteur de la communication au public en ligne, ainsi que le respect des droits de propriété intellectuelle par les services de communication au public en ligne. Sont ainsi regroupées et élargies les compétences que détenaient le CSA et la Hadopi.

Certains des pouvoirs que détenait le CSA, aux termes de la loi du 30 septembre 1986 ou de divers autres textes, en matière de tutelle de la communication audiovisuelle sont étendus, au profit de l'Arcom, aux plateformes de partage de vidéos. Y sont ajoutés quelques points particuliers.

L'Arcom se voit ainsi attribuer de nouvelles compétences techniques en matière d'*« expérimentation de la diffusion de programmes de télévision en ultra haute définition par voie hertzienne terrestre »*.

S'agissant du respect des droits de propriété intellectuelle, les dispositions du code de la propriété intellectuelle, de portée alors limitée à certaines pratiques de téléchargement, qui étaient jusqu'ici relatives à la Hadopi, visent désormais l'Arcom, dont les compétences en la matière sont élargies.

L'Arcom assure ainsi une mission de protection des œuvres et des objets auxquels sont attachés un droit d'auteur, un droit voisin ou un droit d'exploitation audiovisuelle *« à l'égard des atteintes à ces droits commises sur les réseaux de communications électroniques utilisés pour la fourniture de services de communication au public en ligne »*. L'Autorité *« mène des actions de sensibilisation et de prévention »*, ainsi qu'une *« mission d'encouragement au développement de l'offre légale et d'observation de l'utilisation licite et illicite des œuvres et objets protégés »* et *« une mission de régulation et de veille dans le domaine des mesures techniques de protection et d'identification des œuvres et des objets protégés »*.

Dans le code du sport, sont également introduites des dispositions relatives à la *« lutte contre la retransmission illicite des manifestations et compétitions sportives »*. Outre les compétences plus normalement attribuées, à cet égard, au juge judiciaire, les agents de l'Arcom peuvent être amenés à constater de telles violations.

Moyens d'intervention

Les moyens d'intervention dont dispose l'Arcom sont destinés à lui permettre d'assumer cette double mission de tutelle des entreprises et activités de communication audiovisuelle et de protection des droits de propriété intellectuelle.

Aux mesures nouvelles relatives à la tutelle des entreprises et activités de communication audiovisuelle par l'Arcom, la loi d'octobre 2021 ajoute quelques réformes concernant le statut même de ces entreprises.

Sont modifiées certaines des dispositions de l'article 41 de la loi du 30 septembre 1986 relatives aux limites à la concentration dans le secteur de la radiotélévision. Le seuil des populations desservies par une même société titulaire de différentes autorisations d'exploitation de services de radiodiffusion par voie hertzienne passe de 150 à 160 millions d'habitants. S'agissant de services de télévision diffusés par voie hertzienne en mode numérique autres que nationaux, le seuil des populations desservies du fait des autorisations accordées à une même société passe de 12 à 19 millions d'habitants. Il y est par ailleurs prévu que ces seuils seront réévalués tous les cinq ans, en fonction de l'évolution de la population.

Les modifications essentielles concernent les modalités d'exercice du pouvoir de contrôle et de sanction dont l'Arcom dispose à l'égard de ces entreprises et activités. Cela concerne les capacités d'enquête de ses agents ; la détermination des pénalités contractuelles dont elle peut faire usage pour assurer le respect des obligations conventionnelles qui pèsent sur ces entreprises ; la possibilité de décider de la publication des sanctions prononcées, tant à l'égard des entreprises du secteur privé que du secteur public de la communication audiovisuelle ; la sanction susceptible d'être prononcée en cas de manquement à l'obligation de contribution au développement de la production cinématographique et audiovisuelle.

Pour l'exercice de ses missions de protection des droits de propriété intellectuelle, l'Arcom dispose d'agents assermentés notamment habilités à *« constater les faits susceptibles de constituer des infractions »* aux droits d'auteur, aux droits voisins et aux droits d'exploitation audiovisuelle des manifestations et compétitions sportives *« commis sur les réseaux de communications électroniques utilisés pour la fourniture de services de communication au public en ligne »*.

En la matière, l'Arcom pourra rendre publique *« l'inscription sur une liste du nom et des agissements de ceux des services de communication au public en ligne »* dont il a été constaté qu'ils *« portaient atteinte, d'une manière grave et répétée, aux droits d'auteur ou aux droits voisins »*.

Comme ils pouvaient précédemment le faire auprès de la Hadopi, les utilisateurs ou les titulaires de droits d'auteur ou de droits voisins peuvent saisir l'Arcom en cas de litige sur les suites données, par un fournisseur de service de partage de contenus en ligne, à la plainte des utilisateurs concernant le maintien du blocage ou du retrait d'une œuvre ou d'un objet protégé.

Aux termes d'une disposition nouvelle du code de la propriété intellectuelle, lorsqu'une décision judiciaire a ordonné une *« mesure propre à empêcher l'accès à un service de communication au public en ligne »*, l'Arcom, *« saisie par un titulaire de droits partie à la décision judiciaire, peut demander à toute personne visée par cette décision* […] *d'empêcher l'accès à tout service de communication au public en ligne reprenant* […] *le contenu du service »* en

cause. Il y est ajouté que ladite autorité *« peut également demander à tout exploitant de moteur de recherche, annuaire ou autre service de référencement, de faire cesser le référencement des adresses électroniques donnant accès à ces services de communication au public en ligne »*.

La loi du 25 octobre 2021 suscite des regrets à l'égard d'incessantes modifications législatives partielles de dispositions éparses. Celles-ci contribuent à l'instabilité du droit qui, se limitant à des mesures de détail, est souvent en retard sur l'évolution des techniques et leurs usages. En quoi, avec l'Arcom, l'instauration d'une instance dite de régulation nouvelle est-elle nécessaire ? À l'ère numérique, ne serait-il pas plus simple et plus efficace de soumettre désormais l'ensemble des médias à un seul et même régime, qui pourrait être fortement allégé, et au seul contrôle des juges ? La liberté de communication en serait mieux assurée.

ED

Source :

1 Lois n° 49-956 du 16 juillet 1949, n° 77-729 du 7 juillet 1977, n° 86-1067 du 30 septembre 1986, n° 89-25 du 17 janvier 1989, n° 2004-575 du 21 juin 2004, n° 2010-788 du 12 juillet 2010, n° 2010-838 du 23 juillet 2010, n° 2013-907 du 11 octobre 2013, n° 2017-55 du 20 janvier 2017, n° 2018-1202 du 22 décembre 2018, n° 2020-766 du 24 juin 2020, n° 2020-936 du 30 juillet 2020, n° 2021-1104 du 22 août 2021.

Décret du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande

Obligations des SMAD concernant la production et la diffusion des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, ainsi qu'en matière de communication commerciale.

Le décret n° 2021-793, du 22 juin 2021, relatif aux services de médias audiovisuels à la demande, dits SMAD (incluant les services de vidéo à la demande par abonnement, payants à l'acte ou gratuits, et les services de télévision de rattrapage, relevant de la compétence de la France ou étrangers visant la France), détermine leurs obligations en matière de soutien aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles (contribution à la production et offre de ce type d'œuvres) et de communication commerciale (publicité, parrainage et téléachat), pratiquement de même nature que celles qui s'imposent aux sociétés de programme de télévision.

Pris pour l'application de l'article 33-2 de la loi n° 86-1067, du 30 septembre 1986, relative à la liberté de communication (audiovisuelle), tel que modifié par l'ordonnance n° 2020-1642, du 21 décembre 2020, portant transposition de la directive (UE) 2018/1808, du 14 novembre 2018, modifiant la directive 2010/13/UE visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, dite directive « Services de médias audiovisuels » (SMA), il se substitue au précédent décret n° 2010-1379, du 12 novembre 2010, qui avait le même objet.

Soutien aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles

Le soutien des SMAD aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles prend la double forme d'une *« contribution au développement de la production »* et *« d'offre et de mise en valeur effective de ces œuvres »*.

Le décret pose que *« les éditeurs des services de médias audiovisuels à la demande établis en France* […] *dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 1 million d'euros concluent avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel »* une convention *« dont l'objet est de préciser leurs*

obligations en matière notamment de contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles » et *« d'offre et de mise en valeur effective de ces œuvres »*.

S'agissant des *« éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande qui ne sont pas établis en France et ne relèvent pas de la compétence de la France »* mais qui *« visent le territoire français »*, il est posé qu'ils *« peuvent conclure »* avec le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) une telle convention et que, *« à défaut »*, le CSA *« leur notifie* […] *les modalités de leur contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles »*.

Il est indiqué que sont considérées notamment comme constituant *« des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française les sommes consacrées : 1° À l'achat de droits d'exploitation pour lequel l'engagement contractuel est signé avant la date du début des prises de vues d'une œuvre cinématographique ou avant la fin de la période de prise de vues d'une œuvre audiovisuelle* […] *; 2° À l'investissement en parts de producteur pour lequel l'engagement contractuel est signé »* dans les mêmes conditions ; *«* […] *4° Au financement de travaux d'écriture et de développement ;* […] *6° Au doublage, au sous-titrage et à la promotion des œuvres* […] *; 7° Au financement de la formation des auteurs* […] *; 8° À la sauvegarde, la restauration ou la mise en valeur des œuvres du patrimoine cinématographique et audiovisuel d'expression originale française »*.

Le décret détermine, selon les services, la part de chiffre d'affaires qu'ils doivent consacrer *« au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes ou d'expression originale française »* et à la *« production indépendante »*.

D'autres dispositions concernent *« l'offre et la mise en valeur effective d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et d'expression originale française »*. Elle est, comme pour les sociétés de programme de télévision, fixée à *« 60 % pour les œuvres européennes »* et à *« 40 % pour les œuvres d'expression originale française »*.

Communication commerciale

Les dispositions du décret relatives à la communication commerciale au sein des SMAD concernent la publicité, le téléachat et le parrainage.

S'imposent à eux les dispositions du décret n° 92-280, du 27 mars 1992, fixant, pour la télévision, *« les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat »*.

En matière particulièrement de *« parrainage »*, en sont pratiquement reprises et adaptées les dispositions dudit décret commun d'origine s'agissant de la définition des opérations de parrainage et des obligations qui s'imposent à elles.

Y est considérée comme constituant *« un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande, de fourniture de plateformes de partage de vidéos ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels à la demande ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits »*.

S'agissant des obligations qui s'imposent aux SMAD parrainés, le décret, comme le texte de référence, pose que *« 1° Leur contenu ne peut, en aucun cas, être influencé par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale de l'éditeur du service ; 2° Ils n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de produits ou de services* […] *; 3° Le parrainage doit être clairement identifié en tant que tel* […] *d'une manière adaptée au programme au début, à la fin ou pendant celui-ci »*.

Pour autant qu'il soit justifié d'imposer aux services de médias audiovisuels à la demande, et notamment à *« ceux qui ne sont pas établis en France et ne relèvent pas de la compétence de la France »* mais qui *« visent le territoire français »*, des obligations identiques, et parfois de portée et d'application bien complexe, à celles qui s'imposent aux services de télévision en matière de soutien aux œuvres cinématographiques

et audiovisuelles et de communication commerciale, plutôt que l'élaboration d'un décret spécifique aux SMAD comportant des répétitions d'apparence assez inutiles ou des renvois partiels à un texte préexistant, n'aurait-il pas été préférable de fusionner l'ensemble de ces dispositions dans un seul texte à la formulation simplifiée et au contenu allégé ?

ED

Responsabilité de l'éditeur d'un site en raison de « cookies » déposés par un tiers

Commission nationale de l'informatique et des libertés, Délibération SAN-2021-013 du 27 juillet 2021.

Par sa délibération SAN-2021-013, du 27 juillet 2021, la formation restreinte de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), investie, en application de la loi n° 78-17, du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, d'un pouvoir de sanction, a prononcé, à l'encontre de la société du Figaro, une sanction administrative d'un montant de 50 000 euros, pour faits d'atteinte au droit des personnes à la protection de leurs données personnelles, en raison de « cookies », ou témoins de connexion, à finalité publicitaire, devant notamment permettre la diffusion de publicités ciblées et donc d'une plus grande efficacité, déposés sur son site d'information en ligne, par un tiers, en l'absence de consentement des internautes utilisateurs ou en violation de leur opposition.

Dispositions en vigueur

Aux termes de l'article 82 de ladite loi de janvier 1978 révisée, *« tout abonné ou utilisateur d'un service de communications électroniques doit être informé de manière claire et complète* […] *par le responsable du traitement* […] *: 1° De la finalité de toute action tendant à accéder, par voie de transmission électronique, à des informations déjà stockées dans son équipement terminal de communications électroniques, ou à inscrire des informations dans cet équipement ; 2° Des moyens dont il dispose de s'y opposer. Ces accès ou inscriptions ne peuvent avoir lieu qu'à condition que l'abonné ou la personne utilisatrice ait exprimé, après avoir reçu cette information, son consentement* […]. *Ces dispositions ne sont pas applicables si l'accès aux informations stockées dans l'équipement terminal de l'utilisateur ou l'inscription d'informations* […] *: 1° Soit, a pour finalité exclusive de permettre ou faciliter la communication par voie électronique ; 2° Soit, est strictement nécessaire à la fourniture d'un service de communication en ligne à la demande expresse de l'utilisateur ».*

Mention est faite, dans ladite délibération, de ce que cette disposition constitue l'exacte transposition en droit interne de l'article 5 §3 de 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.

L'article 16 de la même loi de 1978 révisée dispose que *« la formation restreinte »* de la Cnil *« prend les mesures et prononce les sanctions à l'encontre des responsables de traitements* […] *qui ne respectent pas les obligations découlant du Règlement (UE) 2016/679, du 27 avril 2016 »* (dit RGPD) et de la présente loi dans les conditions prévues par ses articles 20 à 23 relatifs aux *« mesures correctrices et sanctions »*.

Parmi les sanctions susceptibles d'être ainsi prononcées, l'article 20 de cette loi envisage qu'elle puisse prendre la forme d'*« une amende administrative ne*

pouvant excéder 10 millions d'euros ou, s'agissant d'une entreprise, 2 % du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'exercice précédent, le montant le plus élevé étant retenu ». Elle est bien moindre en l'espèce.

Application au cas d'espèce

En cette affaire, la société du Figaro, sur la base de ces dispositions et en dépit de ses contestations, a été sanctionnée par la Cnil en raison de « cookies » implantés, sur son site, par certains de ses partenaires commerciaux, afin de prélever, à usage publicitaire, des informations personnelles concernant les internautes utilisateurs, sans le consentement de ces derniers.

Pour s'opposer à l'exercice du pouvoir de sanction de la Cnil, la société du Figaro a commencé par tenter de faire valoir que *« les règles en matière de cookies et les responsabilités des différents acteurs qui y sont liées »* ne seraient *« pas suffisamment claires pour engager directement une procédure de sanction »*. Selon elle, cela aurait nécessité que lui soit préalablement adressée une *« mise en demeure de corriger les manquements »* qui lui étaient reprochés.

À cet argument, la Cnil oppose le fait que, *« dans sa décision n° 2018-765, du 12 juin 2018, le Conseil constitutionnel n'a pas émis de réserve s'agissant de la possibilité, pour le président de la Cnil, d'engager une procédure de sanction sans mise en demeure préalable »*, et que le Conseil d'État a jugé qu'il *« résulte clairement [des dispositions de l'article 20 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée] que le prononcé d'une sanction par la formation restreinte de la Cnil n'est pas subordonné à l'intervention préalable d'une mise en demeure du responsable du traitement »* (CE, 9 octobre 2020, Sté SERGIC, n° 433311).

La formation restreinte de la Cnil souligne ensuite que les pratiques reprochées en l'espèce *« ont été continuellement considérées comme non conformes par la Cnil et que l'existence d'une responsabilité de l'éditeur du site a fait l'objet d'une décision du Conseil d'État qui précise le périmètre de cette responsabilité »* – CE, 6 juin 2018, Éditions Croque Futur, n° 412589.

La société du Figaro tentait, par ailleurs, de faire valoir que la *« procédure de sanction violerait le principe de légalité des délits et des peines, garanti par l'article 8 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, dès lors qu'il n'existe aucune doctrine de la Cnil ou de l'ensemble des régulateurs européens sur la répartition des responsabilités entre les éditeurs de site et les émetteurs de cookies tiers »*.

En réponse, la formation restreinte, se référant notamment à l'arrêt précité du Conseil d'État, du 6 juin 2018, rappelle que, *« au titre des obligations qui pèsent sur l'éditeur d'un site qui dépose des "cookies tiers", figurent celle de s'assurer auprès de ses partenaires, d'une part, qu'ils n'émettent pas, par l'intermédiaire de son site, des traceurs qui ne respectent pas la réglementation applicable en France et, d'autre part, celle d'effectuer toute démarche utile auprès d'eux pour mettre fin à des manquements »*. Elle ajoute avoir déjà *« adopté des sanctions pécuniaires »*, dont elle donne les références, *« à l'encontre d'éditeurs de site pour des faits relatifs aux opérations de lecture et/ou d'écriture d'informations, y compris par des tiers, dans le terminal des utilisateurs visitant leur site »*. En conséquence, elle retient, à la charge de la société du Figaro, *« une obligation de moyen de s'assurer que ses partenaires n'émettent pas, par l'intermédiaire de son site, des cookies en violation de la réglementation applicable »*.

Considérant que *« les amendes administratives doivent être dissuasives mais proportionnées »*, compte tenu du manquement reproché et du chiffre d'affaires de la société, la Cnil fixe, en l'espèce, le montant de l'amende à 50 000 euros. Elle décide, de plus, de *« rendre publique, sur le site de la Cnil et sur le site de Légifrance, sa délibération, qui »* – au nom du dit *« droit à l'oubli »* au respect duquel, s'agissant des personnes physiques, veille la même autorité – *« n'identifiera plus nommément les sociétés à l'expiration d'un délai de deux ans à compter de sa publication »*.

La protection des données personnelles nécessite que soit engagée la responsabilité de tous ceux qui contribuent aux atteintes qui y sont portées. En dépit notamment des compétences techniques spécialisées qu'exige la résolution de ces affaires, et quelles que soient les garanties de procédure désormais offertes, cela justifie-t-il cependant que l'exercice du pouvoir de sanction pour non-respect des obligations, qui relève normalement de la compétence des juges, soit confié à une autorité administrative telle la formation restreinte de la Cnil ? Cela se fait, il est vrai, avec possibilité de recours devant le Conseil d'État.

ED

Injonction à Twitter de communiquer des informations sur ses moyens de lutte contre les messages haineux et discriminatoires

Tribunal judiciaire de Paris, 6 juillet 2021, n° 20/53181.

Par une décision du 6 juillet 2021, n° 20/53181, le juge des référés du Tribunal judiciaire de Paris a ordonné à la société Twitter International Company (Twitter) de communiquer aux différentes associations de lutte contre le racisme et autres formes de discrimination (SOS Racisme-Touche pas à mon pote, SOS Homophobie, Licra, AIPJ, UEJF, MRAP) qui en ont fait la demande, dans la perspective d'une éventuelle action en justice, des informations sur les moyens qu'elle met en œuvre pour lutter contre les messages haineux et discriminatoires dont elle assure l'hébergement.

Dispositions applicables

Deux séries de dispositions ont encadré cette décision du Tribunal. L'article 6.I.2 et 3 de la loi n° 2004-575, du 21 juin 2004, pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) pose que *« les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par les destinataires de ces services »* (ainsi sont définis ou au moins décrits les hébergeurs) *« ne peuvent pas voir leur responsabilité »* civile et pénale *« engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible »*.

Posant pour principe que ces personnes *« ne sont pas soumises à une obligation générale de surveiller les informations qu'elles* […] *stockent, ni à une obligation générale de rechercher des faits ou des circonstances révélant des activités illicites »*, l'article 6.I.7 de ladite loi ajoute cependant que, *« compte tenu de l'intérêt attaché à la répression de l'apologie des crimes contre l'humanité, de l'incitation à la haine raciale* […] *ainsi que des atteintes à la dignité humaine »*, les fournisseurs d'hébergement de services de communication au public en ligne, tel Twitter, *« doivent concourir à la lutte contre la diffusion des infractions »* de cette nature. À ce titre, ils *« doivent mettre en place un dispositif facilement accessible et visible permettant à toute personne de porter à leur connaissance ce type de données et rendre publics les moyens qu'*[ils] *consacrent à la lutte contre les activités illicites »*. Obligation leur est également faite *« d'informer promptement les autorités publiques compétentes de toutes activités illicites »* de ce type *« qui leur seraient signalées et qu'exerceraient les destinataires de leurs services »*. Il est ajouté que *« tout manquement »* à ces obligations est passible de peine.

Dans des dispositions relatives aux *« décisions ordonnant des mesures d'instruction »*, l'article 145 du Code de procédure civile prévoit que, *« s'il existe un motif légitime de conserver ou d'établir avant tout procès la preuve de faits dont pourrait dépendre la solution d'un litige, les mesures d'instruction admissibles peuvent être ordonnées à la demande de tout intéressé, sur requête ou en référé »*. Ces dispositions fondent la décision rendue en l'espèce.

Application des dispositions

Envisageant d'engager une action en justice, à l'encontre de Twitter, pour manquements à ses obligations de lutte contre les messages haineux et discriminatoires, telles que définies par l'article 6.I.7 de la loi du 21 juin 2004, diverses associations visant cet objectif ont, sur la base de l'article 145 du Code de procédure civile, saisi le juge des référés afin de se constituer ainsi les moyens de preuve des faits reprochés.

Avant de se prononcer, le juge saisi a fait mention de différents arrêts de la Cour de cassation encadrant le recours à cette procédure. Ceux-ci posent notamment que *« les mesures d'instruction sollicitées doivent être suffisamment circonscrites dans le temps et dans leur objet* […]

et proportionnées au but probatoire poursuivi »; qu'elles *« doivent être ciblées et ne pas excéder la preuve que requiert le litige potentiel en vue duquel la mesure est sollicitée »*; que celle-ci doit *« reposer sur des faits précis, objectifs et vérifiables, qui permettent de projeter ce litige futur comme plausible et crédible »*; que, *« si le demandeur à la mesure d'instruction n'a pas à démontrer la réalité des faits qu'il allègue, il doit justifier d'éléments rendant crédibles ces suppositions, ne relevant pas de la simple hypothèse, en lien avec un litige potentiel futur dont l'objet et le fondement juridique sont suffisamment déterminés et dont la solution peut dépendre de la mesure d'instruction, la mesure demandée devant être pertinente et utile »*; que *« les mesures d'instruction devant être circonscrites dans le temps et dans leur objet et proportionnées à l'objectif poursuivi, il incombe, dès lors, au juge de vérifier si la mesure ordonnée est nécessaire à l'exercice du droit à la preuve du requérant et proportionnée aux intérêts antinomiques en présence »*; et que *« le juge doit limiter le choix de la mesure à ce qui est suffisant pour la solution du litige »*.

Pour soutenir leur demande, les associations à l'initiative de cette procédure ont fait état *« de nombreux messages racistes, homophobes et antisémites échangés sur le réseau d'information Twitter avec des demandes de retrait non satisfaites promptement »*. À titre d'exemple, il a été mentionné que, sur une période de six semaines, sur plus de 1 100 tweets haineux signalés, Twitter n'en a supprimé promptement que 12 %; que, sur une autre période de cinq semaines, seuls 9 % des tweets problématiques dénoncés par les utilisateurs ont été supprimés; que, en trois jours, seuls 28 des 70 tweets haineux notifiés ont été retirés par Twitter au bout de quarante-huit heures.

Dans ce contexte et ces conditions, le juge saisi a considéré que, en l'espèce, *« la demande de communication de pièces doit être regardée comme utile dès lors qu'elle a pour objet de permettre »* aux associations demanderesses *« de connaître, d'une part, les moyens mis en œuvre par Twitter pour respecter les obligations mises à sa charge par la loi, et notamment le nombre de personnes physiques chargées d'une mission de modération des propos échangés sur Twitter, d'autre part, le nombre de signalements effectués auprès de ses services de messages racistes, homophobes, antisémites et de retraits subséquents »*, et que *« ces informations sont de nature à permettre »* auxdites associations *« d'apprécier les chances de succès du procès au fond qu'elles envisagent d'initier »*.

En conséquence, il a été ordonné à Twitter de communiquer, aux associations demanderesses, les éléments suivants: *« tout document administratif, contractuel, technique ou commercial relatif aux moyens matériels et humains mis en œuvre* […] *pour lutter contre la diffusion des infractions d'apologie de crimes contre l'humanité, l'incitation à la haine raciale, à la haine à l'égard de personnes à raison de leur sexe, de leur orientation ou identité sexuelle, l'incitation à la violence, notamment l'incitation aux violences sexuelles et sexistes, ainsi que des atteintes à la dignité humaine »*; *« le nombre, la localisation, la nationalité, la langue des personnes affectées au traitement des signalements provenant des utilisateurs de la plateforme française »*; *« le nombre des signalements provenant des utilisateurs de la plateforme française de ses services, en matière d'apologie des crimes contre l'humanité et d'incitation à la haine raciale, les critères et le nombre des retraits subséquents »*; et *« le nombre d'informations transmises aux autorités publiques compétentes, en particulier au Parquet* […] *au titre de l'apologie des crimes contre l'humanité et l'incitation à la haine raciale »*.

Début octobre 2021, Twitter a fait appel de l'ordonnance de référé. Celui-ci n'est cependant pas suspensif de son exécution. Sa non-exécution dans le délai prescrit entraînerait la radiation de l'appel.

L'injonction adressée, par le juge, à Twitter semble porter sur des points qui vont bien au-delà des obligations de réaction des hébergeurs aux signalements de contenus litigieux qui peuvent leur être faits (voir *supra*). Les contrôles sollicités par des individus ou des associations risquent d'ouvrir dangereusement la voie à des formes de censure privée contraire au principe de liberté de communication. Pour en prémunir, le législateur a posé pour principe que les hébergeurs ne sont pas soumis *« à une obligation générale de surveiller les informations »* qu'ils *« stockent, ni à une obligation générale de rechercher des faits ou des circonstances révélant des activités illicites »*. Les exceptions n'ont pas vocation à devenir la règle.

ED

Responsabilité du titulaire d'un compte d'un service en ligne du fait de commentaires postés par des tiers

CEDH, 2 septembre 2021, Sanchez c. France, n° 45581/15.

Par un arrêt du 2 septembre 2021, Sanchez c. France, n° 45581/15, la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) confirme la décision rendue par les juridictions françaises qui ont considéré que, en sa qualité de producteur du site, le titulaire d'un compte d'un service de communication au public en ligne peut être tenu pour responsable de commentaires, constitutifs d'abus de la liberté d'expression (messages à caractère haineux et discriminatoire), postés par des tiers si, dès qu'il en a eu connaissance, il n'a pas procédé à leur retrait.

C'est essentiellement par référence aux dispositions du droit (distinct) de l'Union européenne, relatives à la définition et à la responsabilité des hébergeurs, qu'a été retenue, par la CEDH, la responsabilité de celui que, pour parvenir au même résultat, les juridictions françaises ont, dans cette affaire, pourtant qualifié de producteur.

La directive 2000/31/CE, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information et notamment le commerce électronique dans le marché intérieur, transposée en droit français par la loi n° 2004-575, du 21 juin 2004, pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), dispose, en son article 14, à propos des hébergeurs, que *« les États membres veillent à ce que, en cas de fourniture d'un service de la société de l'information consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service, le prestataire ne soit pas responsable des informations stockées à la demande d'un destinataire du service à condition que : a) le prestataire n'ait pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicite et* […] *de faits ou de circonstances selon lesquels l'activité ou l'information illicite est apparue, ou b) le prestataire, dès le moment où il a eu de telles connaissances, agisse promptement pour retirer les informations ou rendre l'accès à celles-ci impossible »*. Cela signifie que, dans le cas contraire, la responsabilité des hébergeurs peut être engagée.

En cette affaire, la Cour européenne relève que le titulaire du compte *« ne s'est pas vu reprocher l'usage de son droit à la liberté d'expression* […] *mais son manque de vigilance et de réaction concernant certains commentaires publiés »* par des tiers.

Elle retient que, alors que l'auteur d'un des messages litigieux l'avait de lui-même immédiatement retiré, un autre des commentaires, faute d'avoir été retiré par le détenteur du compte, était encore visible près de six semaines après sa publication.

Elle ajoute que l'intéressé *« n'a pas été poursuivi en lieu et place »* des auteurs des commentaires en cause, mais en qualité de titulaire du compte. Elle estime que cela implique, pour lui, *« des obligations spécifiques, en particulier lorsque »*, comme en l'espèce, il *« décide de ne pas faire usage de la possibilité qui lui est offerte d'en limiter l'accès, choisissant, au contraire, de le rendre accessible à tout public »*.

L'arrêt estime que, au vu des circonstances spécifiques de cette affaire, la décision des juridictions françaises de condamner le titulaire du compte, *« faute, pour celui-ci, d'avoir promptement supprimé les propos illicites publiés par des tiers* […] *reposait sur des motifs pertinents et suffisants »*, et que, *« dès lors, l'ingérence litigieuse »*, que constitue la condamnation prononcée par les juridictions françaises, *« peut passer pour "nécessaire dans une société démocratique" »*. En conséquence, il conclut qu'*« il n'y a pas eu violation de l'article 10 de la Convention »* de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales qui consacre la *« liberté d'expression »*, tout en admettant, en son paragraphe 2, que des *« restrictions »* puissent y être apportées, visant notamment à *« la protection de la réputation ou des droits d'autrui »*, à laquelle peut être rattachée la lutte contre les messages haineux et discriminatoires, cause de la condamnation prononcée en l'espèce.

ED

Compétence d'une autorité de régulation nationale à l'égard d'un traitement de données personnelles transfrontalier

Litige opposant Facebook Ireland Ltd, Facebook Inc. et Facebook Belgium BVBA à l'autorité belge de protection des données à caractère personnel – CJUE, 15 juin 2021, C-645/19.

La dimension internationale ou transfrontière des réseaux de communication électronique pose des questions relatives à la détermination du droit qui leur est applicable et des autorités administratives et judiciaires nationales compétentes pour y veiller. Le droit européen s'efforce de résoudre les difficultés susceptibles d'apparaître, à cet égard, entre les États membres en confiant la compétence de principe à une *« autorité de contrôle chef de file »* déterminée en fonction du lieu d'implantation de l'établissement principal responsable du traitement.

Répondant à une question préjudicielle soulevée par les juridictions belges à l'occasion d'un litige opposant les sociétés Facebook Ireland Ltd, Facebook Inc. et Facebook Belgium BVBA à l'autorité belge de protection des données à caractère personnel dont elles contestaient la compétence, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), dans un arrêt du 15 juin 2021, C-645/19, fixe, dans le respect des dispositions du règlement (UE) du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (RGPD) et dans le respect de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, les conditions de détermination de la compétence d'une des autorités de régulation nationale à l'égard d'un traitement de données personnelles transfrontalier tel que celui mis en œuvre par le réseau social prélevant, notamment à des fins commerciales, des informations sur les usages qu'en font ses utilisateurs, sans le plein consentement de ces derniers.

La complexité de la question, découlant de celle de la formulation des dispositions en cause, nécessitait l'éclairage et l'interprétation de la Cour de justice.

Dispositions en cause

Mention est d'abord faite, par l'arrêt de la CJUE, de différents considérants du RGPD selon lesquels : *« Afin d'assurer un niveau cohérent et élevé de protection des personnes physiques et de lever les obstacles aux flux de données à caractère personnel au sein de l'Union européenne, le niveau de protection des droits et des libertés des personnes physiques à l'égard du traitement de ces données devrait être équivalent dans tous les États membres. Il convient dès lors d'assurer une application cohérente et homogène des règles de protection des libertés et droits fondamentaux des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel dans l'ensemble de l'Union. »*

À cette fin, il y est posé qu'*« il y a lieu que les autorités de contrôle surveillent l'application des dispositions en vertu du présent règlement et contribuent à ce que cette application soit cohérente dans l'ensemble de l'Union »*.

Dans un chapitre du règlement relatif aux *« autorités de contrôle indépendantes »*, il est posé, en son article 51, que *« chaque État membre prévoit qu'une ou plusieurs autorités publiques indépendantes sont chargées de surveiller l'application du présent règlement »* ; que *« chaque autorité de contrôle contribue à l'application cohérente du présent règlement dans l'ensemble de l'Union »* ; et que, *« à cette fin, les autorités de contrôle coopèrent entre elles »*.

S'agissant de la *« compétence »* de ces autorités, l'article 55 du règlement dispose que *« chaque autorité de contrôle est compétente pour exercer les missions et les pouvoirs dont elle est investie* […] *sur le territoire de l'État membre dont elle relève. »*

Considérant le caractère transfrontalier de certains traitements de données, l'article 56, relatif à la compétence de *« l'autorité de contrôle chef de file »*, énonce que *« l'autorité de contrôle de l'établissement principal ou de l'établissement responsable du traitement* […] *est compétente pour agir »*, en concertation avec les autres autorités nationales éventuellement compétentes, *« en tant qu'autorité de contrôle chef de*

file concernant le traitement transfrontalier effectué par le responsable du traitement ».

La mise en œuvre de ces dispositions est susceptible d'être source de difficultés et de conflits, chaque autorité nationale tentant, en violation des principes ainsi énoncés, d'étendre son propre champ de compétence, au détriment d'une autre.

Interprétation de la Cour de justice

En la présente espèce, l'action entreprise par l'autorité belge de protection des données personnelles visait, par la saisine des juridictions nationales, à mettre un terme à ce qu'elle considérait comme constituant une *« violation grave et à grande échelle, par Facebook, de la législation en matière de protection de la vie privée consistant en la collecte, par ce réseau social en ligne, d'informations sur le comportement de navigation »* des internautes.

Le tribunal belge saisi par ladite autorité nationale s'est déclaré compétent pour statuer sur *« l'action en cessation, en tant qu'elle visait Facebook Ireland, Facebook Inc. et Facebook Belgium »* et, du fait des manquements constatés, a enjoint ces différentes sociétés *« de cesser, à l'égard de tout internaute établi sur le territoire belge, de placer, sans son consentement, des cookies sur le dispositif qu'il utilise lorsqu'il navigue sur une page internet du nom de domaine Facebook.com ou qu'il aboutit sur le site d'un tiers »*.

Sur appel des sociétés Facebook, la juridiction saisie a considéré que se posait la question de savoir si l'autorité belge de contrôle pouvait *« agir contre Facebook Belgium, dès lors que Facebook Ireland a été identifiée comme étant la responsable du traitement des données concernées »*, rendant l'autorité irlandaise de protection des données seule compétente.

Ont ainsi été posées à la Cour de justice les questions préjudicielles visant à ce qu'il soit déterminé : si les dispositions du RGPD doivent être interprétées en ce sens qu'une autorité de contrôle ne peut être considérée comme compétente *« en ce qui concerne un traitement de données transfrontalier si elle n'est pas l'autorité de contrôle chef de file »* ; si la réponse est *« différente si le responsable dudit traitement de données transfrontalier n'a pas son établissement principal dans cet État membre mais y a un autre établissement »* et si l'autorité de contrôle nationale dirige son action *« contre l'établissement principal du responsable du même traitement de données transfrontalier plutôt que contre l'établissement qui se trouve dans son propre État membre »*.

À ces différentes questions, la CJUE répond notamment que, en application du RGPD, *« une autorité nationale de contrôle d'un État membre* […] *peut exercer ce pouvoir en ce qui concerne un traitement de données transfrontalier, alors qu'elle n'est pas l'autorité de contrôle chef de file* […] *pour autant que ce soit dans l'une des situations »* où le RGPD *« confère à cette autorité de contrôle une compétence pour adopter une décision constatant que ledit traitement méconnaît les règles qu'il contient »* ; que, *« en cas de traitement de données transfrontalier, l'exercice du pouvoir d'une autorité de contrôle d'un État membre, autre que l'autorité de contrôle chef de file* […] *ne requiert pas que le responsable du traitement* […] *dispose d'un établissement principal ou d'un autre établissement sur le territoire de cet État membre »* ; que *« le pouvoir d'une autorité de contrôle d'un État membre, autre que l'autorité de contrôle chef de file* […] *peut être exercé tant à l'égard de l'établissement principal du responsable du traitement qui se trouve dans l'État membre dont relève cette autorité, qu'à l'égard d'un autre établissement de ce responsable »*, s'agissant d'un *« traitement de données effectué dans le cadre des activités de cet établissement »*.

L'incertitude liée à la détermination, par le RGPD, de l'autorité nationale de contrôle compétente s'agissant de traitements de données à caractère transfrontalier justifiait, face à la complexité des formulations et des situations, que la CJUE soit saisie de questions préjudicielles visant à éclairer la juridiction belge.

ED

Source :

– « Protection des données : le maillon faible irlandais », Damien Leloup, *Le Monde*, 14 septembre 2021.

Protection des données personnelles en Europe : les géants du web dans la ligne de mire des autorités nationales de contrôle

Amazon, TikTok et WhatsApp ont été respectivement condamnés au Luxembourg, aux Pays-Bas et en Irlande pour non respect de la législation européenne.

« *Les autorités chargées de la protection des données ont usé de manière équilibrée des pouvoirs renforcés qui leur sont conférés en ce qui concerne l'application de mesures correctrices.* »[1] L'actualité récente semble faire écho à l'appréciation ainsi portée par la Commission européenne, en juin 2020, sur l'application, depuis son entrée en vigueur le 25 mai 2018, du règlement général sur la protection des données (RGPD) du 27 avril 2016[2].

Entre juillet et septembre 2021, les autorités de contrôle de trois États membres de l'Union européenne ont successivement infligé de lourdes amendes administratives à trois acteurs majeurs du numérique, pour violation de la réglementation européenne sur la protection des données. Le 15 juillet 2021, la Commission nationale de protection des données (CNPD) luxembourgeoise a condamné la société Amazon Europe Core à payer une amende d'un montant record de 746 millions d'euros[3]. Le 22 juillet 2021, la Commission à la protection des données (CBP) des Pays-Bas a prononcé une amende de 750 000 euros à l'encontre de la plateforme TikTok. Le Commissaire irlandais à la protection des données (DPC) a enfin, le 2 septembre 2021, infligé une amende de 225 millions d'euros à l'application de messagerie WhatsApp. Cette succession de sanctions infligées aux grands acteurs du numérique traduit l'indéniable efficacité du système européen de protection des données personnelles. Mais elle révèle aussi les inévitables imperfections du mécanisme de cohérence dans l'application du règlement par les autorités nationales de contrôle.

Efficacité du système européen de protection des données personnelles

Les condamnations récemment prononcées par les autorités de contrôle luxembourgeoise, néerlandaise et irlandaise à l'encontre de trois géants du numérique constituent autant d'illustrations de l'exercice, par ces autorités, du pouvoir qui leur a été attribué par le RGPD de sanctionner les manquements. Elles témoignent aussi de l'efficacité de la procédure de coopération et d'assistance mutuelle mise en œuvre entre ces autorités.

Exercice du pouvoir de sanction par les autorités nationales de contrôle

À la différence de la directive antérieure[4] qui laissait aux États membres le soin de déterminer les sanctions applicables aux manquements à la protection des données personnelles, l'article 83 RGPD donne aux autorités nationales de contrôle le pouvoir d'imposer, à titre de sanctions des violations des dispositions du règlement, des amendes administratives *« pouvant s'élever jusqu'à 20 000 000 EUR ou, dans le cas d'une entreprise, jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'exercice précédent, le montant le plus élevé étant retenu »*. C'est sur le fondement de cette disposition qu'ont été prononcées les trois sanctions évoquées.

L'amende de 746 millions d'euros infligée à Amazon par la CNPD luxembourgeoise revêt, à cet égard, un caractère exemplaire et marque, par son exceptionnel montant, une indéniable évolution dans l'application du RGPD. Cette sanction n'est pas la première prononcée contre la société Amazon pour violation du RGPD. La formation restreinte de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) l'avait déjà condamnée, le 7 décembre 2020[5], au paiement d'une amende de 35 millions d'euros pour violation de la réglementation sur les cookies. Mais la sanction prononcée par la CNPD reste la plus lourde amende infligée à un responsable de traitement depuis l'entrée en vigueur du RGPD.

Plus modeste, l'amende de 750 000 euros infligée à TikTok par la Commission à la protection des données des Pays-Bas sanctionne la violation de la protection des données personnelles pour les enfants que la

plateforme, dont les conditions d'utilisation ne sont disponibles qu'en anglais, ne met pas en situation d'effectuer un choix libre quant à l'utilisation de leurs données. Dans un communiqué[6], la CBP a estimé que, *« en ne proposant pas sa déclaration de confidentialité en néerlandais, TikTok n'a pas fourni d'explication adéquate sur la façon dont l'application collecte, traite et utilise les données personnelles »*.

Quant à la condamnation de WhatsApp par le Commissaire irlandais à la protection des données, elle sanctionne la violation des obligations de transparence à l'égard des utilisateurs de la messagerie et des tiers, en raison du caractère incomplet de la politique de confidentialité de l'application, tant en ce qui concerne le partage des données des utilisateurs que l'aspiration de leurs répertoires téléphoniques au détriment des tiers. Dans cette affaire, la sanction de 50 millions d'euros initialement envisagée par l'autorité irlandaise a été portée à 225 millions d'euros après l'intervention du Comité européen de la protection des données, l'organe de collaboration entre autorités nationales de contrôle, institué par l'article 68 RGPD, qui prouve ainsi son efficacité. Il en est de même du mécanisme dit « de guichet unique » et de la procédure de coopération mise en place entre les autorités nationales de contrôle.

Coopération entre autorités nationales de contrôle

La décision prise contre Amazon par la CNPD luxembourgeoise résulte de la mise en œuvre du mécanisme dit « de guichet unique » et de la procédure de coopération entre autorités de contrôle prévus par le RGPD. En l'espèce, l'association La Quadrature du net avait, juste après l'entrée en vigueur du RGPD, fin mai 2018, déposé à la Cnil une plainte visant collectivement Amazon, Facebook, Apple, Microsoft et Google et invoquant l'absence de consentement libre des internautes à la collecte de leurs données personnelles par ces différentes sociétés.

En application du mécanisme dit « de guichet unique » institué par l'article 56 RGPD, la plainte visant Amazon, dont le siège européen est situé au Luxembourg, a été renvoyée par la Cnil à la CNPD luxembourgeoise. Dans le souci de garantir l'effectivité de la protection des données personnelles des citoyens européens et d'assurer une application uniforme du RGPD dans les différents États membres, son article 56 donne en effet compétence à une *« autorité de contrôle chef de file »* pour contrôler les traitements transfrontaliers de données effectués par un responsable de traitement. L'autorité « chef de file » désignée est, selon cette disposition, *« l'autorité de contrôle de l'établissement principal ou de l'établissement unique du responsable de traitement »*. La Cnil a donc logiquement transmis à l'autorité luxembourgeoise la plainte déposée contre Amazon et au régulateur irlandais les plaintes formées contre Facebook, Apple, Microsoft et Google, dont les sièges européens sont situés en Irlande.

Conformément à la procédure de *« coopération entre l'autorité de contrôle chef de file et les autres autorités de contrôle concernées »*, mise en place par l'article 60 RGPD et à l'assistance mutuelle entre ces autorités imposée par son article 61, la Cnil a coopéré avec la CNPD luxembourgeoise pendant toute la durée de la procédure. Les plaintes transmises par la Cnil au Commissaire irlandais à la protection des données n'ont, en revanche, fait encore l'objet d'aucune décision.

Imperfections du mécanisme de contrôle de la cohérence dans l'application du RGPD

Tout en illustrant l'effectivité de la mise en œuvre des droits reconnus aux citoyens européens à l'égard des responsables de traitement de leurs données personnelles, les trois condamnations récemment prononcées par les autorités de contrôle luxembourgeoise, néerlandaise et irlandaise n'en soulignent pas moins, sinon les imperfections du RGPD, les difficultés de son application uniforme dans l'ensemble des pays de l'Union. La mise en œuvre du mécanisme de cohérence entre autorités de contrôle se heurte encore aux disparités des législations nationales relatives à la publication des décisions de ces autorités et aux divergences de leurs pratiques respectives.

Disparités des législations nationales relatives à la publication des décisions de sanction

Dans son chapitre VI relatif aux *« autorités de contrôle indépendantes »*, le RGPD édicte un certain nombre de

règles concernant leur indépendance, leurs *« compétence, missions et pouvoirs »* et le statut de leurs membres. L'article 54 laisse néanmoins aux États membres le soin de fixer les *« règles relatives à l'établissement de l'autorité de contrôle »*. L'harmonisation des législations nationales réglementant le fonctionnement de ces autorités semble encore insuffisante pour permettre une application uniforme des dispositions du RGPD, notamment en ce qui concerne la publication des décisions de sanction.

En France, la formation restreinte de la Cnil peut décider, dès leur notification au responsable de traitement, de rendre publiques ses décisions de sanctions sur le site internet de la Commission et sur le site Légifrance[7]. Au Luxembourg, en revanche, la CNPD se refuse à publier, avant l'épuisement des voies de recours, les décisions de condamnation adoptées. Ce n'est qu'après l'annonce faite par Amazon, le 30 juillet 2021, de sa condamnation par la CNPD et de sa volonté de faire appel de cette sanction, considérée comme *« sans fondement »*, que la Commission luxembourgeoise s'est résolue à diffuser, le 6 août 2021, un bref communiqué sur la décision rendue. Sans faire état des motifs de la condamnation, la CNPD se contente d'y *« confirmer que sa formation restreinte a rendu une décision le 15 juillet 2021 concernant Amazon Europe Core S.à r.l dans le cadre du mécanisme européen de coopération et de cohérence tel que prévu par l'article 60 du RGPD »*. Elle rappelle que l'obligation au secret professionnel, imposée à ses agents par une loi du 1er août 2018[8], *« l'empêche de communiquer en détail sur un dossier spécifique »* et que la publication des décisions peut être ordonnée à titre de sanction complémentaire. La décision prise contre Amazon en juillet 2021 n'a donc fait l'objet d'aucune diffusion publique, ce qui ne permet pas de connaître le fondement de la condamnation prononcée et les dispositions du RGPD dont la violation a été sanctionnée. Cela fait nécessairement obstacle à l'élaboration d'une véritable « doctrine » commune aux différentes autorités nationales de contrôle dans l'application du Règlement.

Divergences des pratiques respectives des autorités nationales de contrôle

Les divergences existant entre les pratiques respectives des autorités nationales de contrôle des vingt-sept États membres ne facilitent pas non plus l'application cohérente du RGPD dans l'ensemble de l'Union européenne. L'autorité irlandaise est, en particulier, la cible de critiques régulières. Il lui est reproché à la fois la lenteur du processus de traitement des plaintes et son insuffisante sévérité à l'égard des Gafam, dont un certain nombre sont établis en Irlande.

Les plaintes formées par la Quadrature du net contre Facebook, Apple, Microsoft et Google ont été transmises par la Cnil au DPC irlandais mais n'ont encore donné lieu à aucune décision. De façon plus générale, les décisions de sanction émanant de l'autorité irlandaise sont très rares. À ce jour, la seule condamnation prononcée par cette autorité est une amende de 450 000 euros, infligée à Twitter en décembre 2020 pour défaut de notification d'une fuite de données personnelles.

Au-delà du cadre juridique contraignant mis en place par le RGPD pour assurer la protection des données personnelles en Europe, l'effectivité de ce droit fondamental des citoyens nécessite encore un effort d'harmonisation entre les autorités nationales de contrôle et, comme l'écrit la Commission européenne dans son rapport d'évaluation, *« le développement d'une véritable culture commune en matière de protection des données »*.

AG

Sources :

1 Communication de la Commission au Parlement européen et au Conseil, « La protection des données : un pilier de l'autonomisation des citoyens et de l'approche de l'Union à l'égard de la transition numérique – deux années d'application du règlement général sur la protection des données », COM (2020), 264 final, eur-lex.europa.eu, 24 juin 2020.

2 Règlement (UE) 2016/769 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE, *JOUE* L 119, eur-lex.europa.eu, 4 mai 2016.

3 CNPD, « Décision concernant Amazon Europe Core S.à r.l. », cnpd.public.lu/fr/, 6 août 2021.

4 Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, *JOCE* n°L 281/45, 23 novembre 1995.

5 Délibération de la formation restreinte n° SAN-2020-013 du 7 décembre 2020 concernant la société Amazon Europe Core, legifrance.gouv.fr/cnil.

6 Cité par *Le Figaro* avec Agence France Presse, « Données personnelles d'enfants : 750 000 euros d'amende pour TikTok aux Pays-Bas », lefigaro.fr, 22 juillet 2021.

7 Article 70 du Règlement intérieur de la Cnil, cnil.fr.

8 Loi du 1er août 2018 portant organisation de la Commission nationale pour la protection des données et mise en œuvre du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 […], legilux.public.lu.

La lutte contre les fausses informations : une mission de service public des médias audiovisuels publics allemands

Valider une hausse symbolique du montant de la redevance afin de consacrer l'indépendance des médias publics face au pouvoir politique.

Par une décision du 5 août 2021, la Cour constitutionnelle fédérale (Bundesverfassungsgericht) qui siège à Karlsruhe (Bade-Wurtemberg) valide une augmentation de 86 centimes sur la contribution payée mensuellement par les foyers allemands pour financer le secteur public de l'audiovisuel, en considérant que les médias audiovisuels publics allemands doivent disposer des moyens suffisants pour lutter contre les fausses informations.

Au-delà de cette hausse symbolique, la décision des juges constitutionnels allemands rappelle, conformément à la jurisprudence (voir *La rem* n°48, p.18), l'importance de l'audiovisuel public et conforte ainsi la légitimité du modèle allemand. La Cour réaffirme l'indépendance des médias audiovisuels publics à l'égard des pouvoirs politiques et consacre la spécificité de leurs missions – en matière de lutte contre les fausses informations, en particulier.

Hausse symbolique de la contribution audiovisuelle

L'origine du litige soumis à la Cour est la décision prise, en février 2020, par la Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) – commission indépendante chargée, depuis 2013, de fixer le montant de la contribution audiovisuelle –, en passant de 17,50 euros à 18,36 euros par mois, soit de 210 euros à 220,32 euros par an. Cette augmentation envisagée de 86 centimes par mois était modeste et très inférieure à celle de 1,84 euro réclamée par les médias publics eux-mêmes. L'ampleur politique et juridictionnelle prise par le débat sur la hausse de la redevance allemande pourrait donc paraître disproportionnée.

Cette hausse n'en a pas moins suscité de vives protestations politiques, au regard notamment du montant déjà élevé de la contribution audiovisuelle et des critiques récurrentes formulées contre les médias publics allemands. L'Allemagne, où la contribution au financement de l'audiovisuel public rapporte chaque année environ 8 milliards d'euros, figure en effet parmi les pays d'Europe dont les redevances audiovisuelles

sont les plus élevées. Le montant annuel de la contribution allemande par foyer dépasse très largement celui de la contribution à l'audiovisuel public français, fixé à 138 euros en 2021, pour un budget prévisionnel total de 3,7 milliards d'euros[1]. Le coût élevé et l'inadaptation des programmes des médias publics allemands sont régulièrement dénoncés, tout comme le caractère obsolète d'un modèle fondé sur le financement public des médias et considéré comme susceptible de nuire à leur indépendance.

Indépendance des médias audiovisuels publics

La question, soumise à la Cour, de la constitutionnalité en ce qui concerne l'augmentation du montant de la contribution audiovisuelle, soulevait nécessairement celle de l'indépendance des médias audiovisuels publics allemands à l'égard des pouvoirs politiques locaux. Consacrée par la constitution allemande, l'indépendance des médias audiovisuels publics est supposée être garantie, en Allemagne, à la fois par l'organisation structurelle de ces médias en trois grandes entités (ARD[2], ZDF[3] et Deutschlandradio) et par l'attribution à une commission indépendante du pouvoir de fixer le montant de la redevance. Ce montant doit néanmoins faire l'objet d'une validation par les différents parlements régionaux.

En l'espèce, c'est précisément le refus du Land de Saxe-Anhalt, en décembre 2020, d'approuver l'augmentation de la redevance décidée par la KEF, qui est à l'origine du litige soumis à la Cour constitutionnelle par les trois grands médias publics allemands. Tout en validant l'augmentation de la redevance, la Cour réaffirme, dans sa décision du 5 août 2021, l'indépendance des médias audiovisuels publics allemands, en interdisant aux Länder de s'opposer, pour des motifs politiques, au financement de la radio et de la télévision publique, sous peine de porter atteinte à leur liberté. Pour les juges, ce financement public ne remet pas en cause l'indépendance des médias audiovisuels publics à l'égard des pouvoirs politiques. Mais il justifie que leur soient confiées des missions spécifiques et, en particulier, une obligation renforcée en matière de lutte contre les fausses informations.

Contribution des médias publics à la lutte contre les fausses informations

Pour valider l'augmentation, même modérée, de la redevance audiovisuelle, la Cour rappelle que, dans un contexte médiatique marqué *« d'une part par des flux d'informations complexes et multiples, de l'autre par les positions unilatérales, les bulles de filtrage, les fausses informations et les* deepfakes *»*, les médias audiovisuels publics ont une *« importance grandissante »*. Il est donc nécessaire de leur donner les moyens de remplir leur mission et, plus précisément, de présenter *« la vérité grâce à des informations authentifiées, recherchées avec sérieux, et qui permettent de différencier les faits des opinions, en ne laissant pas le sensationnalisme prendre le dessus »*. En d'autres termes, c'est le rôle spécifique du secteur public de l'audiovisuel en matière de lutte contre les fausses informations qui justifie, selon les juges, l'augmentation des moyens financiers qui lui sont alloués.

La vérification des informations et la mise en place de procédés de *fact checking* supposent la mobilisation de moyens matériels et humains qui ont effectivement un coût important. Mais l'argument retenu par la Cour pour justifier l'augmentation de la redevance paraît néanmoins quelque peu fallacieux. La lutte contre la diffusion de fausses informations est une obligation juridique et déontologique à laquelle sont tenus tous les médias, publics comme privés. Dans la loi française du 30 septembre 1986, par exemple, *« l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information et des programmes qui y concourent »* s'imposent, sous le contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel, à l'ensemble des médias audiovisuels publics ou privés. Toutes les chaînes de radios généralistes à vocation nationale et les télévisions hertziennes qui diffusent des émissions d'information politique et générale doivent se doter d'un *« comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes »*, notamment chargé de veiller au respect de ces principes.

On peut ainsi se demander si le devoir qui incombe aux médias audiovisuels publics allemands de fournir au public des informations fiables, sérieuses et vérifiées, ne constitue pas le moyen, en justifiant l'augmentation de la redevance, de donner à l'État allemand les

ressources nécessaires pour financer, de façon plus générale, l'augmentation prévue du budget de l'audiovisuel public, qui devrait atteindre 1,5 milliard d'euros entre 2021 et 2024.

La décision des juges de Karlsruhe n'en présente pas moins l'incontestable mérite de souligner la nécessité, pour les médias audiovisuels bénéficiaires d'un financement public, de proposer une information et des programmes différents ou d'une qualité supérieure à celle des programmes offerts par les médias privés, qui ne bénéficient pas d'un tel financement. Il en va de la légitimité du secteur public de l'audiovisuel et, par là même, de son existence et de sa pérennité. La question sera, à n'en pas douter, au cœur de la réforme de l'audiovisuel public français, qui, bien que reportée à plusieurs reprise, devrait voir le jour aprés la création par la loi du 25 octobre 2021 de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom, voir *supra*). Le modèle allemand de « redevance universelle », indépendante de la détention d'un poste de télévision, pourrait aussi inspirer la réforme de la contribution à l'audiovisuel public français et, en particulier de son assiette, pour tenir compte des différents modes d'accès numérique aux médias publics.

AG

Sources :

1 Projet de loi de finances pour 2021 : Médias, livre et industries culturelles, Sénat, Rapport n° 138, 19 novembre 2020.

2 ARD : *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen RundfunkAnstalten der Bundesrepublik Deutschland* (Communauté de travail des établissements de radiodiffusion de droit public de la République fédérale d'Allemagne).

3 ZDF : *Zweites Deutsches Fernsehen* (deuxième télévision allemande).

Entre Varsovie et Bruxelles, regain de tensions autour de TVN24

Condamné par Bruxelles le 16 septembre 2021 pour *« détérioration continue de la liberté des médias et de l'État de droit en Pologne »*, Varsovie renouvelle finalement son autorisation d'émettre à la chaîne télévisée TVN24 après dix-neuf mois d'attente.

Le 10 août 2021, la Diète, chambre basse du Parlement polonais, a voté une loi sur l'audiovisuel dite « Lex TVN », qui limite à 49 % l'acquisition de médias polonais par des entités non européennes. Officiellement, le gouvernement explique qu'il s'agit d'empêcher la Russie et la Chine d'étendre leur influence sur le pays. Officieusement, la chaîne d'information indépendante TVN24, propriété du groupe américain Discovery, est particulièrement visée pour ses prises de position jugées trop critiques à l'égard du PiS (Prawo i Sprawiedliwość – Droit et justice, en français), parti du gouvernement ultra-conservateur au pouvoir depuis 2015.

« Lex TVN », texte révélateur des fragilités de l'État de droit en Pologne

Alors que la loi devait être votée au cours de la semaine du 9 août 2021, la révolte a gagné les rangs du gouvernement. Jarosław Gowin, vice-président du conseil des ministres, fondateur du parti libéral-conservateur Alliance et membre de la coalition gouvernementale, est démis de ses fonctions la veille du scrutin par le Premier ministre. L'ex-vice-président du Conseil, en désaccord depuis des mois avec le parti Droit et justice (PiS) au sujet d'une grande réforme économique à venir, s'est également opposé au projet de loi qui, selon lui, menace la liberté de parole en Pologne.

Suite à cela et malgré le retrait d'une partie du gouvernement, la Diète adopte la loi contraignant le groupe américain Discovery à devenir minoritaire dans le capital de la chaîne télévisée TVN24, faute de quoi elle devra cesser d'émettre.

Ce passage en force du parti Droit et justice au nom de la lutte contre de présumées ingérences étrangères met en danger le pluralisme des médias en Pologne au regard de Bruxelles. Dans une résolution adoptée le 16 septembre 2021 par 502 voix pour, 149 contre et 36 abstentions, le Parlement européen s'oppose à cette tentative de réduire au silence les contenus critiques, considérant qu'elle va à l'encontre du droit européen et du droit international.

Si la France dispose également d'une réglementation qui limite à 49 % la part qu'une même personne peut détenir dans le capital d'un service national de télévision dont l'audience moyenne annuelle dépasse 8 % de l'audience TV totale, la nuance est de taille avec la Pologne quant à l'autorité administrative qui régule l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle. À Paris, c'est le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) qui s'en charge : une autorité publique indépendante composée de six membres choisis par le président de l'Assemblée nationale et le président du Sénat, et une septième personne désignée par le président de la République.

À Varsovie, le Conseil national de la radiodiffusion (KRRiT) a été créé sur le modèle du CSA, avec des membres nommés par la Diète, le Sénat et le président de la République à égale proportion. Mais les membres du KRRiT sont très proches du gouvernement, les instances politiques étant contrôlées majoritairement par le PiS, ce qui inquiète l'Union européenne. En sus, l'indépendance du KRRiT, contrairement à son homologue français, n'est pas explicitement reconnue comme valeur indispensable à son bon fonctionnement. La confiance des Polonais dans leur instance de régulation des médias est ainsi très faible : d'après le rapport spécial de l'Eurobaromètre sur « Le pluralisme des médias et de la démocratie » (2016), 28 % des personnes interrogées font confiance au KRRiT, et 58 % considèrent qu'il ne s'agit pas d'une instance indépendante et libre des pressions politiques, gouvernementales et économiques. Ces résultats classent la Pologne parmi les quatre États de l'Union européenne où la population a le moins confiance en l'autorité de régulation des médias.

La mise en garde de Bruxelles, justifiée par le manque d'émancipation de l'organisme chargé de délivrer les licences, aura finalement poussé, une semaine plus tard, le président Andrzej Duda à opposer son véto à la version actuelle de l'amendement. Le KRRiT, lui, a renouvelé le droit d'émettre à la chaîne TVN24 tout en demandant plus de clarté au Tribunal constitutionnel polonais afin de trancher sur l'avenir de celle-ci. En effet, la chaîne est détenue par un groupe américain, donc hors de l'espace économique européen, mais elle est contrôlée par une société intermédiaire enregistrée aux Pays-Bas.

La loi dite « Lex TVN » s'inscrit dans la stratégie du gouvernement polonais visant à restreindre les contre-pouvoirs que sont la justice et les médias. La réforme de l'audiovisuel en août 2021 intervient quelques mois après que le gouvernement ait annoncé la création d'une taxe sur les revenus publicitaires – mesure dénoncée comme une grave menace pour la presse indépendante, laquelle en guise de protestation avait imprimé des encarts noirs à la place des articles dans ses éditions durant l'hiver 2020-2021. Une autre illustration de l'ingérence de l'État dans les médias est l'acquisition du groupe de presse Polska par la compagnie pétrolière d'État PKN Orlen, opération approuvée par l'autorité de concurrence, mais contestée par le médiateur polonais faute d'éléments garantissant l'absence de conséquences d'une telle transaction sur la liberté de la presse.

Dans le domaine de la justice, une réforme de 2017 a permis au parti au pouvoir de créer une chambre disciplinaire de la Cour suprême destinée à superviser les juges polonais – une chambre capable de statuer sur la réduction de leur salaire ou la levée de leur immunité. Varsovie explique ainsi vouloir mettre un terme à l'héritage communiste dans le système judiciaire.

Près de quatre ans plus tard, le 14 juillet 2021, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) ordonne à la

Pologne de faire cesser immédiatement les activités de la chambre disciplinaire en l'absence de garantie sur son impartialité et son indépendance. La CJUE estime que la réforme judiciaire de 2017 est incompatible avec les règles de droit qui s'appliquent au sein de l'Union européenne.

Le bras de fer permanent entre Varsovie et Bruxelles est fortement lié à la définition même de l'État de droit. En filigrane, cette question est redondante pour la Pologne, comme l'illustrent ses tentatives de réformes de la justice et des médias. Elle vise toujours à savoir qui, de la justice polonaise ou européenne, l'emporte sur l'autre. Si les fondements démocratiques de l'Union européenne sont pourtant clairs quant à la primauté du droit, la Pologne est suspectée d'en contourner souvent l'esprit. Dernière illustration en date : les déclarations du 7 octobre 2021 du Tribunal constitutionnel polonais, proche du gouvernement national-conservateur, selon lesquelles les organes de l'Union européenne fonctionnent en dehors des compétences qui leur sont confiées, rendant définitivement incompatibles les traités européens et la Constitution polonaise, car sapant de fait la souveraineté du pays.

Le seul moyen de pression reste la sanction financière. Ce mécanisme de condamnation, adopté difficilement par les Vingt-Sept en décembre 2020, n'intègre pas le pluralisme des médias – rouage pourtant fondamental d'une démocratie – dans la définition de l'État de droit. La présidente de la Commission européenne, Ursula von der Leyen, a promis pour 2022 une législation européenne sur la liberté des médias. Sanctionner financièrement Varsovie sur le cas de TVN24 était donc complexe, mais le mécanisme de condamnation s'applique à ce qui concerne la justice. C'est la raison pour laquelle l'exécutif européen a annoncé, le 7 septembre 2021, avoir saisi la CJUE afin d'imposer des astreintes quotidiennes à la Pologne tant que cette dernière n'aura pas définitivement dissous sa chambre disciplinaire. Le 16 octobre 2021, le chef de la majorité polonaise Jarosław Kaczyński a renouvelé sa promesse tenue début août de supprimer la chambre controversée d'ici à la fin de l'année. Malgré cette annonce, tardive et sans réelle mise en œuvre jusqu'ici, la Cour de justice de l'Union européenne a décidé depuis le 27 octobre d'appliquer une astreinte quotidienne de 1 million d'euros à l'encontre de Varsovie tant que son gouvernement n'aura pas entièrement et durablement suspendu l'activité de la chambre disciplinaire.

Entre les atteintes à la liberté de la presse, la mainmise sur les médias ou la remise en cause de l'indépendance des juges, Varsovie se trouve régulièrement pointée du doigt pour non-respect des règles de l'Union européenne. Finalement, et pour justifier les nuances entre souveraineté et État de droit, l'Union publie, depuis 2020, un rapport annuel évaluant le respect de l'État de droit dans les États membres. Les pays d'Europe centrale et de l'Est y sont particulièrement ciblés pour leur non-conformité. Une façon, aussi, de rappeler au gouvernement de ces pays que chacun doit essentiellement s'appuyer sur le même socle juridique que son voisin.

De Varsovie à Budapest, le journalisme en péril

Sous les oripeaux d'un affrontement culturel, Varsovie s'est fait un allié : Budapest. Les pays ont été tous deux sanctionnés d'une procédure d'infraction par la Commission européenne en juillet 2021 pour leurs réglementations discriminatoires envers les personnes LGBT+. Un autre point sur lequel les deux voisins sont complices : leur stratégie pour fragiliser le pluralisme des médias – notamment en privant les journaux qui dérangent des ressources émanant de la publicité institutionnelle ou en rachetant divers organes de presse. En Hongrie, désormais, il ne reste qu'une chaîne de télévision indépendante, RTL, et un seul quotidien d'opposition, *Nespszava*.

Le cas de TVN24 est ainsi particulièrement significatif du recul du quatrième pouvoir en Europe centrale. À titre de comparaison, Klubradio, principale radio privée indépendante en Hongrie, a cessé d'émettre le 14 février 2021 après près plus de vingt ans d'existence – dont la moitié entachée par des entraves administratives. Le coup fatal porté à cette radio avec le non-renouvellement de sa licence par l'Autorité nationale des médias et des communications (NMHH) chargée par Viktor Orban de superviser le secteur, qui l'accuse de *« multiples violations du code des médias »*,

n'est pas sans rappeler ce qui a menacé TVN24. Et si Varsovie suit le même chemin, la liberté du journalisme et le pluralisme des médias, aussi essentiels l'un comme l'autre dans une démocratie digne de ce nom, sont en danger.

N B-P

Sources :

- « L'indépendance des autorités de régulation des médias en Europe », IRIS Spécial, Observatoire européen de l'audiovisuel, www.obs.coe.int, 2019.
- « Hongrie : fin de transmission pour la station indépendante Klubradio », Jordan Dutrueux, *La Croix*, 10 février 2021.
- « En Europe centrale, la presse oppressée », Nelly Didelot, *Libération*, 9 mars 2021.
- « Règles européennes liées à l'État de droit : "La Hongrie et la Pologne ont peu de chances de succès" », Sébastien Grob, *Marianne*, 12 mars 2021.
- « État de droit 2021 : dans son rapport, l'UE relève des évolutions positives mais signale aussi des préoccupations graves », Europa.eu, 20 juillet 2021.
- « En Pologne, de nouvelles menaces pour la liberté de la presse », Intérim, *Le Monde*, 12 août 2021.
- « Justice : Bruxelles réclame des sanctions financières contre Varsovie », Karl De Meyer, *Les Échos*, 7 septembre 2021.
- « RSF déclare "l'état d'urgence de la liberté de la presse" en Pologne », *RSF*, 13 septembre 2021.
- « Pologne : les attaques contre les médias et l'ordre juridique de l'UE doivent cesser », communiqué de presse, europarl.europa.eu, 16 septembre 2021.
- « Rule of Law Report Country Chapter on the rule of law situation in Poland », rapport PDF, Europa.eu, September 20, 2021.
- « Polish broadcast regulator approves licence for U.S.-owned broadcaster », Alicja Ptak, Reuters, September 22, 2021.
- « EU says risk to media freedom in Poland persists despite TVN move », Gabriela Baczynska, Reuters, September 23, 2021.
- « "Polexit" : six questions sur le bras de fer entre la Pologne et l'Union européenne », Fabien Cazenave, *Ouest France*, 8 octobre 2021.
- « Programme de travail de la Commission pour 2022 », European Commission, Europa.eu, October 19, 2021.
- « État de droit : la Pologne frappée au portefeuille par la Cour de justice de l'Union européenne », Jakub Iwaniuk, *Le Monde*, 28 octobre 2021.

Fiscalité internationale, fiscalité des plateformes : un accord historique ?

L'OCDE conclut sur un impôt minimal mondial, mettant fin à quarante ans de dérégulation. Rendu possible par le revirement américain, l'accord est favorable aux Big Tech, même s'ils devront payer plus d'impôts.

750 millions d'euros : le seuil s'impose comme celui de toutes les contraintes, en contrepartie d'un environnement fiscal stabilisé. Ce seuil n'est pas neutre : à partir de 750 millions d'euros, les entreprises sont soumises au régime fiscal réformé qui a été négocié à l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économique) en ce qui concerne le taux d'impôt minimal. À 750 millions d'euros, il caractérise aussi les entreprises assujetties à l'obligation de transparence fiscale dans le projet de directive européenne dite CbCR (Country by Country Reporting – déclaration pays par pays).

Ce projet, lancé en 2016 et longtemps différé, a pour objectif principal de rendre publiques les informations concernant la localisation des activités et des bénéfices des plus grandes entreprises européennes, notamment la partie des bénéfices déclarés dans les paradis fiscaux (voir *La rem* n°33, p.12). Le blocage est venu des entreprises elles-mêmes, inquiètes à juste titre de cette transparence qui divulgue des éléments de leur

stratégie, quand leurs concurrentes non européennes ne seront pas soumises à la même contrainte. Le blocage est venu aussi et surtout des pays européens qui pratiquent le dumping fiscal au détriment de leurs partenaires : l'Irlande, Malte et le Luxembourg sont les principaux opposants au projet de directive CbCR. Toutefois, le 1er juin 2021, le Conseil et le Parlement européens sont parvenus à un accord sur la directive qui devra s'appliquer en 2023. Pour parvenir à cet accord, les inquiétudes des grandes entreprises européennes ont été entendues et la transparence fiscale ne s'appliquera qu'aux seules activités dans les pays européens et à celles logées dans la liste des paradis fiscaux que l'Union européenne établit. Ce compromis est présenté comme acceptable puisque 80 % des 50 milliards d'euros qui échappent à l'impôt du fait des pratiques d'optimisation des entreprises européennes reposent sur le dumping intracommunautaire. Autant dire que la directive braque les projecteurs sur les pays européens qui organisent l'évasion fiscale. Si, en Europe, toute réforme de la fiscalité suppose l'unanimité – ce qui donne à Malte, à Chypre ou au Luxembourg un droit de veto –, ce n'est pas le cas des directives relatives aux normes comptables, dont se réclame la directive CbCR. En la matière, il s'agit d'abord de rendre publiques des informations qui sont déjà en possession des entreprises et déjà connues des services fiscaux puisque le reporting pays par pays a été imposé par les accords BEPS (Base Erosion and Profit Shifting – Erosion de l'assiette fiscale et transfert de bénéfices) signés à l'OCDE (voir *La rem* n°38-39, p.20).

750 millions d'euros : c'est aussi le chiffre symbolique retenu par l'OCDE à l'occasion de l'accord, signé le 1er juillet 2021 par 130 pays, qui réforme la fiscalité internationale – un accord endossé quelques jours plus tard par le G20. Cet accord vient compléter le reporting pays par pays imposé aux multinationales par le plan BEPS, qui vise notamment à mieux identifier les stratégies d'optimisation fiscale permises par le gonflement des prix de transfert d'une filiale à l'autre. L'accord de l'OCDE est historique parce qu'il redéfinit la fiscalité internationale en rendant en partie inopérantes les stratégies qui reposent sur le transfert des bénéfices vers les paradis fiscaux. En effet, il repose sur deux piliers qui, chacun à leur manière, contraignent ces pratiques d'optimisation fiscale.

Le premier pilier de l'accord de l'OCDE concerne les multinationales qui réalisent plus de 20 milliards d'euros de chiffre d'affaires chaque année et dont la rentabilité est supérieure à 10 %, soit une centaine de groupes dans le monde. Son périmètre est celui évoqué par Joe Biden, le président des États-Unis, quand il a annoncé sa feuille de route en matière de fiscalité, qui vise à rapatrier sur le sol américain les bénéfices des grands groupes nationaux pour mieux les imposer : *« En 2019, une analyse indépendante a révélé qu'il y avait 91* […] *entreprises faisant partie* […] *des plus grandes entreprises du monde, dont Amazon, qui utilisaient diverses astuces juridiques et ne payaient pas un centime d'impôt fédéral sur les bénéfices. »* L'accord de l'OCDE en ajoute neuf, mais l'enjeu est bien le paiement de l'impôt fédéral.

Le Trésor américain souligne de son côté que sept des dix principales localisations des bénéfices des multinationales américaines sont dans des paradis fiscaux. La situation est parfois caricaturale : les Bermudes, qui comptent seulement 64 000 habitants et appliquent un taux d'impôt zéro sur les bénéfices des entreprises, concentrent à elles seules 10 % des bénéfices réalisés à l'étranger par les multinationales américaines. Ensemble, ces petits paradis fiscaux attirent plus de bénéfices étrangers que la Chine, l'Allemagne, le Japon, la France et le Canada réunis. C'est la raison principale pour laquelle Joe Biden est revenu sur la position de l'administration Trump à l'égard de l'OCDE. Cette dernière, soucieuse en fin de mandat de ne pas être accusée de sacrifier les champions nationaux au nom du multilatéralisme fiscal, avait demandé à l'OCDE, le 3 décembre 2019, que les négociations en cours prévoient, en cas d'accord final, la possibilité pour les entreprises américaines de se soumette au nouveau régime fiscal international de manière optionnelle. Ce principe dit de « Safe Harbour » rendaient inopérantes toutes les décisions qu'aurait pu prendre l'OCDE. En y renonçant, Joe Biden n'a pas seulement renoué avec le multilatéralisme, il a servi les intérêts des États-Unis.

Le pilier 1 de l'accord de l'OCDE peut être perçu comme une concession majeure de la part des États-Unis, mais elle doit être mise en perspective. Il revient en effet sur le principe fiscal d'établissement stable qui localise les bénéfices là où l'entreprise déclare ses

activités. Or, avec le numérique, il a été facile de déclarer ses bénéfices dans des paradis fiscaux éloignés des lieux de réalisation du chiffre d'affaires, quand l'industrie traditionnelle a plus de difficultés à faire circuler son chiffre d'affaires et ses bénéfices d'un pays à l'autre. Pour les grands acteurs du numérique, il suffit en effet de licencier dans les principaux marchés une propriété intellectuelle logée loin des lieux d'exécution des activités commerciales. D'ailleurs, c'est contre l'optimisation fiscale tout à fait légale des Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) que l'OCDE s'est mobilisée à l'origine. Ainsi, l'accord conclu le 1er juillet 2021 prévoit, à la suite des propositions américaines, qu'une partie des bénéfices résiduels, ceux générés une fois passé le seuil de 10 % de rentabilité, sera taxée sur le lieu d'exécution, donc pays par pays. Cette taxation locale des bénéfices revient ainsi sur la notion d'établissement stable. Toujours en cours, les négociations permettant l'entrée en vigueur du nouveau cadre fiscal devront déterminer la part des bénéfices résiduels qui sera taxée localement, cette part étant comprise entre 20 et 30 %.

Il s'agit de ce point de vue d'une concession américaine puisque les bénéfices des Big Tech américaines seront taxés partout dans le monde, même si la formulation du pilier 1 permet à Joe Biden d'éviter une taxe qui cible spécifiquement les géants nationaux de l'internet. Mais cette concession est toute relative : pour l'instant, ces bénéfices échappent en grande partie à l'impôt fédéral. La mesure est toutefois favorable aux pays émergents, qui peuvent parfois contribuer fortement au chiffre d'affaires des multinationales, mais attirent beaucoup plus rarement leurs sièges sociaux. 100 milliards de dollars seraient ainsi taxés différemment dans le monde chaque année selon l'OCDE, soit 20 à 30 milliards d'impôts sur les bénéfices qui seront répartis autrement auprès des administrations fiscales.

Parmi les bénéfices résiduels, entre 70 et 80 % du total restera donc taxé là où l'entreprise s'est établie. La concession américaine sur le pilier 1 est de ce point de vue très relative quand on la considère aussi à l'aune du pilier 2 et des exigences globales de l'accord de l'OCDE. Le pilier 2 impose en effet un taux d'impôt minimal dans le monde pour les plus grandes entreprises, celles qui réalisent plus de 750 millions d'euros de chiffre d'affaires chaque année. Joe Biden a souhaité dans un premier temps que ce taux soit de 21 %. Pour espérer un accord du Congrès au niveau national, et un accord des pays pénalisés par la réforme à l'OCDE, ce taux a ensuite été ramené à 15 %, soit un peu plus que le taux nominal de 12,5 % appliqué en Irlande sur les bénéfices des entreprises. Ce paradis fiscal notoire devra donc produire un effort d'adaptation somme toute limité. Avec un taux minimum d'impôt de 15 % dans le monde, les Bermudes, les Bahamas ou les îles Caïmans, spécialisées dans les taux à 0 %, perdent en revanche les avantages associés à leurs pratiques fiscales hyperattractives. En effet, quand Google y loge ses bénéfices pour échapper à l'impôt, le pilier 2 autorisera les États-Unis à lui réclamer 15 % de ses bénéfices, faute d'avoir été imposé ailleurs. Le pilier 2 signe donc la fin des paradis fiscaux agressifs, même si le taux de 15 % reste bas. Il va enfin permettre aux États-Unis de rapatrier sur leur sol les recettes fiscales associées aux bénéfices réalisés à l'étranger.

Le système fiscal des États-Unis a cette particularité de ne pas taxer les bénéfices réalisés à l'étranger par les groupes américains tant qu'ils ne sont pas rapatriés sur le sol national. Les multinationales américaines ont ainsi accumulé des montagnes de liquidités à l'étranger, qu'elles rechignent à rapatrier. C'est justement pour rapatrier sur le sol américain ces sommes gigantesques que Donald Trump avait réformé la fiscalité nationale en 2017. Connue sous l'acronyme « Gilti », pour « global intangible low-taxed income », la réforme a introduit une taxe temporaire sur le rapatriement des bénéfices réalisés à l'étranger, à hauteur de 15,5 % pour les actifs liquides. Or l'impôt sur les bénéfices était de 35 % aux États-Unis avant le Tax Reform Act de Donald Trump, ce qui dissuadait évidemment les multinationales d'y rapatrier leurs bénéfices réalisés à l'étranger (voir *La rem* n°50-51, p.23). Mais le rendement de cette incitation fiscale a été décevant. Avec le pilier 2, Joe Biden le rend presque automatique, puisque les bénéfices réalisés à l'étranger par les multinationales américaines sont pour l'essentiel logés dans des paradis fiscaux : l'administration fiscale américaine sera donc en droit de réclamer la part minimale d'impôt non acquittée. Le taux de 15 %

minimum d'impôt mondial retenu par l'OCDE est à cet égard très proche des objectifs fiscaux qui sont ceux du Tax Reform Act de 2017 aux États-Unis. Ce qui échappera à l'impôt américain sur la partie taxée des bénéfices résiduels sera donc plus que largement compensé par les rentrées fiscales qu'autorise le pilier 2. La France, qui a un profil semblable à celui des États-Unis, avec une fiscalité élevée et de nombreux sièges de multinationales, devrait ainsi profiter d'abord du pilier 2, quand le pilier 1 ne contribuera que très marginalement à l'augmentation de ses ressources fiscales. Au moins cela lui permettra-t-il de dire qu'elle taxe Google, Facebook et quelques autres géants du numérique.

Pourtant, cette taxation des bénéfices résiduels des Gafa risque d'être cher payée. En effet, l'absence d'accord à l'OCDE sous la présidence de Donald Trump a conduit de nombreux pays à instaurer une « taxe Gafa », les négociations à l'OCDE ayant été enclenchées d'abord parce que l'optimisation fiscale a pris des proportions inacceptables avec le développement de l'économie numérique. La France, l'une des premières à avoir instauré sa « taxe Gafa », avait promis à l'administration américaine de la retirer dès la négociation terminée à l'OCDE et sa mise en œuvre effective (voir *La rem* n°52, p.24). Depuis, les initiatives se sont multipliées : environs quarante pays dans le monde ont instauré ou prévu de mettre en œuvre une taxation spécifique des acteurs du numérique. Certes, la France n'est pas parvenue à convaincre l'Europe d'imposer elle aussi une « taxe Gafa », les paradis fiscaux européens ayant profité de la règle de l'unanimité pour bloquer l'initiative (voir *La rem* n°50-51, p.21). Mais des pays comme l'Inde, le Royaume-Uni ou l'Italie ont instauré une « taxe Gafa », chacun à leur manière. Pour les Big Tech américaines, ces taxes nationales compliquent fortement leur environnement réglementaire et rappellent qu'une absence d'accord à l'OCDE ne signifiera pas, à terme, une absence d'imposition. Autant dire que l'accord obtenu à l'OCDE, grâce à l'évolution de la position américaine, a, pour ces mêmes Big Tech, des avantages certains. En effet, en proposant un impôt mondial d'au moins 15 % et en revenant sur la notion d'établissement stable pour les bénéfices résiduels des plus grandes multinationales, Joe Biden et son administration ont obtenu en contrepartie que l'accord de l'OCDE mentionne l'engagement des pays signataires à ne pas lancer d'initiatives nouvelles qui viseraient à taxer spécifiquement les activités numériques des groupes concernés par la réforme de la fiscalité internationale. En contrepartie de quelques taxes locales (la part taxable des bénéfices résiduels reste à déterminer), Joe Biden a donc offert la sécurité juridique à ses Big Tech tout en s'assurant de récupérer l'essentiel de la manne fiscale que représente l'accord de l'OCDE grâce au pilier 2.

Cette interprétation de l'accord de l'OCDE s'est d'ailleurs immédiatement traduite quand Yanet Jellen, secrétaire au Trésor américain, a, sitôt l'accord signé, demandé à la Commission européenne de suspendre le projet de taxe numérique visant à rembourser l'emprunt européen contracté à l'occasion de la crise sanitaire. Cette taxe, qui concerne tous les acteurs du numérique, a immédiatement été considérée par l'administration américaine comme potentiellement discriminatoire, quand bien même son périmètre n'était pas encore défini. Autant dire qu'à Washington la lecture sera la même que sous l'administration Trump quand les bénéfices des Big Tech seront dans le viseur des autorités fiscales extraterritoriales. Le détail de l'accord signé à l'OCDE devant être négocié à partir d'octobre 2021, l'Europe a préféré suspendre son projet de taxe numérique pour éviter un nouveau conflit avec les États-Unis. Il faut dire que le moment de la communication était mal choisi et que les premiers projets de taxe numérique en Europe étaient tournés contre les Gafa parce que présentés comme une alternative à l'absence possible d'un accord sur la fiscalité internationale. La Commission européenne aurait pu privilégier un autre calendrier et envisager une autre formule.

Même si sa portée immédiate doit être relativisée, la réforme votée à l'OCDE s'impose toutefois comme cruciale parce qu'elle amorce une réorganisation en profondeur du multilatéralisme fiscal. Elle revient sur la dérégulation fiscale des années 1980 tout en offrant les moyens d'une meilleure contribution des bénéfices des entreprises à l'impôt et d'une meilleure répartition de celui-ci. En effet, à terme, le pilier 1 pourrait s'appliquer aussi à des multinationales réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 20 milliards de dollars. Quant au

pilier 2, le taux de « au moins » 15 % est un minimum qui peut être augmenté. En cas de blocage, il pourrait devenir en revanche un maximum et contribuer à diminuer toujours plus le niveau de taxation des bénéfices des entreprises dans le monde, rares étant les pays à pratiquer un taux si bas, sauf en cas de dumping fiscal. Or les blocages seront nombreux, ne serait-ce qu'en Europe, quand il faudra appliquer l'accord de l'OCDE : sur les neuf pays ayant refusé de signer l'accord de l'OCDE, trois sont européens – la Hongrie, l'Estonie et l'Irlande. Pourtant, les conséquences du moins-disant fiscal sont concrètes : en 2000, le taux moyen de l'impôt des sociétés dans le monde était de 28,3 %, quand il n'est plus que de 20 % en 2021. Il reste donc encore cinq points à supprimer. Mais cette suppression ne se traduira pas par une attractivité fiscale forte pour les pays concernés : c'est le pari de l'OCDE sur l'impôt minimum mondial qui, en interdisant les pratiques les plus agressives de dumping fiscal, devrait mettre fin à la spirale déflationniste sur les taux de taxation de l'impôt sur les sociétés.

AJ

Sources :

- « Fiscalité du numérique : les six mois qui peuvent encore sauver la réforme », Ingrid Feuerstein, *Les Échos*, 16 janvier 2020.
- « Taxe Gafa : les États européens au pied du mur après le camouflet américain », Derek Perrotte, *Les Échos*, 19 juin 2020.
- « Le coup de pouce de Washington sur l'impôt minimum des sociétés », Richard Hiault, *Les Échos*, 7 avril 2021.
- « Le plan de Biden pour taxer les profits des multinationales à travers le monde », Anne Cheyvialle, *Le Figaro*, 9 avril 2021.
- « Transparence fiscale : pourquoi les entreprises s'inquiètent », Isabelle Couet, *Les Échos*, 3 mai 2021.
- « L'Union européenne impose la transparence fiscale aux multinationales », Léonore Hubaut, *Le Figaro*, 3 juin 2021.
- « Transparence fiscale des multinationales : Bruxelles parvient à un accord historique », Derek Perrotte, *Les Échos*, 3 juin 2021.
- « Accord historique sur un impôt mondial minimum », Florentin Collomp, *Le Figaro*, 7 juin 2021.
- « Mythes et réalités d'un impôt mondial », Bertille Bayart, *Le Figaro*, 9 juin 2021.
- « Impôt mondial : les défis d'un compromis à 139 pays », Florentin Collomp, Fabrice Nodé-Langlois, *Le Figaro*, 30 juin 2021.
- « Impôt minimum mondial : accord à 130 pays », Florentin Collomp, *Le Figaro*, 2 juillet 2021.
- « Bisbilles entre Américains et Européens sur la taxation du numérique », F.C., *Le Figaro*, 9 juillet 2021.
- « Taxe numérique : Washington appelle les Européens à revoir leur copie », Richard Hiault, *Les Échos*, 12 juillet 2021.
- « Taxe numérique : Bruxelles plie sous la pression de Washington », Richard Hiault, *Les Échos*, 13 juillet 2021.
- « Comment Washington tourne l'impôt mondial à son avantage », Richard Hiault, *Les Échos*, 13 juillet 2021.
- « Impôt minimum mondial : le diable est dans les détails », Joseph E. Stiglitz, *Les Échos*, 15 juillet 2021.
- « La crise du Covid n'a pas ralenti la bataille de l'attractivité fiscale entre les États », Anne Cheyvialle, *Le Figaro*, 30 juillet 2021.

TECHNIQUES

Apple victime d'une attaque « zéro-clic »

En septembre 2021, Apple a corrigé une faille de sécurité ayant permis au logiciel espion Pegasus, développé par la société de « sécurité » informatique israélienne NSO Group, d'infecter des iPhone et des iPad ciblés par une attaque dite « zéro-clic ».

Alors que les logiciels espions « traditionnels » nécessitent que la personne visée par ce type d'attaque télécharge un document ou clique sur un lien pour installer le programme malveillant sur son téléphone, les logiciels espions dits « zéro-clic » n'ont besoin d'aucune action de la part de l'utilisateur pour infecter un appareil.

Ce type d'attaque, parmi les plus sophistiquées au monde, vise en particulier les services de messagerie instantanée comme WhatsApp, victime du même logiciel espion en mai 2019, et plus récemment iMessage, développée par la firme de Cupertino. Ce piratage est d'autant plus inquiétant qu'il affecte non seulement les dernières versions du système d'exploitation des appareils mobiles d'Apple, iOS 14.4 et iOS 14.6, mis à jour en mai 2021, mais il contourne également une nouvelle fonction de sécurité logicielle intégrée depuis les premières versions d'iOS 14, nommée BlastDoor, censée prévenir ce type de piratage en filtrant les données malveillantes envoyées par l'application iMessage. Cette attaque exploite une vulnérabilité dite *« zero day »*, c'est-à-dire que la faille de sécurité n'a pas fait l'objet d'une publication ou d'un correctif lorsqu'elle est découverte.

Citizen Lab, laboratoire interdisciplinaire de la Munk School à l'Université de Toronto, au Canada, a identifié neuf militants bahreïnis dont les iPhones ont été piratés avec succès entre juin 2020 et février 2021 par l'intermédiaire de deux « exploits », Kismet datant de 2020 et ForcedEntry datant de 2021, c'est-à-dire des éléments de programme qui « exploitent » une faille de

sécurité informatique afin de pénétrer et d'utiliser le système d'exploitation des appareils attaqués. Les chercheurs du Citizen Lab avaient également été les premiers à révéler, en août 2016, que le militant émirati des droits de l'homme Ahmed Mansoor avait été ciblé par le logiciel espion Pegasus.

L'exploit « zéro-clic » ForcedEntry utilise un bug dans la fonction d'affichage des images des systèmes d'exploitation d'Apple et infecte le service de messagerie instantanée iMessage afin d'installer discrètement le logiciel espion Pegasus. Une fois l'appareil infecté, le téléphone de la victime devient un véritable mouchard et permet au commanditaire de l'attaque d'accéder aux SMS et messages envoyés et reçus, qu'ils soient ou non cryptés, ainsi qu'au carnet d'adresses de la victime. Pegasus permet également d'activer à distance le micro ou la caméra, d'enregistrer tous les caractères saisis sur le téléphone, d'enregistrer les appels téléphoniques, de photographier l'écran et de capter toutes les données de localisation GPS pour retracer les déplacements de la victime. Il donne en outre accès à tous les contenus et publications des réseaux sociaux et il peut capter les données des autres applications du téléphone comme WhatsApp, Skype, Facebook ou encore Gmail.

Apple, qui se présente en *« leader en matière de confidentialité »* s'est empressé d'apporter un correctif. Ivan Krstic, le responsable de l'ingénierie et de l'architecture de sécurité d'Apple, a tenté de minimiser l'incident en déclarant, dans un communiqué de presse, que *« les attaques comme celles décrites sont très sophistiquées, coûtent des millions de dollars à développer, ont souvent une courte durée de vie et sont utilisées pour cibler des individus spécifiques.* […] *Bien que cela signifie qu'elles ne constituent pas une menace pour l'écrasante majorité de nos utilisateurs, nous continuons à travailler sans relâche pour défendre tous nos clients ».*

Installée à proximité de Tel Aviv, NSO Group présente tous les atours d'une entreprise de sécurité informatique dont les programmes sont destinés à lutter contre le terrorisme et le crime organisé. Mais cette société israélienne vend également son logiciel espion à des États peu scrupuleux, parmi lesquels figurent notamment l'Espagne, l'Arabie saoudite, l'Azerbaïdjan, Bahreïn, les Émirats arabes unis, la Hongrie, l'Inde, le Kazakhstan, le Maroc, le Mexique, le Panama, le Rwanda ou encore le Togo. Ces gouvernements s'en servent pour espionner des opposants politiques, des militants des droits de l'homme, des journalistes, voire des juges (voir *infra*). Même si NSO Group, valorisée plus de 1 milliard de dollars, se fait discrète quant à ses résultats financiers, l'affaire semble rentable. Selon le *Financial Times*, l'entreprise réalisait 208 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2018, dont les deux tiers proviennent de la commercialisation du logiciel Pegasus. D'après le média d'information britannique qui a interviewé un homme d'affaires impliqué dans la vente du logiciel Pegasus à l'Arabie saoudite, les Saoudiens auraient déboursé 55 millions de dollars en 2017 pour espionner simultanément 150 personnes.

Puisque le logiciel Pegasus exploite les failles de sécurité « zero day » sur les logiciels de messagerie déployés par les géants du web, son fonctionnement technique évolue en permanence. Dès lors qu'une faille est identifiée par ces sociétés informatiques peu scrupuleuses, elle est exploitée et vendue au plus offrant, le temps que des experts en sécurité l'identifient à leur tour et en fassent l'annonce afin qu'elle soit corrigée. Un jeu du chat et de la souris qui ne semble pas près de s'arrêter.

J-A FS

Sources :

- « Israel's NSO : the business of spying on your iPhone », Mehul Srivastava, Robert Smith, ft.com, May 14, 2019.
- « Forensic Methodology Report : How to catch NSO Group's Pegasus », amnesty.org, July 18, 2021.
- « From Pearl to Pegasus Bahraini Government Hacks Activists with NSO Group Zero-Click iPhone Exploits », Bill Marczak, Ali Abdulemam, Noura Al-Jizawi, Siena Anstis, Kristin Berdan, John Scott-Railton, Ron Deibert, Citizen Lab, August 24, 2021.
- « A new NSO zero-click attack evades Apple's iPhone security protections, says Citizen Lab », Zack Whittaker, techcrunch.com, August 24, 2021.
- « The Stealthy iPhone Hacks That Apple Still Can't Stop », Lily Hay, wired.com, August 25, 2021.
- « Pegasus : nouvelle faille zero-day et zero-click dans iMessage, un revers pour Apple », Gilbert Kallenborn, 01net.com, 26 août 2021.

Ces matières premières dites « critiques » et « stratégiques » qui composent un smartphone

Une cinquantaine de matières premières sont nécessaires à la fabrication d'un smartphone. Pour une part importante de ces matières premières, l'Union européenne est dépendante des pays extracteurs, au premier rang desquels se trouve la Chine, suivie notamment de l'Afrique du Sud, du Congo, des États-Unis, du Brésil et du Chili. En raison des conséquences graves pour l'industrie et l'économie en général qu'engendreraient des ruptures d'approvisionnement, certaines de ces matières premières sont répertoriées comme « critiques » par l'Union européenne. D'autres encore sont qualifiées de « stratégiques » du point de vue de la France, car de première nécessité pour mener sa politique économique, énergétique et de défense.

Depuis 2011, la Commission européenne établit, tous les trois ans, **la liste des matières premières « critiques »**, au nombre de 45 en 2020

Antimoine	Lithium
Baryte	Magnésium
Bauxite	Niobium
Béryllium	Platinoïdes
Bismuth	*Phosphate naturel*
Borate	Phosphore
Caoutchouc naturel	*Scandium*
Charbon à coke	*Silicium métal*
Cobalt	*Spath fluor*
Gallium	*Strontium*
Germanium	Tantale
Graphite naturel	*Titane*
Hafnium	Tungstène
Indium	Vanadium

Terres rares légères	Terres rares lourdes
Cérium	Dysprosium
Lanthane	*Erbium*
Néodyme	Europium
Praséodyme	Gadolinium
Prométhium	*Holmium*
Samarium	*Lutécium*
Scandium	Terbium
	Thulium
	Ytterbium
	Yttrium

Le Comité pour les matériaux stratégiques (Comes) de la France complète la liste européenne avec **13 matières premières « stratégiques »**

Argent	Étain	Rhénium	Zirconium
Carbone	Molybdène	Rhodium	
Chrome	Nickel	*Sélénium*	
Cuivre	Palladium	*Tellure*	

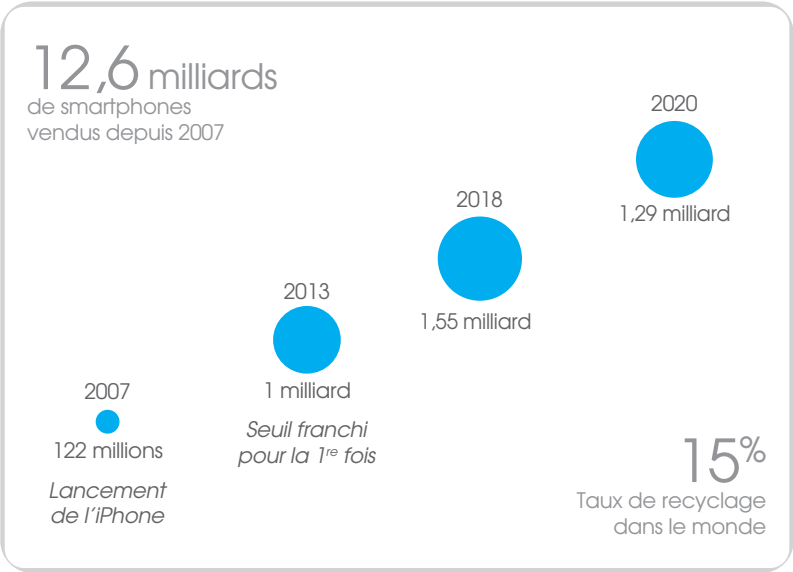
MC Matières premières critiques pour l'UE

TR Terres rares, toutes critiques

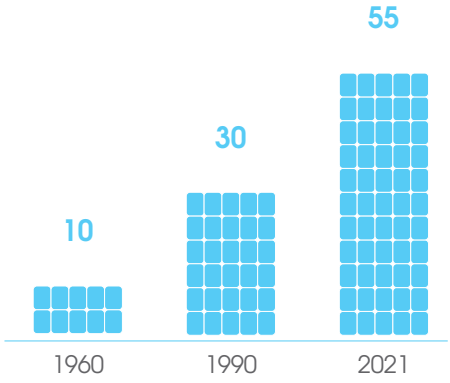
MS Matières premières stratégiques pour la France qui s'ajoutent à la liste européenne

En italique, figurent les matières premières qui n'entrent pas dans la fabrication d'un smartphone.

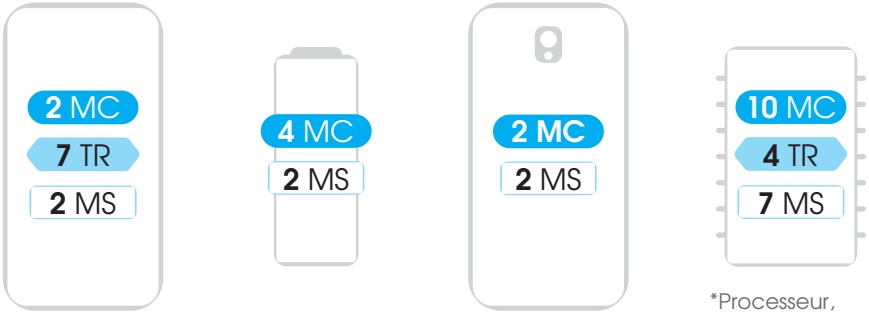
Nombre de smartphones vendus dans le monde



Nombre de matières premières dans un téléphone



	ÉCRAN	BATTERIE	BOÎTIER	CARTE ET COMPOSANTS ÉLECTRONIQUES*
Nombre total de matières premières	18	9	6	29
dont les matières premières « critiques » et « stratégiques »	11	6	4	21



*Processeur, capteur, condensateur, radiofréquence, vibreur, caméra, microphone, haut-parleur, etc.

Sources :
- d'après : « Smartphone, une mine urbaine », dossier « Tout s'explique », Aude Ganier en collaboration avec Léa Di Cioccio et Thomas Ernst du CEA-LETI, *Les défis du CEA*, juillet-août 2021.
- d'après : *L'Enfer numérique. Voyage au bout d'un like*, Guillaume Pitron, Les Liens qui Libèrent, 2021.

FL
Infographie *La rem*

Les *dark patterns* ou l'art de tromper l'utilisateur

Une *dark pattern*, en français « interface truquée », est minutieusement conçue pour tromper ou manipuler l'utilisateur d'un site ou d'une application web. Mise sous pression, obligation, obstacle, cachotterie ou entourloupe sont des tactiques perverses qui participent de la chasse au clic sur le Net.

Le terme *dark pattern* a été forgé en août 2010 par Harry Brignull, spécialiste du design d'interfaces numériques. Le site darkpatterns.org, qu'il a créé il y a plus de dix ans pour dénoncer ces pratiques, en recense un grand nombre parmi lesquelles *Sneak into Basket* (« se faufiler dans le panier »), qui consiste à ajouter, à son insu, un article supplémentaire dans le panier d'un client effectuant des achats sur le web ; *Roach Motel* (« motel des cafards »), qui entraîne facilement l'utilisateur à souscrire à un abonnement premium, dont il aura ensuite bien du mal à se défaire ; *Privacy Zuckering* (« Zuckering de la vie privée »), du nom du président de Facebook, Mark Zuckerberg, qui pousse l'utilisateur d'un service web à partager publiquement bien plus d'informations qu'il ne l'imagine ; ou encore le *Misdirection*, dont le design appelle volontairement l'internaute à se concentrer sur une chose afin de lui en faire discrètement accepter une autre.

L'association allemande Dark Pattern Detection Project recense vingt types de *dark patterns* différents, regroupés en cinq catégories : les mises sous pression, les obligations, les obstacles, les cachotteries et les entourloupes. Comme l'explique Claude Castelluccia, directeur de l'équipe Privatics de l'Inria (Institut national de recherche en informatique et en automatique) dans une interview pour *La rem* n°49, ces manipulations, *« très étudiées en marketing comportemental (neuromarketing), sont les conséquences même du modèle économique de l'internet et de ses services* "gratuits" *»* où les données personnelles de l'utilisateur sont systématiquement enregistrées à son insu pour être revendues à des tiers.

L'objet d'une « interface truquée » est d'orienter l'utilisateur vers des choix qu'il n'aurait probablement pas faits en connaissance de cause, et qui sont dans l'intérêt de la plateforme. La *dark pattern* la plus répandue actuellement concerne le bandeau des cookies que l'utilisateur doit accepter pour naviguer sur un site web. Depuis l'entrée en vigueur du règlement général sur la protection des données personnelles (voir *La rem* n°42-43, p.21), les sites web ont l'obligation de recueillir le consentement de l'utilisateur lorsque des cookies sont déposés dans son navigateur. Or, la plupart du temps, le bouton d'acceptation de ces cookies est particulièrement visible tandis que celui qui permet de les refuser est un lien trop discret, voire difficilement accessible. La plupart du temps, ces manipulations complexes ou chronophages découragent les utilisateurs qui, de guerre lasse, acceptent le dépôt de cookies afin d'accéder rapidement au contenu recherché.

Une *dark pattern* peut être plus subtile, comme celle installée en novembre 2020 sur le média social Instagram, propriété de Facebook. Les onglets « Notifications » et « Nouvelle publication » ont été déplacés sciemment, en haut de l'écran, afin de laisser la meilleure place aux nouveaux boutons « Shopping » et « Reels », format vidéo qui imite celui de l'application concurrente TikTok. Immanquablement, les habitués d'Instagram croyant cliquer par habitude sur le bouton « Notifications », se sont vu diriger vers la boutique ou bien proposer l'option d'un nouveau format vidéo alors qu'ils souhaitaient simplement partager une photo.

Le web fourmille de *dark patterns* et certaines entreprises en usent plus que d'autres. Amazon fournit de bons exemples : il est quasiment aussi impossible de se désinscrire de son service Prime qu'il est facile d'y souscrire par une simple case à cocher lors d'un achat en ligne. L'équivalent norvégien de l'association de consommateurs UFC Que Choisir a publié un rapport en 2021, dénonçant la façon dont le géant du commerce électronique piège les internautes contraints de *« faire face à un grand nombre d'obstacles : des menus de navigation compliqués, des formulations biaisées et des choix confus »*, soit plus d'une quinzaine d'étapes avant de parvenir à se désabonner d'Amazon Prime.

En France, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) s'est emparée du problème, notamment en publiant les *« lignes directrices modificatives et sa recommandation sur les cookies et autres traceurs »* en octobre 2020 et en accordant un délai de six mois aux éditeurs de sites web pour se conformer à cette nouvelle réglementation. Mais force est de constater que l'autorité administrative indépendante peine toujours à faire respecter *« l'obligation d'utiliser des boutons et une police d'écriture de même taille, offrant la même facilité de lecture, et mis en évidence de manière identique »*. D'autant que la Commission s'est elle-même contredite par l'adoption d'une recommandation (délibération n°2020-092 du 17 septembre 2020) qui propose des modalités pratiques de mise en conformité en cas de recours aux *« cookies et autres traceurs »* à l'aide d'un exemple visuel de bannière des cookies où les boutons « Accepter » et « Refuser » ne sont ni sur la même ligne ni de la même couleur. Cette recommandation étonnamment proposée par la Cnil, alors même qu'elle reproduit une *dark pattern*, est ainsi devenue le modèle appliqué par de très nombreux sites web français, parmi lesquels lemonde.fr, lesechos.fr ou encore latribune.fr. Quant à Facebook ou Google, ni l'un ni l'autre n'a consenti à afficher sur son site web ou sur son application un bouton permettant de refuser les cookies.

C'est finalement aux États-Unis que la réglementation évolue dans le bon sens. La Californie a adopté en 2021 une nouvelle réglementation qui vient renforcer la loi historique sur la protection de la vie privée, la California Consumer Privacy Act (CCPA) (voir *La rem* n°56, p.53), et interdit désormais aux entreprises d'utiliser toute forme de *dark pattern* qui aurait pour but *« de compromettre ou d'entraver le choix d'un consommateur de se retirer des systèmes dans lesquels ses données personnelles sont vendues »*. Le texte interdit précisément *« l'utilisation d'un langage déroutant comme les doubles négations ; obliger les utilisateurs à cliquer ou écouter les raisons pour lesquelles ils ne devraient pas soumettre une demande de désinscription avant de confirmer leur demande ; obliger les utilisateurs à rechercher ou faire défiler le texte d'une politique de confidentialité ou d'un document ou d'une page web similaire afin de localiser le mécanisme permettant de soumettre une demande de retrait »*.

Rappelons que ces techniques de manipulation par le design restent… de la manipulation. Lorsqu'elles orientent la prise de décision d'un individu dans son intérêt, elles s'appellent *nudge* (voir *La rem* n°49, p.83) et lorsqu'elles le trompent, elles sont qualifiées de *dark pattern*. Dans les deux cas, et à leur insu, il s'agit de priver les utilisateurs de leur capacité à choisir.

J-A FS

Sources :

- « Délibération n° 2020-092 du 17 septembre 2020 portant adoption d'une recommandation proposant des modalités pratiques de mise en conformité en cas de recours aux "cookies et autres traceurs" », Cnil, cnil.fr.
- « Comment Amazon & Co. nous manipulent grâce aux "dark patterns" », Anouch Seydtaghia, letemps.ch, 14 janvier 2021.
- « Cliquez ici, c'est pour votre bien », Philippe Boyer, latribune.fr, 26 janvier 2021.
- « Les dark patterns ou comment ruiner la navigation Internet », Lorraine Redaud, charliehebdo.fr, 8 février 2021.
- « Attorney General Becerra Announces Approval of Additional Regulations That Empower Data Privacy Under the California Consumer Privacy Act », oag.ca.gov, March 15, 2021.
- « La Californie interdit aux entreprises d'utiliser les "dark patterns" », Bill Fassinou, web.developpez.com, 17 mars 2021.
- « Comment les éditeurs se moquent de la Cnil », pixeldetracking.com, 9 juin 2021.
- « Dark patterns : comment les sites web abusent de petites astuces pour tenter de vous piéger », Gilbert Kallenborn, 01net.com, 21 août 2021.

Un ordinateur pour tous en période de pandémie

La pandémie de Covid-19 a accentué la fracture numérique entre les détenteurs de matériel informatique, permettant de travailler à distance, et ceux qui en sont dépourvus. Des associations et des organisations issues de l'économie sociale et solidaire recyclent des ordinateurs afin de les proposer à moindre coût ou de les donner aux foyers démunis.

Ateliers sans frontières, situé à Bonneuil-sur-Marne, dans le Val-de-Marne, est un chantier d'insertion créé en 2003 qui accueille chaque année plus de cent vingt jeunes et adultes fragilisés, en leur permettant *« une insertion par des activités solidaires à forte portée sociale ou environnementale (recyclage, économie circulaire, don de matériel revalorisé) »*. Ce ne sont pas moins de 5 000 tonnes de matériel informatique qui sont recyclées chaque année, récupérées principalement auprès de grandes entreprises et administrations françaises. *« Nos salariés effectuent un premier tri pour distinguer le matériel obsolète et les ordinateurs réutilisables après reconditionnement »*, explique Thomas Wacogne, ancien directeur d'Ateliers sans frontières. Alors que les déchets électroniques à recycler sont confiés à des entreprises comme Veolia, les 40 % de matériels conservés sont reconditionnés. *« Il y a plusieurs étapes pour réhabiliter un ordinateur : l'effacement des données, l'installation de nouveaux logiciels et le test de qualité avant la mise en emballage. Notre taux de retour n'est que de 4 % »*, poursuit Thomas Wacogne. Environ 6 000 ordinateurs sont ainsi revalorisés chaque année et revendus ensuite à des hôpitaux, des écoles, des ONG ou encore distribués gratuitement à d'autres associations.

En mars 2020, lors du premier confinement dû à la pandémie de Covid-19, *« nous avions d'abord fermé l'atelier en raison des mesures sanitaires, mais nous avons dû le rouvrir presque aussitôt pour répondre à l'afflux de demandes »* explique Brigitte Chanut, la directrice actuelle d'Ateliers sans frontières. En effet, ce confinement poussait les structures associatives à rechercher encore davantage d'ordinateurs reconditionnés afin d'en équiper les familles isolées. Dans la plupart des foyers, l'école a pu se poursuivre à la maison, mais les plus démunis ont *de facto* été laissés de côté. D'autant qu'un ordinateur est désormais l'équipement requis pour faire toutes démarches administratives, faire ses courses en ligne, s'informer et rester en contact avec des proches. Ateliers sans frontières a fourni plusieurs centaines d'ordinateurs à des structures associatives, dont les foyers d'aide sociale à l'enfance de la Ville de Paris, la fondation Break Poverty ou encore Emmaüs Connect, association consacrée à l'inclusion numérique des personnes fragilisées, qui a soutenu près de 40 000 personnes en un an.

Un tissu important de petites structures de l'économie sociale et solidaire recycle des ordinateurs et des smartphones afin de leur donner une seconde vie. C'est notamment le cas de Recyclea ou Ecodair. Recyclea, *« entreprise adaptée »* localisée à Domérat dans le département de l'Allier, recycle chaque année 300 000 machines, tout en développant l'inclusion des personnes en situation de handicap. Établissement et Service d'aide par le travail (ESAT), Ecodair dispose de quatre structures d'accueil, ainsi que de trois sites de production à Paris, à Paris-Saclay et à Marseille, destinés aux personnes en situation de handicap psychique et éloignées de l'emploi. Le travail de celles-ci consistera à recycler du matériel informatique. Selon Ecodair, *« chaque année, sur les 2,5 millions d'ordinateurs remplacés dans les entreprises, on estime à 50 % le nombre de PC encore fonctionnels. La remise à neuf de ces parcs professionnels est un acte écologique important puisqu'elle permet, entre autres, d'économiser les ressources nécessaires pour la fabrication d'un nouvel ordinateur dont la fabrication nécessite 1,8 tonne de ressources, 240 kg d'énergies fossiles, 22 kg de produits chimiques et 1 500 litres d'eau »* (voir *infra*).

Ces structures de l'économie sociale et solidaire sont confrontées à deux défis : le premier est de récupérer le matériel informatique et le second d'être en mesure de le réparer. De l'aveu de Brigitte Chanut, également directrice de ARES IT Services, entreprise de conseil en informatique fortement implantée dans les secteurs publics, parapublic et dans les domaines de la santé et du social, *« trop de grands groupes et PME laissent dormir*

leur stock de vieux PC, au risque qu'ils deviennent obsolètes ». Une étude de BNP Paribas 3 Step IT estime que 39 % des entreprises françaises conservent un matériel informatique mis au rebut qui pourrait avoir une seconde vie ; que 1 million d'ordinateurs sont jetés chaque année par les entreprises françaises et que, sur plus de 50 millions de tonnes d'appareils électroniques remplacés chaque année dans le monde, seulement 20 % sont collectés pour être recyclés. Face à ce constat, Emmaüs Connect a lancé en novembre 2020 un appel aux dons – #StopAuGâchisNumérique – avec l'objectif d'inciter les entreprises à identifier les équipements inutilisés qui peuvent être donnés *via* LaCollecte.tech. Cinq mois après le lancement de cette campagne, 11 500 équipements informatiques ont déjà été récupérés.

Concernant le second défi tenant à la possibilité de réparer des équipements anciens, un indice de réparabilité a été introduit par une loi de février 2020, entrée en vigueur le 1er janvier 2021, portant sur *« la lutte contre le gaspillage et pour l'économie circulaire »*. La loi ne concerne que cinq produits électroniques, dont les smartphones et les ordinateurs portables, et visent à réparer 60 % des produits qui tombent en panne avant cinq ans, contre 40 % aujourd'hui. Laëtitia Vasseur, directrice générale de Halte à l'obsolescence programmée (HOP), estime que cet indice *« a permis une réflexion de fond sur le sujet et d'entraîner l'ensemble des fabricants »*, même s'il reste encore des points à améliorer. Malgré la fin des confinements, la demande de matériels informatiques reconditionnés ne faiblit pas, notamment de la part des particuliers qui voient l'opportunité de s'équiper à moindre coût tout en réduisant leur impact environnemental.

J-A F S

Sources :

– « 8 mois après, bilan mitigé pour l'indice de réparabilité », Raphaël Balenieri, Florian Dèbes, lesechos.fr, 4 août 2021.
– « La pandémie de Covid-19 a dopé la demande d'ordinateurs reconditionnés », Marie Charrel, *Le Monde*, 8 septembre 2021.

Dans l'Yonne, on construit sa propre connexion internet

Alors que les fournisseurs d'accès à internet se targuent d'une couverture mobile 4G proche de 98 % du territoire, bon nombre d'habitants en zone rurale sont toujours exclus d'internet.

« *Qu'on nous mette d'abord la 1G, ce serait bien* » dit Denise, 58 ans, habitante de Plainefas, sur la commune de Saint-Martin-du-Puy, dans le Morvan. À une centaine de kilomètres de là, des habitants de l'Yonne ont créé une société coopérative pour coconstruire leur propre connexion au réseau internet. Avec succès.

La Société coopérative d'aménagement numérique icaunaise (Scani), au statut de société coopérative d'intérêt collectif (SCIC), a officiellement été créée en 2016. C'est l'un des trente fournisseurs d'accès internet associatifs et locaux en France, regroupés au sein de la Fédération des fournisseurs d'accès internet associatifs (FFDN). *« Nous opérons notre propre réseau dans l'Yonne depuis dix ans, chaque utilisateur est copropriétaire du réseau et peut influer sur l'avenir de son accès à internet »* annonce le site web de la coopérative. Membre actif depuis sa création, Bruno Spiquel précise : *« On prend de l'internet là où il fonctionne pour l'amener là où il n'y en a pas. »* Ce réseau d'accès à internet, construit sur mesure, repose sur l'installation d'antennes radio qui orientent les ondes de connexions internet ayant un débit performant vers des zones blanches où se situent les sociétaires, plutôt que les clients. En effet, tous les habitants participent au réseau, et certains, selon leur position géographique, se font installer chez eux une

antenne radio. Propriétaire à Poilly-sur-Tholon en Auvergne, Stéphane Gendrin n'avait jamais eu de débit supérieur à 500 Ko avant de rejoindre la coopérative. *« Nous avons d'abord installé une antenne sur le clocher de l'église du village. Mais pour connecter les habitants de mon hameau, il nous fallait un autre relais. En haut de la colline, en face de chez moi, il y a un silo agricole. C'était parfait. Mais le propriétaire a refusé, jusqu'à ce qu'il ait lui-même besoin d'un débit correct pour traiter ses données pendant les moissons »*, explique-t-il à Jean-Marc Engelhard, journaliste au quotidien *Le Monde*.

Pylône, silo à grains, château d'eau ou même clocher d'église, l'internet circule sur ce réseau d'antennes radio créé et maintenu par la coopérative et ses bénévoles qui représentent, selon la Scani, *« plus de 70 % du temps investi »*. Alfred Urban, antenniste et unique salarié à temps plein, procède à l'installation de quatre à cinq « box » par semaine, et s'occupe de l'entretien et de la maintenance des antennes radio. Parmi les 825 sociétaires, ayant investi au minimum 10 euros dans la coopérative, 557 sont des particuliers et les 32 % restants sont des collectivités, des entreprises ou encore des professions libérales.

Dès 2003, des initiatives similaires avaient émergé sur le territoire, notamment après la publication en 2002, par l'Autorité de régulation des télécommunications (ART) – devenue en 2005 l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep) – de plusieurs textes visant à assouplir les contraintes réglementaires concernant le Wi-Fi et à permettre de déployer un tel réseau à l'échelle d'un village. L'association Vaournet (Vaour se situant dans le nord-ouest du Tarn) a ainsi créé et maintenu, de 2003 à 2015, un fournisseur d'accès internet local et associatif, en raison, selon ses membres fondateurs, *« de la réticence des opérateurs à équiper en ADSL les zones rurales peu peuplées »*.

Si certains sociétaires regrettent que la Scani dans l'Yonne ne communique pas davantage sur cette initiative, cette dernière ne compte pas s'arrêter là. La municipalité de Joigny lui a déjà confié la fourniture du réseau internet de ses sept écoles et des bâtiments publics ainsi que le stockage de ses données. En outre, la Scani exploite depuis septembre 2021 les premières lignes de fibres optiques disponibles en dehors d'Auxerre et de Sens, qui permettront, selon la coopérative, *« de raccorder directement en fibre ceux qui le souhaitent tout en améliorant grandement le débit des connexions radio déjà en place »*.

J-A F S

Sources :

- « Les débats sur la 5G sonnent dans le vide pour les habitants des zones blanches : *"Chez moi, j'ai toujours zéro barre ! "* », Pierre-Louis Caron, francetvinfo.fr, 4 octobre 2020.
- « Des habitants de l'Yonne s'unissent pour créer un meilleur réseau Internet », Jean-Marc Engelhard, lemonde.fr, 26 août 2021.
- « Société coopérative d'aménagement numérique icaunaise (Scani) », scani.fr, consulté le 4 octobre 2021.
- « Association vaour.net », consulté le 4 octobre 2021.

ÉCONOMIE

Politico racheté par Springer

Le groupe dirigé par Mathias Döpfner, qui avait renoncé à l'essentiel de ses titres en Allemagne, s'intéresse de nouveau à la presse en s'emparant de Politico, mais sur un segment de marché très retreint.

La destinée du groupe allemand Springer est liée à celle de Mathias Döpfner, son directeur général depuis 2002. Ce dernier a été très tôt convaincu que l'internet allait transformer en profondeur les modèles économiques de l'information, au point de faire disparaître « la presse » telle qu'elle avait été incarnée par des titres imprimés accompagnés, de plus en plus, d'un environnement numérique. Ainsi, en 2011, il déclarait de manière abrupte : *« Notre entreprise n'est pas une entreprise de presse, mais une entreprise de contenus. Le numérique permet de croître plus rapidement. Je vois la transformation numérique comme une formidable opportunité. Le changement est structurel : il vaut donc mieux que nous nous cannibalisions nous-mêmes plutôt que nous le soyons par d'autres. »* Deux ans plus tard, il prenait la décision de céder la totalité de ses titres de presse en Allemagne, à l'exception de deux, parce que ces derniers s'appuient sur des marques fortes qu'il est possible d'exploiter sur d'autres marchés : le tabloïd *Bild*, le plus lu en Allemagne, et le quotidien de droite *Die Welt* (voir *La rem* n°29, p.34). Le groupe Springer investissait en même temps dans les petites annonces avec, en 2010, le rachat de SeLoger, en France, pour 566 millions d'euros, ou encore, en 2019, de MeilleursAgents pour 200 millions d'euros. Les petites annonces soutiennent depuis la croissance des revenus issus du numérique dans les activités européennes du groupe Springer. Elles représentent plus de 60 % du chiffre d'affaires du groupe, d'un peu plus de 3 milliards d'euros en 2019. C'est aux États-Unis, en revanche, que Mathias Döpfner a trouvé les innovations qui l'ont convaincu d'investir à nouveau dans la presse et dans un journalisme qu'il qualifie *« de qualité »* : ce journalisme-là peut être facturé

et échapper à l'emprise des plateformes sur le marché publicitaire en ligne, et il peut être rentable.

En décembre 2014, Springer s'est ainsi associé avec le groupe américain Politico qui, depuis 2007, édite une offre d'information haut de gamme en ligne sur la politique américaine et les coulisses du pouvoir. Le fruit de cette alliance sera le lancement, à parité, de Politico Europe, qui couvre depuis 2015 l'actualité bruxelloise. En 2015, Springer avait également investi dans le site américain Business Insider, spécialisé dans les nouvelles technologies (voir *La rem* n°34-35, p.24). Ces offres d'information sont parvenues à s'imposer auprès de publics exigeants souvent prêts à payer, quand ce n'est pas les institutions qui financent les abonnements. Aux États-Unis, Politico affiche ainsi un taux de marge de 30 % tout en finançant une rédaction aux effectifs conséquents – plus de deux cents journalistes sur le seul marché américain. Dès l'aube, les informations stratégiques que ces journalistes récoltent sur les tractations au cœur du pouvoir sont envoyées par newsletter aux abonnés qui n'hésitent pas à payer entre 5 000 et 12 000 dollars par an cette source indispensable à leurs arbitrages. S'il ne s'agit pas d'un journalisme pour tous, au moins s'agit-il d'un journalisme très rentable, très exigeant aussi, qui justifie, pour Mathias Döpfner, de nouveaux investissements. Le 26 août 2021, le groupe allemand a ainsi annoncé le rachat du groupe Politico dans son ensemble, le *New York Times* évaluant la transaction à 1 milliard de dollars. Springer récupère les 50 % de Politico Europe qu'il ne contrôlait pas encore, et la totalité de Politico aux États-Unis. Le groupe Politico détient, en plus de l'offre éponyme, le site Protocol, lancé en 2020, qui relate les coulisses des décisions des dirigeants du domaine des technologies, un autre lieu de pouvoir. Mais, comme avec Politico, c'est là encore une niche dédiée aux lecteurs d'influence : Springer n'a pas encore trouvé les moyens de redonner à l'information d'actualité, celle qui s'adresse à tous, la rentabilité que le recul des éditions imprimées a progressivement fait disparaître.

Sur ses autres marchés, à l'exception de la Pologne, Springer choisit à l'inverse de se désengager des activités de presse. Le 28 juillet 2021, le groupe a ainsi cédé les parts qu'il détenait depuis 2010 dans une coentreprise avec Ringier en Hongrie, en Serbie, en Slovaquie et dans les pays baltes (Estonie, Lettonie, Lituanie). Si Ringier mise sur la presse en Europe, Springer entend se concentrer sur ses activités numériques dans quelques marchés stratégiques.

AJ

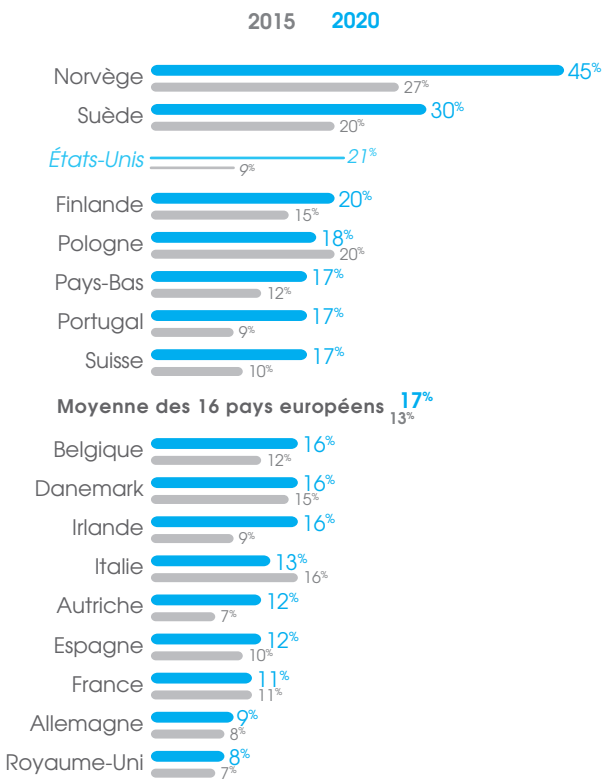
Sources :

- « Axel Springer dépasse le million d'abonnements numériques », Claudia Cohen, *Le Figaro*, 17 juin 2021.
- « Ringier rachète les parts d'Axel Springer en Hongrie, Serbie, Slovaquie, Estonie, Lettonie et Lituanie », communiqué de presse, ringier.ch, 28 juillet 2021.
- « Springer convoite Politico », Claudia Cohen, *Le Figaro*, 18 août 2021.
- « Axel Springer s'empare de Politico », Ninon Renaud, *Les Échos*, 27 août 2021.
- « Axel Springer acquiert Politico pour 1 milliard de dollars », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 27 août 2021.

L'idée de payer l'information en ligne est loin d'être acquise…

En quête d'autonomie financière, devant compenser à la fois la baisse de leurs recettes publicitaires et celle de la diffusion des exemplaires imprimés, la plupart des éditeurs de presse misent sur la propension de leurs lecteurs à payer pour consulter l'information en ligne, notamment par la mise en place d'un « mur payant ».

Paiement de l'information en ligne
en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens



* Question : *« Have you paid for ONLINE news content, or accessed a paid for ONLINE news service in the last year ? »* (This could be a digital subscription, combined digital/print subscription, or one-off payment for an article or app or e-edition). Panel : environ 2 000 personnes par pays. Données recueillies entre fin janvier et début février pour 2016 et pour 2021.

Alors que les internautes sont de plus en plus souvent sollicités pour payer l'accès aux sites web ou aux applications de la presse d'information – *via* un abonnement, un paiement à l'unité, voire un don –, la grande majorité résiste à cette pratique. Dans les principaux pays européens moins d'une personne sur cinq, en moyenne, paye pour s'informer en ligne, selon la dixième édition du Digital News Report du Reuters Institute.

La moyenne d'âge des abonnés à la presse d'information en ligne est de 40 à 45 ans en Espagne et en Irlande ; de 45 à 50 ans en Allemagne, Autriche, Finlande, France et Pays-Bas ; de 50 à 55 ans en Italie et en Suède ; de 55 à 60 ans au Danemark.

… et la situation financière des médias d'information privés est loin d'être un sujet de préoccupation

Dans chacun des trente-trois pays étudiés, moins de la moitié des personnes interrogées savent que la plupart des organes de presse sont moins rentables qu'il y a dix ans. Une personne sur cinq (19 %), en moyenne, pense au contraire qu'ils sont plus rentables aujourd'hui et 36 % répondent ne pas savoir, selon l'enquête du Reuters Institut.

Le financement des médias d'information est une question fondamentale en démocratie. Pourtant, les difficultés financières des journaux inquiètent assez peu le public en général, comme le démontre l'enquête du Reuters Institute. Depuis 2010, à l'exception de quelques titres, la plupart des entreprises de presse dans le monde enregistrent une baisse significative de revenus, -20 % depuis 2015 selon WAN-IFRA. La presse locale s'en trouve particulièrement fragilisée. L'économie des médias préoccuperait donc essentiellement les personnes dont l'activité est liée, de près ou de loin, à cette industrie. Ce manque manifeste de sensibilisation des citoyens aux difficultés financières des entreprises de presse n'encourage assurément pas les politiques à faire de cette question une priorité.

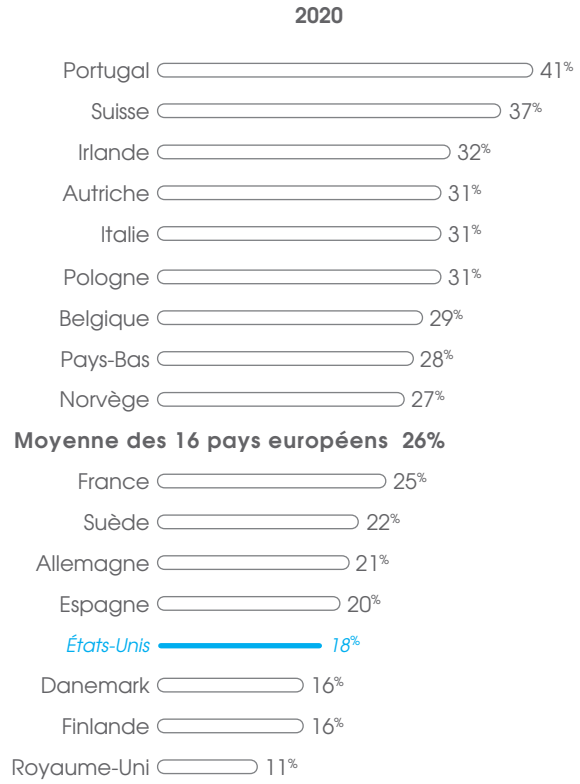
Intérêt déclaré pour la situation financière des médias d'information privés

en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens

* Question : *« How concerned are you, if at all, about the financial state of commercial news organisations in your country ? »*. Réponses proposées : *« Concerned » ; « Don't Know » ; « Not Concerned »*. Panel : environ 2 000 personnes par pays. Données recueillies entre fin janvier et début février 2021.

Favorables à une intervention du gouvernement afin d'aider les médias d'information en difficultés financières

en % des personnes interrogées* dans 16 pays européens



* Question : *« Should the government step in to help commercial news organisations that can't make enough money on their own ? »*. Réponses proposées : *« Yes, they should » ; « No, they should not » ; « Don't know »*. Panel : environ 2 000 personnes par pays. Données recueillies entre fin janvier et début février 2021.

Généralement, les personnes interrogées qui se déclarent concernées par les difficultés financières des médias d'informations privés sont également celles qui se disent favorables à l'idée d'un soutien de l'État en leur faveur, note le Reuters Institute.

FL

Infographie *La rem*

Sources :

– D'après Digital News Report, 10th edition, 2021, Nic Newman with Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen ; – 5th edition, 2016, Nic Newman with Richard Fletcher, David A. L. Levy and Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute for the Study of Journalism https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk

Bertelsmann poursuit sa politique de fusions en Europe

France, Belgique, Pays-Bas, Allemagne : Bertelsmann favorise la concentration, qu'il s'agisse de céder ses activités ou de les fusionner avec d'autres entités. Les géants locaux sont sommés de résister aux concurrences numériques venues des États-Unis.

Parce que les services américains de streaming vidéo par abonnement modifient en profondeur les équilibres des différents paysages audiovisuels nationaux en Europe, leur succès pénalisant les chaînes payantes sur le marché des abonnements et les chaînes gratuites sur la durée d'écoute, le groupe allemand Bertelsmann s'est lancé dans une politique de consolidation des marchés afin de faire émerger des champions nationaux.

En France, cette stratégie passe par un retrait à moyen terme, le groupe s'étant mis d'accord avec Bouygues Telecom pour fusionner M6 avec TF1 (voir *La rem* n°57-58, p.39). Les activités de presse en France, réunies sous la marque Prisma, ont été de leur côté cédées à Vivendi (voir *La rem* n°57-58, p.43).

La même stratégie a été reconduite en Belgique. Le 28 juin 2021, le groupe de presse belge Rossel et le groupe DPG Media, présent en Belgique et aux Pays-Bas, ont annoncé s'être mis d'accord avec Bertelsmann pour lui racheter l'intégralité de ses activités audiovisuelles en Belgique, faisant ainsi émerger un nouveau leader plurimédia, présent dans la presse, sur l'internet et, désormais, à la télévision et la radio. RTL Belgium est en effet le premier groupe audiovisuel privé de Belgique francophone avec ses trois chaînes RTL-TVI (généraliste), Club RTL (jeunesse) et Plug RTL (fictions et télé-réalité) ainsi que des chaînes de radio (Bel RTL, Radio Contact).

Mais, en Belgique, RTL Group n'a pas souhaité participer à la consolidation stratégique des marchés. Le groupe allemand était pourtant devenu le seul actionnaire de sa filiale belge en décembre 2020, alors qu'il ne disposait auparavant que d'une participation minoritaire. La direction de Bertelsmann estime en effet que les offres locales sont les seules capables de résister à la concurrence des offres des géants du numérique, qu'il s'agisse des plateformes sur le marché publicitaire ou des services de SVOD (Subscription Video on Demand – service de vidéo à la demande) sur le marché plus restreint de la consommation de programmes audiovisuels. Rossel et DPG ont pour eux cet ancrage local fort en Belgique. Les deux groupes contrôleront à parité RTL Belgium, racheté 250 millions d'euros, une fois obtenue l'autorisation des autorités de concurrence. Ils devront ensemble mettre fin aux difficultés de RTL Belgium, l'ensemble audiovisuel ayant été grandement pénalisé par la crise sanitaire avec des revenus en baisse de 14 % en 2020, notamment du fait de la chute des dépenses publicitaires des annonceurs.

Aux Pays-Bas, en revanche, Bertelsmann s'impose comme l'acteur majeur de la consolidation des marchés. Le 22 juin 2021, le groupe allemand a annoncé la fusion des activités de RTL Group avec celles de Talpa Network, la société de John de Mol qui édite plusieurs chaînes de télévision et des stations de radios. Le nouvel ensemble représentera ainsi 40 % du marché de la télévision aux Pays-Bas, avec les chaînes RTL 4, 5, 7 et RTL Z apportées par RTL Group et les chaînes SBS6 et SBS7 pour Talpa Network. RTL Pays-Bas est également présent sur l'internet avec son service de SVOD Videoland, deuxième acteur du marché avec 1 million d'abonnés, contre 3,6 millions pour Netflix en 2020. Le nouvel ensemble, une fois la fusion autorisée, sera détenu à 70 % par RTL Group et à 30 % par John de Mol.

L'objectif est de faire émerger un acteur national puissant, présent dans la production locale, afin de proposer une alternative aux services américains. Le nouvel ensemble, avec un chiffre d'affaires de

909 millions d'euros, conservera le nom de RTL Nederland, les équipes du groupe allemand restant à sa tête. John de Mol se consacrera au développement de la production audiovisuelle, notamment les émissions de flux où l'inventeur de la télé-réalité a imaginé certains des concepts les plus populaires avec *Big Brother* (*Loft Story* en France) et *The Voice*. John de Mol revient ainsi à ses premières passions alors qu'il avait cédé au britannique ITV ses activités de production audiovisuelle réunies dans Talpa Media.

La même logique de consolidation des marchés est engagée en Allemagne où Bertelsmann a annoncé, le 6 août 2021, le rachat de sa filiale d'édition Gruner + Jahr par RTL Group Allemagne afin de faire émerger un acteur national plurimédia d'envergure. Ce rachat n'est qu'une première étape. Si les opérations de fusions engagées en France, en Belgique, aux Pays-Bas sont autorisées par les autorités de concurrence, alors un rapprochement entre les deux leaders de la télévision privée en Allemagne devient possible : ensemble, RTL Group et ProSiebenSat.1 seraient une alternative à Netflix selon Thomas Rabe, le PDG du groupe Bertelsmann.

AJ

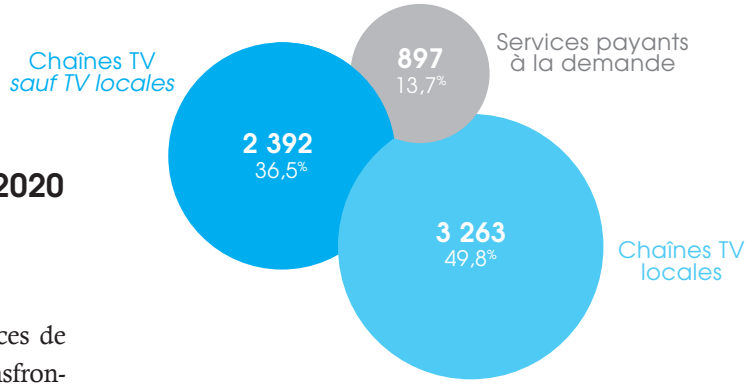
Sources :

- « Pays-Bas : RTL et Talpa s'unissent pour créer un leader local des médias », Stefan de Vries, *Les Échos*, 24 juin 2021.
- « RTL Group marie sa filiale néerlandaise à John de Mol », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 25 juin 2021.
- « Le groupe RTL se sépare de sa branche en Belgique », Tom Kerkour, *Le Figaro*, 29 juin 2021.
- « Le groupe Rossel et DPG Belgium rachètent RTL Belgium », AFP, offremedia.com, 29 juin 2021.
- « Bertelsmann rapproche télé et presse en Allemagne en mariant RTL et Gruner + Jahr », Guillaume Caire, *Les Échos*, 9 août 2021.

La migration post-Brexit des SMA

Marché audiovisuel européen en 2020

(UE27)



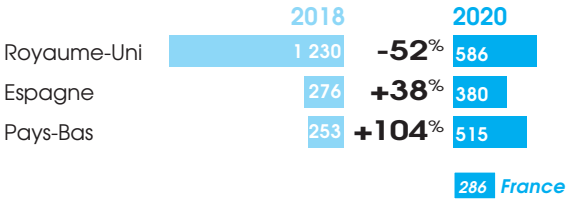
Total : 6 552 SMA

Malgré le transfert d'un grand nombre de services de médias audiovisuels (SMA), principalement transfrontaliers, vers d'autres territoires, le Royaume-Uni demeure le premier marché audiovisuel en Europe. Discovery, Disney, NENT, NBC, Viacom, Sony, SPI International, Turner ou encore Sky News et BBC World News ont quitté le Royaume-Uni où elles étaient installées de longue date, pour s'implanter aux Pays-Bas, au Luxembourg et en Espagne.

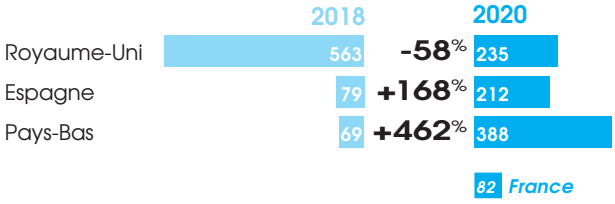
En 2020, un quart des chaînes TV établies en Europe sont transfrontalières, ciblant les marchés extra-nationaux. Un tiers des chaînes télévisées ayant migré entre 2018 et 2020 se sont implantées principalement aux Pays-Bas (18%) et en Espagne (14%)

Premiers pays européens en nombre de chaînes TV

Établies sur leur territoire



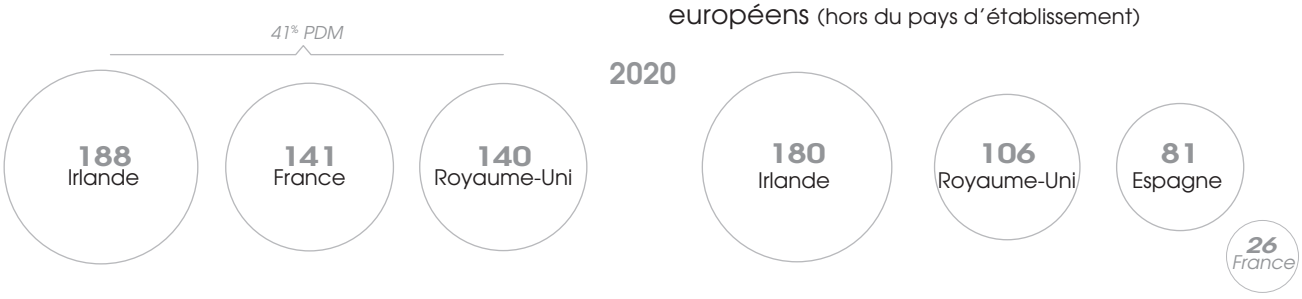
Dont celles destinées aux autres marchés européens (hors du pays d'établissement)



Premiers pays européens en nombre de services à la demande payants

Établis sur leur territoire

Dont ceux destinés aux autres marchés européens (hors du pays d'établissement)



Source : d'après "Audiovisual media services in Europe. Supply figures and AVMSD jurisdiction claims-2020", Agnes Schneeberger, European Audiovisual Observatory, Council of Europe, www.obs.coe.int, June 2021.

FL
Infographie *La rem*

Radio, édition, travel retail et Vivendi : Lagardère pose des jalons

La fin de la commandite conduit Vivendi à prendre le contrôle éclair du groupe Lagardère : Europe 1 va travailler avec Canal+, Hachette consolide ses positions aux États-Unis, les magasins asiatiques s'associent à JD.com.

L'accord trouvé entre les actionnaires de Lagardère, qui met fin à la commandite (voir *La rem* n°57-58, p.46), s'est concrétisé en assemblée générale, le 30 juin 2021. Il fait du groupe Vivendi le premier actionnaire de Lagardère. Mais Vivendi n'a pas attendu pour intervenir au sein de Lagardère, en particulier en ce qui concerne Europe 1. En difficulté, la radio généraliste, qui a des coûts de grille élevés, a divisé par deux son audience en moins de dix ans. Vivendi a donc souhaité, avant même le vote de l'assemblée générale, anticiper celui-ci pour intervenir à un moment clé dans le calendrier des radios, celui de la définition de la nouvelle grille de rentrée. La méthode Vivendi est classique et vise à adosser Europe 1 aux chaînes gratuites du groupe Canal+ (C8 et CNews) afin de mettre en œuvre des synergies, par exemple le partage d'animateurs et le transfert de notoriété qu'ils autorisent, voire le partage d'émissions – ce qui sera notamment le cas de l'émission de Laurence Ferrari, *Punchline*, qui sera diffusée simultanément sur CNews et Europe 1. De ce point de vue, Europe 1 va bénéficier des avantages qui sont ceux des radios concurrentes, ainsi du précurseur BFM, présent à la radio et à la télévision ; de RTL, qui s'est rapprochée des chaînes de M6 ; de Radio France, qui est alliée avec France Télévisions au sein de France Info TV.

Au-delà des synergies annoncées, le transfert d'animateurs et de journalistes venus de CNews a inquiété nombre de journalistes d'Europe 1. En effet, en offrant des tribunes à des profils très nationalistes et conservateurs, CNews est désormais identifiée comme une chaîne partisane, très à droite, même si ce constat ne saurait être généralisé à tous les journalistes et à toutes les émissions. Reste qu'Europe 1 semble reproduire ce qu'iTélé a connu : une fuite d'un nombre important de journalistes inquiets des intentions de Vincent Bolloré, qui contrôle Vivendi ; un engouement d'autres journalistes convaincus qu'il est plus que nécessaire de changer la station pour qu'elle bénéficie encore de perspectives ; l'assurance apportée par un actionnaire stable ; une refonte en profondeur de l'offre éditoriale qui va repositionner Europe 1 dans le paysage audiovisuel en ciblant prioritairement les cadres actifs et les publics aisés. Au moins les journalistes les plus inquiets avaient-ils raison : les synergies entre Europe 1 et Canal+ annonçaient bien plus qu'une simple relance de la station. Le 15 septembre 2021, le groupe Vivendi a en effet annoncé lancer une OPA (offre publique d'achat) sur Lagardère après avoir conclu un accord avec le deuxième actionnaire du groupe, Amber Capital, qui lui cède sa participation.

Alors que l'accord sur la fin de la commandite prévoyait une période de cinq ans de statu quo entre les actionnaires, Vivendi a finalement obtenu l'aval des principaux actionnaires pour prendre le contrôle total du groupe Lagardère trois mois à peine après la fin de la commandite. Le retrait d'Amber, le fonds à l'origine de la dénonciation de la commandite, conduit Vivendi, actionnaire à hauteur de 27,2 %, à monter à 45,1 % du capital du groupe Lagardère, ce qui l'oblige à lancer une OPA sur les autres titres. L'opération est souhaitée puisque la Financière Agache (Bernard Arnaud) et Arnaud Lagardère la soutiennent alors que leur alliance, à l'origine, visait à contrer les ambitions de Vivendi. Le groupe contrôlé par Vincent Bolloré propose une prime de 23,6 % sur le cours de l'action Lagardère le jour de l'annonce, soit 610 millions pour racheter les 17,93 % du capital de Lagardère détenus par Amber. L'opération devra toutefois obtenir l'aval des autorités de concurrence.

En s'emparant de Lagardère, Vivendi prend le contrôle d'un groupe qui réalise 4,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires – 54 % du montant étant apporté par Hachette, la branche édition de Lagardère, numéro 1 en France et numéro 3 aux États-Unis. Or, Vivendi contrôle également Editis, le numéro 2 de l'édition en France (voir *La rem* n°48, p.42), loin devant les éditions

Gallimard et le groupe Media Participations, les numéros 3 et 4 du marché. La réunion d'Editis et de Hachette, si elle devait être autorisée, ne manquera pas de s'accompagner de cessions imposées par les autorités de concurrence. Mais Vivendi a des arguments à faire valoir, notamment la nécessité de disposer de groupes d'édition puissants pour négocier avec les plateformes, qui contrôlent la distribution numérique des livres et s'imposent également sur le marché en favorisant l'autoédition. Le périmètre de marché à considérer n'est plus, dans ce cas, celui des seuls éditeurs classiques, ce qui avait conduit, en 2003, les autorités de concurrence à refuser à Lagardère de racheter Editis à Vivendi.

En s'adossant à un grand groupe de médias, Lagardère retrouvera les moyens de ses ambitions, ce qui s'est traduit par deux initiatives qui attestent d'une mise en œuvre rapide d'une nouvelle stratégie. Dans l'édition, Lagardère – qui a vu Bertelsmann, son concurrent aux États-Unis, s'emparer de Simon & Schuster (voir *La rem* n°56, p.60) – a annoncé, le 16 août 2021, racheter l'éditeur américain Workman au prix de 240 millions de dollars. Emmenée par Warner Book, racheté par Lagardère en 2006, l'activité d'édition de Lagardère aux États-Unis va désormais représenter 30 % du total des revenus d'Hachette. Dans son autre grand secteur d'activité, le retail media, Lagardère a aussi amorcé un repositionnement en faisant entrer, le 1er septembre 2021, deux groupes chinois dans le capital de ses magasins dans les gares et aéroports d'Asie. Parmi eux, JD.com, le numéro 2 du e-commerce en Chine derrière Alibaba, qui doit aider Travel Retail Asia à développer une stratégie multicanal, les *duty free* du groupe devenant ainsi des lieux où l'on récupère des commandes passées à l'avance sur Internet. Enfin, la troisième activité du groupe Lagardère, moins importante, concerne ses médias avec Europe 1, mais aussi le *JDD (Journal du Dimanche)* et *Paris Match* : si Europe 1 devra travailler avec Canal+, le *JDD* et *Paris Match* vont intégrer le premier groupe de presse magazine français depuis que Vivendi a racheté Prisma Media fin 2020 (voir *La rem* n°57-58, p.43). Dans la presse, Vivendi a encore renforcé son périmètre en rachetant, en septembre 2021, Édition Presse Magazines 2000, éditrice de *Télé Z.*

AJ

Sources :

- « Bolloré multiplie les ponts entre Canal+ et Europe1 », Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 17 juin 2021.
- « Lagardère ouvre une nouvelle page de son histoire », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 1er juillet 2021.
- « Europe 1 : les salariés se pressent pour quitter la radio », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 9 juillet 2021.
- « Hachette Livre acquiert Workman Publishing pour 240 millions de dollars », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 17 août 2021.
- « Lagardère appelle le chinois JD.com à la rescousse », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 3 septembre 2021.
- « Vivendi va lancer une OPA sur Lagardère », David Baroux, *Les Échos*, 15 septembre 2021.
- « Vivendi va lancer une OPA sur le groupe Lagardère », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 16 septembre 2021.

Le foot français à la merci d'Amazon

Amazon a récupéré le principal lot de la Ligue 1 pour un montant trois fois inférieur à celui promis par Mediapro. Canal+ et beIN vont tout faire pour payer moins, quitte à ne plus diffuser la Ligue 1. À l'heure de la SVOD, le foot prend le risque de devenir un produit médiatique parmi d'autres et la LFP celui de dépendre du bon vouloir des plateformes.

La Ligue française de football (LFP) avait vu gros avec Mediapro : plus de 1 milliard d'euros par saison sur la période 2020-2024, dont 800 millions d'euros payés par le groupe espagnol pour 80 % des matchs ; 330 millions d'euros pour beIN, finalement associé à Canal+ (20 % des matchs, sans les dix plus belles affiches) ; enfin des droits numériques pour Free à hauteur de 42 millions d'euros (voir *La rem* n°48, p.103). C'était sans compter avec les difficultés des chaînes payantes à recruter de nouveaux abonnés. L'offre 100 % foot de Mediapro ne s'est finalement pas imposée, avec au mieux 600 000 abonnés, loin des 3,5 millions nécessaires, à 25 euros par mois, pour rentabiliser l'immense investissement consenti dans les droits de la Ligue 1. Mediapro a donc quitté la France sans payer en décembre 2020, permettant à Canal+ de récupérer la totalité de la Ligue 1 pour la fin de la saison 2020-2021 (voir *La rem* n°57-58, p.50). La LFP a lancé un nouvel appel d'offres pour les saisons 2021-2024 en espérant pouvoir compter sur l'arrivée de diffuseurs numériques afin de faire jouer la concurrence et d'éviter une baisse trop importante des droits. Cette stratégie a été celle de la Liga italienne après le retrait de Mediapro, DAZN ayant pris le contrôle de l'essentiel des matchs. En effet, la hausse des droits a obéré financièrement nombre de chaînes payantes et seule l'alliance Canal+-beIN résiste encore en France pour proposer du sport sur la télévision payante (voir *La rem* n°53, p.39), ce qui la met en position d'imposer à la LFP une baisse du coût des droits de diffusion.

La LFP aura donc tout fait pour éviter une dépendance trop grande à l'égard de Canal+, son diffuseur historique, quitte à faire un pari risqué pour l'avenir. En effet, en choisissant, le 11 juin 2021, de confier à Amazon l'ancien lot détenu par Mediapro, la LFP mise sur une distribution numérique de l'essentiel de la Ligue 1. Alors que l'audience la Ligue 1 a été divisée par deux en une décennie, justifiant du côté de Canal+ une baisse des droits, la LFP mise sur le service d'e-commerce avec son offre associée de vidéo en ligne pour toucher de nouveaux publics, plus jeunes et plus populaires, tandis que Canal+ a d'abord des abonnés familiaux et relativement aisés. Avec Amazon Prime Video, la Ligue 1 rejoint un service de SVOD parmi les plus dynamiques en France, qui compte entre 9 et 10 millions d'abonnés, le service étant offert avec l'offre de livraison illimitée de colis. Et Amazon apporte aussi sa compétence du direct avec sa plateforme Twitch. En revanche, Amazon ne paiera que 250 millions d'euros par saison pour l'ex-lot de Mediapro en Ligue 1, et 9 millions d'euros pour la Ligue 2, ce qui correspond à une division par trois du montant des droits payés pour ce lot comparé aux engagements, certes non tenus, de Mediapro.

Cette baisse très importante du coût des droits de diffusion des matchs de la Ligue 1, cédée par la LFP à Amazon, est une prise de risque majeure, même si elle permet à la LFP d'ouvrir le marché et de se positionner dans des environnements amenés à jouer un rôle central dans la distribution des évènements sportifs. En effet, la LFP, malgré cette baisse importante, parvient à maintenir en grande partie le montant de ses droits par rapport à l'ancienne saison : avant l'arrivée de Mediapro qui valorisait les droits de diffusion du football français à plus de 1 milliard d'euros chaque année, la saison était vendue 750 millions d'euros à Canal+ et beIN ; avec Amazon – mais aussi avec le lot 3 de beIN, sous-licencié à Canal+, et le lot numérique de Free –, la saison est finalement vendue 663 millions d'euros par an pour la période 2021-2024. La perte est importante mais elle n'est pas trop élevée. D'ailleurs, l'argument financier est invoqué par la LFP pour justifier la cession des droits à Amazon. L'offre de Canal+ associé à beIN – le premier souhaitant diffuser les plus belles affiches, quand le second aurait lancé une chaîne dédiée au foot avec le reste des matchs de la

Ligue 1 – était moins-disante de 60 millions d'euros chaque année. Mais, beIN et Canal+ disposant du lot 3, les sélectionner évitait tout contentieux juridique en leur confiant une exclusivité sur la diffusion de la L1. En optant pour Amazon, la LFP prend le risque de perdre l'essentiel : les 330 millions d'euros versés par beIN chaque année pour 20 % des matchs. En effet, avant même le nouvel appel d'offres, Canal+ a contesté le montant des droits du lot 3, lié à la surenchère de Mediapro, et le groupe a demandé que ce dernier soit intégré dans le nouvel appel d'offres. Or, la LFP a obtenu de l'Autorité de la concurrence, le jour même de l'annonce des résultats de son appel d'offres, la confirmation qu'elle pouvait ne pas intégrer ce lot dans l'appel d'offres. Mais la cession des droits à Amazon à un prix défiant toute concurrence rebat les cartes : elle donne à Canal+ des arguments nouveaux dans sa bataille juridique pour obtenir une baisse des droits payés à la LFP par l'intermédiaire du contrat de sous-licence qui le lie à beIN.

Dès le résultat de l'appel d'offres connu, Canal+ a annoncé qu'il ne comptait pas diffuser les deux matchs de Ligue 1 par journée du lot 3, rompant ainsi l'accord de sous-licence conclu avec beIN. Devant le tribunal de commerce de Nanterre, Canal+ a obtenu gain de cause le 23 juillet 2021 : l'accord est caduc si, et seulement si, beIN ne remplit pas ses obligations contractuelles, dont celle de lancer des poursuites contre la LFP du fait des différences de tarifs désormais constatées d'un lot à l'autre. Pour éviter la rupture du contrat de sous-licence, beIN a donc porté plainte contre la LFP pour *« distorsion de concurrence »* et *« abus de position dominante »* auprès de l'Autorité de la concurrence et de la Commission européenne. La semaine suivante, beIN s'est placé sous la protection du tribunal de commerce de Nanterre pour ne pas payer les sommes dues à la LFP avant que le tribunal ne reconsidère le respect de ses engagements dans le contrat qui le lie à Canal+, la mise sous protection forçant par ailleurs Canal+ à discuter avec la LFP dans le cadre d'une procédure de conciliation. Le 5 août 2021, le même tribunal a, en bonne logique, exigé de Canal+ qu'il respecte ses engagements contractuels auprès de beIN, à savoir payer les droits sous-licenciés et diffuser les deux premiers matchs de la saison compris dans le lot 3. Si Canal+ a obtempéré, il a fait appel avec l'espoir que le jugement sur le fond lui donnera finalement raison. C'est le pari cette fois-ci de beIN et de Canal+ qui, ensemble, ont ouvert le maximum de procédures pour obtenir une décision de justice qui rende caduques les conditions d'attribution du lot 3. Si ces procédures aboutissent, la LFP aura beaucoup perdu.

En effet, en cédant les droits à beIN et à Mediapro, la LFP avait privé de Ligue 1 Canal+, son diffuseur historique. Mais les droits étaient cédés avec la possibilité de les sous-licencier, ce qui a permis à Canal+ de revenir dans le jeu, les équilibres restant ceux de la distribution de la télévision payante où Canal+ est un acteur central. Avec des droits cédés à Amazon, il n'y a aucune chance d'espérer un partage de ceux-ci : le géant de l'e-commerce ne rencontrera pas de difficultés financières. Une saison de Ligue 1 représente en effet cinq jours de bénéfices pour Amazon… La LFP bascule donc en grande partie dans le streaming vidéo en se soumettant à ses règles : le foot devient un produit d'appel pour fidéliser des consommateurs en ligne et, comme Amazon aime à le rappeler, pour « vendre des chaussettes ». C'est tout du moins ce qui a convaincu Amazon d'investir dans les droits de diffusion de Roland-Garros, les matchs étant mis à leur disposition sans supplément pour les abonnés d'Amazon Prime Video, parce que *« les abonnés les plus engagés avec Prime Video tendent à être plus actifs dans l'écosystème Amazon et plus longtemps »*. Prudent, Amazon a toutefois choisi de facturer la Ligue 1 en plus de l'abonnement à Prime Video, à 12,99 euros par mois. C'est deux fois moins cher que le prix de l'abonnement vendu il y a un an par Mediapro, mais le coût des droits est trois fois moins élevé. Amazon évite ainsi d'être accusé de fausser le marché des droits sportifs en transformant ces derniers en simple dépense marketing ou de vendre à perte si les matchs avaient été inclus dans l'abonnement Prime Video.

La LFP a donc fait un choix qui semble définitif. Elle va forcer Canal+ à vivre sans la Ligue 1, la chaîne ayant recentré sa communication sur les compétitions européennes de football (dont la Champions League) et sur son offre de programmes audiovisuels et cinématographiques, de plus en plus souvent distribuée par l'intermédiaire de MyCanal, avec une démarche

d'agrégation des contenus les plus demandés (Netflix, Disney+, beIN). De ce point de vue, Prime Video n'est qu'un catalogue parmi d'autres, avec des matchs de foot parmi d'autres. Le rugby, la moto et la Formule 1 sont censés prendre le relais sur la chaîne cryptée, le rendement des droits étant, sur ces sports, beaucoup plus favorable. La Ligue a aussi fait le choix de soutenir les services de vidéo qui fragilisent les chaînes payantes de télévision et qui tirent les prix des abonnements vers le bas. Or, ces services, dont Prime Video, sont dans une logique de contrôle des coûts : Netflix est devenu le plus grand producteur au monde pour ne pas dépendre des studios qui jouaient la surenchère ; DAZN et Amazon investissent certes dans les droits sportifs, mais ils entrent sur le marché quand celui-ci est orienté à la baisse. Si Canal+ parvient à vivre sans la Ligue 1, les droits du football en France ne seront plus stratégiques et la surenchère qui les caractérise depuis les années 1990 va cesser, avec une baisse inévitable des montants à la clé. Cette baisse pourrait s'enclencher rapidement en cas de décision favorable à Canal+ et beIN, suite aux actions en justice qu'ils ont lancées.

AJ

Sources :

- « Amazon devient le principal diffuseur du football français », Nicolas Madelaine, Marina Alcaraz, David Barroux, *Les Échos*, 14 juin 2021.
- « L'exubérance irrationnelle de la LFP », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 14 juin 2021.
- « Amazon prend la balle au bond », Marina Alcaraz, *Les Échos*, 28 juin 2021.
- « Le foot français à 13 euros plus un abonnement à Amazon Prime », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 15 juillet 2021.
- « Twitch, le nouveau terrain incontournable pour le football français », Guillaume Caire, *Les Échos*, 22 juillet 2021.
- « Droits du foot : après la victoire de Canal+, la Ligue et beIN prêts à riposter », Marina Alcaraz, *Les Échos*, 26 juillet 2021.
- « Droits TV du foot : la guerre est déclarée entre beIN Sports et la LFP », Claudia Cohen, *Le Figaro*, 27 juillet 2021.
- « Foot : BeIN sous la protection du tribunal de commerce », Marina Alcaraz, *Les Échos*, 2 août 2021.
- « Foot : la Ligue 1 démarre, la bataille juridique va se poursuivre », Fabio Benedetti Lalentini, *Les Échos*, 6 août 2021.
- « Canal+ va payer et diffuser les débuts de la L1 », Enguérand Renault, Claudia Cohen, *Le Figaro*, 6 août 2021.
- « Diffusion du sport : Canal+ riposte à Amazon », Fabio Benedetti Lalentini, *Les Échos*, 1er septembre 2021.

USAGES

Radio : les auditeurs passent au podcast

Perte de 1,9 million d'auditeurs entre 2019 et 2020, mais hausse constante du nombre d'écoutes et de téléchargements de podcasts : pour la rentrée 2021, la radio, qui fête son centenaire, essaie de tirer parti du goût de plus en plus prononcé des Français pour le podcast et la consommation de l'audio à la demande.

Si la radio est toujours le média bénéficiant le plus de la confiance des Français, la chute de ses audiences n'en reste pas moins une tendance de fond (voir *La rem* n°53, p. 52) que la vie en temps de pandémie et les confinements n'ont pas contribué à corriger. En effet, média d'accompagnement par excellence, la radio a souffert de la réduction drastique des trajets en voiture – qui représentent généralement un tiers de son temps d'écoute – et de la pratique du télétravail, perdant près de 2 millions d'auditeurs selon Médiamétrie entre novembre et décembre 2020 par rapport à l'année précédente, soit une chute de quatre points d'audience cumulée entre 2019 et 2020 (de 77,5 % à 73,6 %).

Cependant, les Français sont loin de s'être détournés de la consommation de contenus audio. Une évolution manifeste des habitudes d'écoute s'installe avec le succès des podcasts de replay – rediffusions d'émissions – et des podcasts natifs – créations de contenu audio original, diffusées uniquement en ligne et à la demande. Ces nouveaux formats offrent aux auditeurs la liberté de choisir où, quand et quoi écouter, à la faveur d'une diversité de thématiques mais également de supports. Selon Médiamétrie, 21 % des internautes consommaient, en 2020, des podcasts de replay. Les podcasts natifs étaient écoutés, quant à eux, par 3,4 millions de Français chaque semaine en 2019 – 9 % des 18-64 ans. Ce chiffre est passé à 14 % en 2020, soit 5,3 millions de personnes. L'écoute à la demande explose nettement : + 42 % entre septembre 2020 et septembre 2021. Ce bond s'explique en partie par la

généralisation de la mesure d'audience effectuée par Médiamétrie à l'ensemble des programmes de France Inter et de France Culture depuis août 2021 – la mesure des autres stations du groupe étant partielle. Néanmoins, l'augmentation de 28 % des écoutes et des téléchargements entre août et septembre 2021 en France suffit à témoigner de la popularité du podcast auprès des Français.

Auditeurs de podcasts aux États-Unis et en Europe en 2021
En % du nombre d'internautes

États-Unis	*40,0%*
Suède	34,6%
Norvège	34,2%
Espagne	30,0%
Danemark	28,4%
Royaume-Uni	27,9%
Finlande	27,6%
Italie	25,0%
Allemagne	24,4%
France	22,9%

Source : d'aprés eMarketer, July 2021.

La pratique du podcast est née aux États-Unis, où l'écoute à la demande est entrée dans les mœurs. Les Américains sont les plus gros consommateurs de podcasts au monde. L'écoute du podcast s'y répand dans les années 2000 avec le déploiement d'internet et le lancement de l'iPod, le baladeur d'Apple à l'origine du mot (contraction d'iPod et de *broadcast*). Internet et l'iPod ont permis d'écouter la radio différemment avec l'accès au replay, entraînant ensuite la création de contenus natifs. En 2007, le premier iPhone est commercialisé, facilitant encore davantage l'écoute des podcasts, mais c'est en 2014 que ce format prend une autre envergure. Les éditeurs de *The American Life*, émission radiophonique à succès, lancent *Serial*, podcast d'investigation qui relate un crime réel survenu à Baltimore en 1999. Véritable tournant dans l'évolution du podcast, la sortie de *Serial* a lancé la popularité du format : les trois années suivant sa création, le nombre d'auditeurs de podcasts a doublé aux États-Unis. En 2017, près de 25 % des Américains écoutaient des podcasts chaque mois, contre 12 % en 2013 (voir *La rem* n°44, p. 48-50). En 2020, cette pratique concerne 40 % des Américains âgés d'au moins 18 ans, tandis que 28 % des 12 ans et plus en écoutent chaque semaine.

Du flux au stock, ce format qui séduit un public jeune

L'arrivée de ce format en France s'est faite de façon plus progressive, et son succès est légèrement plus tardif qu'outre-Atlantique. Les premières initiatives datent des années 2000 : Arte Radio, l'un des précurseurs du secteur, a été créée en 2002, alors que Radio France a permis la réécoute en streaming de ses contenus dès 2005. Mais c'est à partir de 2016, deux ans après le lancement aux États-Unis de *Serial*, que les radios se positionnent dans l'édition de podcasts, et que leur écoute a rapidement augmenté.

Les jeunes sont les plus grands consommateurs de podcasts. Alors que l'âge moyen de l'audience de la radio généraliste tourne autour de 55 ans, l'écoute en différée ou en replay d'émissions radiophoniques est majoritairement pratiquée par les 25-50 ans, soit 59 % des auditeurs. Les podcasts natifs sont plébiscités par les moins de 35 ans, qui représentent également environ 60 % de leur audience. Cet engouement témoigne d'une moindre appétence pour l'écoute en direct au profit d'une consommation de contenus audio à la demande en phase avec les facilités offertes par les technologies numériques et les envies d'un public jeune et citadin composés d'étudiants, mais aussi de cadres et de CSP+. En effet, en ce qui concerne le podcast natif, 46 % de son audience est composée de CSP+ (27 % sont cadres), 50 % des auditeurs vivent dans des grandes villes et ils sont âgés en moyenne de 35 ans.

Pour écouter la radio, selon Médiamétrie, plus de 8 millions d'auditeurs – dont près de 20 % sont âgés de 25 à 49 ans – utilisent leur smartphone (4,7 millions d'utilisateurs), leur ordinateur (1,5 million) ou leur assistant vocal (1,1 million), enfin leur télévision ou tablette (respectivement 994 000 et 444 000 personnes). En 2021, ces supports représentent plus de 17 % du

volume d'écoute de la radio, contre 15 % l'année précédente. Le podcast et le replay semblent donc être de bons moyens pour répondre aux attentes et aux usages de ces jeunes qui privilégient la consommation de l'audio quand bon leur semble. En témoigne le bond de 9 % entre 2019 et 2020 des écoutes en replay de la radio, le plus souvent la semaine qui suit la diffusion des contenus, soit 21 % des internautes qui écoutent en différé des contenus radiophoniques.

Les podcasts de replay
les plus écoutés et/ou téléchargés
Septembre 2021

	Monde
Les Grosses Têtes RTL	13 787 000
L'After Foot RMC	13 283 000
Hondelatte raconte Europe 1	6 997 000
Par Jupiter ! France Inter	5 773 000
Affaires sensibles France Inter	4 875 000
Super Moscato Show RMC	3 509 000
Les Nuits de France Culture France Culture	2 773 000
L'Heure du crime RTL	2 546 000
Les Grandes Gueules RMC	2 544 000

Source : d'après Médiamétrie.

Afin de mieux répondre à cette nouvelle tendance, les radios ont adapté leurs grilles de programmes, leurs applications et leurs sites web en intégrant ces nouveaux formats. Le groupe Radio France a été pionnier dans ce domaine. Dès 2005, la radio publique a mis en place un catalogue très large de programmes natifs ou de replay. Une stratégie qui s'est avérée payante : le groupe totalise, en moyenne, 80 millions de téléchargements de podcasts par mois parmi les 1 000 programmes proposés selon une grande diversité de thématiques. Ces bons chiffres sont soutenus par France Inter et France Culture, respectivement première et deuxième radio les plus podcastées en 2021. Les radios privées ne sont pas en reste avec des records d'écoute et de téléchargement de leurs podcasts en avril 2021, ainsi de RTL avec *Les Grosses Têtes* (plus de 11 millions de téléchargements ou d'écoutes), de l'*Afterfoot* sur RMC (plus de 10 millions) ou encore de *Hondelatte raconte* sur Europe 1 (5 millions).

Le podcast natif : véritable phénomène

Toutes les radios, publiques ou privées, proposent un éventail de podcasts natifs qui couvrent des thématiques grand public, comme *Au cœur de l'Histoire* sur Europe 1, ou qui s'adressent à des publics ciblés, notamment les enfants. Ainsi France Inter, avec des contenus spécialisés et originaux, tels que *Bestioles*, *Une histoire et… Oli*, ou encore, en 2021, le nouveau *La Présidentielle pour les kids*, répond au désir des parents souhaitant éloigner leurs enfants des écrans, tout en leur proposant une alternative à la lecture.

Cette offre de podcasts natifs suscite un réel engouement chez les consommateurs de contenus audio, qui se traduit par une augmentation vertigineuse du nombre de téléchargements et d'écoutes : +48 % de consommateurs mensuels entre 2019 et 2020 (contre une hausse de 9 % pour les podcasts de replay), selon Médiamétrie. La consommation de podcasts natifs s'est accélérée durant le confinement et avec l'essor du télétravail : 61 % de ceux qui écoutaient déjà ce type de contenu ont déclaré avoir augmenté cette pratique pendant la crise sanitaire, et un tiers des auditeurs de podcasts en 2020 ont par ailleurs découvert ce format pendant la pandémie.

Le succès du podcast natif s'explique aussi par le goût des jeunes pour de nouveaux contenus, aux formats moins rigides, avec des voix plus intimes, des thématiques variées, allant de l'humour au fait divers en passant par la philosophie, le militantisme, la cuisine ou le développement personnel. En effet, considéré comme un média à part entière par 90 % de ses utilisateurs, le podcast natif séduit par son ton décalé et ses sujets qui ne trouvaient pas jusqu'ici leur place dans les grilles de programmes traditionnelles des radios.

L'ampleur du phénomène se mesure également à la notoriété du podcast. La série *Only Murders In The Building*, diffusée sur Disney+ et sur la plateforme Hulu, met en scène trois fans d'un podcast de *true crime* (incarnés par Selena Gomez, Martin Short et Steve Martin) qui, à la suite d'un meurtre dans leur immeuble, se mettent en tête de résoudre l'affaire, tout en relatant l'avancée de leur enquête grâce à leur propre podcast. Inspirée de plusieurs podcasts à succès aux États-Unis, cette série traduit l'attrait pour ce type de format. Les coulisses de la production sont elles-mêmes racontées par ses trois principaux acteurs sous la forme d'un… podcast, disponible sur la plateforme Apple dédiée à ces contenus. Une illustration du lien étroit entre le podcast, les autres supports médiatiques… et les plateformes.

Les podcasts natifs les plus téléchargés
Nombre de téléchargements en septembre 2021

	Monde	France
Culture générale Choses à savoir	1 773 339	1 278 292
Transfert Slate	912 278	734 621
Bliss Stories Bliss Stories	689 869	602 060
Le Cœur sur la table Binge Audio	586 811	454 162
Code source *Le Parisien*	570 504	482 826
La Story Les Échos	541 337	432 447
Sur le fil AFP Audio	507 146	489 174
Sciences Choses à savoir	474 463	361 345
Métamorphose, éveille ta conscience Métamorphose	472 457	374 467
Crimes + Histoires vraies Studio minuit	433 105	314 691

Source : d'après ACPM.

Un modèle économique qui reste à trouver

L'offre de podcasts ne cesse de s'enrichir, portée par l'émergence d'entreprises spécialisées dans le courant des années 2010. Producteurs et diffuseurs de podcasts natifs, Louie Média, Binge Audio, Majelan, Sybel sont, aux côtés des radios, les acteurs d'un marché en construction.

Si l'usage se généralise, le modèle économique du podcast reste à définir. Le coût de production varie entre 200 et 800 euros, voire 1 200 euros la minute selon l'ampleur du projet. Les radios commencent à rémunérer les auteurs de podcasts natifs, ainsi qu'en témoigne l'accord passé entre Radio France et la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD) en 2020 pour un montant qui n'a pas été dévoilé. Les radios privées comptent essentiellement sur leurs propres recettes publicitaires, mais elles sont confrontées à la concurrence des plateformes. En effet, les géants comme Apple (avec son application Apple Podcast), Spotify, Deezer ou Audible (propriété d'Amazon) entendent profiter du succès rencontré par ce format. Les grandes plateformes accélèrent leurs investissements : c'est notamment le cas du suédois Spotify, qui a dépensé près de 800 millions de dollars en 2019 et 2020 dans l'acquisition de contenus mais aussi de studios de production.

Les adeptes du podcast se disent prêts à payer pour un contenu audio original et de qualité. Néanmoins la formule par abonnement proposée par Spotify, Apple Podcasts et les pure-players n'est pas encore un mode de financement très répandu comparé au modèle *freemium*. En 2020, la publicité est, avec le parrainage, la ressource la plus courante. À en croire les prévisions concernant les États-Unis, les recettes publicitaires des podcasts dépasseraient le milliard de dollars en 2021.

Radios, plateformes… et DAB+

Avec le podcast et l'écoute à la demande, les radios disposent là d'un réel potentiel de développement, en s'appuyant notamment sur le déploiement de la Radio

numérique terrestre (RNT) ou DAB+ (Digital Audio Broadcasting), repoussé à 2022 en raison de la crise sanitaire. Outre les applications pour smartphone ou tablette propres à chaque station de radio, la pratique du podcast est également soutenue sur l'agrégateur de contenus Radioplayer France. Lancé en 2012 au Royaume-Uni, Radioplayer est présent aujourd'hui dans quatorze pays et ce service audio est arrivé en France au printemps 2021.

Ce « Salto de la radio » (voir *La rem* n°56, p. 36-38), gratuit, diffusait à son lancement les contenus de flux de près de 200 radios et 600 web-radios mais aussi des podcasts natifs. Forte de son succès en France, avec près de 250 000 téléchargements en six mois, la plateforme a étoffé son catalogue, notamment avec une trentaine de radios et une centaine de web-radio, et propose dorénavant 170 000 podcasts. Elle a aussi amélioré ses fonctionnalités en ajoutant, entre autres, une fonction start-over qui permet de reprendre au début une diffusion en cours.

L'application RadioPlayer France est prévue pour équiper les véhicules connectés, grâce à sa compatibilité avec les interfaces Apple Car Play ou Android Auto. Cela permet aux auditeurs qui écoutent la radio dans leur voiture (un Français sur trois) d'avoir accès à tous les contenus disponibles sur cette plateforme, et précisément les contenus audio de stock et autres podcasts. Après le cinéma et la télévision, la radio entre à son tour dans l'ère des catalogues d'œuvres et de programmes, chaque « marque » proposant à ses auditeurs une large palette de contenus, loin des contraintes d'écoute inhérentes aux grilles de programmes. Nouvelle façon de s'informer, nouvelle façon de se documenter ou de se divertir : un média est né.

AC

Sources :

- « Le podcast, un format à fort potentiel », Résultats & Repères, Audience le mag, mediametrie.fr, 16 septembre 2020.
- L'écosystème de l'audio à la demande ("podcasts") : enjeux de souveraineté, de régulation et de soutien à la création audionumérique, François Hurard, Nicole Phoyu-Yedid, Inspection générale des affaires culturelles, ministère de la culture, octobre 2020.
- « Podcasts natifs : Radio France signe un accord avec les auteurs », Marina Alcaraz, *Les Échos*, 4 novembre 2020.
- « Comment Spotify a réussi à mettre les investisseurs de son côté », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 29 décembre 2020.
- « Le podcast, nouvel eldorado de l'audio », Mickaël Patin, *L'Express*, 30 mars 2021.
- « Global Radio – Vague janvier-mars 2021 », communiqué de presse, Médiamétrie, mediametrie.fr, 18 mai 2021.
- « La radio, une centenaire en pleine crise existentielle », Aude Dassonville, *Le Monde*, 13 juin 2021.
- « L'année de la radio digitale », Amélie Moynot, Strategies.fr, 24 juin 2021.
- « La radio s'adapte pour être plus "podcastable" », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 16 août 2021.
- « Radio France confirme sa place de leader radio et podcast », communiqué de presse, Radio France, radiofrance.com, 9 septembre 2021.
- « The Appeal of Podcasts Show No Signs of Slowing », Jonathan Berr, *Forbes*, September 30, 2021.
- Classement Podcasts, ACPM, acpm.fr, septembre 2021.
- « Gastronomie, rap, opéra, Goncourt… Les podcasts de la rentrée », Émilie Grangeray, Pascal Galinier et Rosita Boisseau, *Le Monde*, 2 octobre 2021.
- « La mesure des podcasts en septembre 2021 », communiqué de presse, Médiametrie, mediametrie.fr, 7 octobre 2021.
- « L'application RadioPlayer décolle en France six mois après son lancement », AFP, 19 octobre 2021.
- « Les Français et le podcast natif », Étude CSA/Havas Paris/Podinstall pour le Paris Podcast Festival, 3e édition, csa.eu, octobre 2021.
- « In the realm of podcasting, the US is the global leader in all respects », Ethan Cramer-Flood, emarketer.com, October 29, 2021.

Violences et préjugés : la représentation des femmes sur YouTube

Culture du viol, images dégradantes, sexualisation, harcèlement, rapport patriarcal… la majeure partie des vidéos, principalement des clips musicaux, hébergées sur la plateforme YouTube sont sexistes, selon l'alerte de la Fondation des Femmes.

Abritée par la Fondation de France, la Fondation des Femmes œuvre pour le respect de leurs droits. En partenariat avec Sciences Po Paris, cette fondation présente une étude sur l'image des femmes véhiculée sur YouTube, première plateforme mondiale de partage de vidéos qui compte près de 20 millions de visiteurs par jour en France, principalement parmi les 15-24 ans. Cette étude prolonge, pour les années 2019 et 2020, une première analyse de la représentation des femmes sur YouTube entreprise en 2018 au sein du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), à l'initiative de Sylvie Pierre-Brossolette et avec le ministère de la culture. *« Les résultats en avaient été alarmants,* déplore l'ex-conseillère et membre de la Fondation des Femmes. […] *Hélas, la situation, déjà mauvaise, empire plutôt, confinement ou non. »*

Financée par la Chaire pour l'emploi et l'entreprenariat des femmes de Sciences Po, cette étude s'inscrit dans le cadre d'une mission sur l'image des femmes dans le numérique, réunissant la Fondation des Femmes et le Certificat Égalité femmes-hommes et politiques publiques de Sciences Po. Délivré par l'École d'affaires publiques et par le Programme de recherche et d'enseignement des savoirs sur le genre (Presage), ce certificat enseigne la construction des inégalités et l'évaluation des politiques contre ces discriminations.

Rassemblées par la société Wizdeo, les 200 vidéos les plus visionnées sur YouTube en 2019 et en 2020, soit 100 vidéos par année, composent l'échantillon, avec 74 % de vidéos de musique ; 8 % de programmes d'animation, 2 % de vidéos humoristiques, 2 % liées aux jeux vidéo et livestreaming, 2 % de divertissement et 3,5 % de tutoriels. Le contenu de ces 200 vidéos a été passé au crible du questionnaire établi par le CSA (Conseil supérieur audiovisuel) pour une première étude en 2018 ; l'analyse qui en résulte mène à des constats inquiétants.

Une surreprésentation masculine. Les hommes tiennent plus de 60 % des premiers rôles et 43 % de l'ensemble des rôles principaux et secondaires confondus, tandis que les femmes ne dépassent pas 17 % dans les deux cas. Les femmes tiennent le rôle principal dans 57 % des vidéos de tutoriels, 25 % des vidéos « Contenu personnel » et 17 % des vidéos de musique. Aucun rôle principal féminin dans les vidéos de la catégorie « Humour ».

Des représentations stéréotypées. En 2020, 75 % des vidéos YouTube étudiées véhiculent des stéréotypes, contre 62 % en 2019. La majorité des contenus (57 %) comportent des stéréotypes masculins et près de 40 % des stéréotypes féminins. L'« hyperviril », le « protecteur » et le « macho » sont les trois images schématiques les plus utilisées pour les personnages masculins. La « sentimentale », la « poupée », la « séductrice » et la « vénale » sont les archétypes récurrents des personnages féminins. L'image de la femme « maternelle » est présente dans 1 % des vidéos. Dans la plupart des contenus, plusieurs stéréotypes sont associés au genre féminin, nettement moins pour le genre masculin. En outre, dans la quasi-totalité des vidéos, les représentations schématiques des femmes sont construites essentiellement en référence à leurs partenaires masculins.

Sexualisation, séduction et violence. Dans plus de 20 % des vidéos, les personnages sont sexualisés : ce sont toujours des femmes dont les attributs physiques

FORMES DES VIOLENCES SEXUELLES ET SEXISTES OBSERVÉES DANS 200 VIDÉOS YOUTUBE EN 2019 ET 2020

38,7 %
INSULTES SEXISTES

25,8 %
PROPOS MISOGYNES À CARACTÈRE SEXUEL ET SEXISTE

sont mis en avant, confortant ainsi la caricature de la femme « objet sexuel ». Dans le même ordre d'idées, les propos à connotation sexuelle repérés dans 15 % des vidéos sont systématiquement (96 %) prononcés par des hommes. Près de 40 % des vidéos montrent des relations entre des personnages masculins et des personnages féminins basées sur la séduction. Les femmes sont souvent absentes des scènes dans lesquelles le rapport entre les personnages est neutre – 27 % des cas. Sont également notées 14 % de vidéos affichant un rapport conjugal stéréotypé, de type patriarcal avec une femme « maternante » et un homme « dominant ». Enfin, sur l'ensemble des vidéos examinées, un quart affiche une forme de violence. Le plus couramment, il s'agit d'une violence verbale observée dans environ 14 % des contenus. Dans 98,8 % des cas, la violence émane des personnages masculins contre 1,2 % des personnages féminins.

38%

DES VIDÉOS YOUTUBE ÉTUDIÉES PRÉSENTENT UNE IMAGE DÉGRADANTE DE LA FEMME

Violences à caractère sexiste ou sexuel faites aux femmes. Des propos violents et à caractère sexuel ou sexiste son tenus dans 20 % des vidéos. Diverses formes de violences sexuelles et sexistes ont été clairement identifiées : insultes sexistes, propos misogynes, culture du viol, harcèlement sexuel et violences conjugales. Selon leur degré de gravité, ces actes constituent des délits inscrits au code pénal.

Les vidéos de musique, d'humour et de divertissement sont particulièrement entachées de ces comportements nocifs : 25 % des vidéos musicales montrent une ou plusieurs formes de violences à caractère sexiste ou sexuel. L'étude de la Fondation des femmes donne des exemples : *« Les violences conjugales sont visibles dans une séquence de clip musical où le personnage principal masculin chante à côté des cadavres emballés de bâche blanche de son ex-compagne et de son amant. Dans la séquence vidéo, on le voit également battre à mort l'amant de son ex-compagne. Dans les paroles, il menace également de s'en prendre à son ex-conjointe.* […] *La culture du viol est présente dans certaines séquences vidéo. Dans une séquence de vidéo musicale, le chanteur évoque le fait d'alcooliser une femme pour avoir des relations sexuelles avec elle, ce qui relève de la culture du viol. »*

Une image dégradante des femmes de plus en plus présente. En 2020, 38 % des contenus vidéo sur YouTube présentent une image dégradante des femmes, contre 30 % en 2019. Les atteintes à l'image des femmes connaissent des degrés divers : une image dévalorisante affichée dans des rôles secondaires esthétiques ou inactifs ; une image de mépris fondée sur des personnages et des propos stéréotypés ; une image humiliante due à la subordination aux hommes qui tiennent, en outre, des propos à caractère sexuel ou sexiste et enfin, une image dégradante, particulièrement forte, attachée à des actes de violence sexuelle et sexiste.

À lire dans l'étude, les descriptions de vidéos comportant une image dégradante des femmes devraient suffire à elles seules à donner l'alerte : *« les propos tenus sont verbalement violents même si aucune autre action dégradante n'est visible dans le clip. Les paroles insistent sur l'objectification des corps féminins, en suggérant l'utilisation de la chirurgie esthétique pour se rendre plus séduisante. Les paroles insistent également sur les stéréotypes des femmes vénales et séductrices, il faudrait faire étalage de richesse pour séduire certaines femmes. »* Autre exemple dans un vidéoclip : *« les femmes sont objectifiées et sexualisées, des plans suggestifs sont réalisés (poitrine, hanches, postérieur). On note également des comportements relevant du harcèlement et du sexisme ordinaire, avec notamment la présence de scènes relevant du harcèlement de rue. Les propos tenus sont profondément misogynes à caractère sexuel et sexiste. Les paroles insistent notamment sur la sexualisation du corps féminin avec des propos très crus. »*

12,9% CULTURE DU VIOL

9,7% FEMME-OBJET

6,5% HARCÈLEMENT SEXUEL

3,2% SEXISME ORDINAIRE

3,2% VIOLENCES CONJUGALES

Rares sont les vidéos diffusées sur YouTube cherchant à briser le carcan des stéréotypes, à l'exception de quelques vidéoclips qui prennent le parti d'inverser les rôles entre personnages genrés stéréotypés ou dont les dialogues invitent à dédaigner les modèles imposés. La catégorie « Contenus d'animation », 8% de l'échantillon, se distingue toutefois par son absence de représentations genrées et de dialogues sexistes.

La Fondation des Femmes appelle les pouvoirs publics, ainsi que toutes les parties prenantes, à mettre en œuvre une régulation applicable à la représentation des femmes. *« Dans le secteur numérique, il est crucial de lutter contre les stéréotypes et séquences dégradantes pour les femmes, qui font le lit des violences, trop souvent mortelles,* explique Sylvie Pierre-Brossolette. *Internet, de ce point de vue, est le lieu de tous les dangers. Non régulés, les pires propos et images pour les femmes peuvent y circuler en toute liberté. »*

FL

Source :

- Numérique : le sexisme en liberté, Lucie Chataigner, Clara Lopez, Pauline Stumpf et Sylvie Pierre-Brossolette (coordinatrice), Fondation des Femmes, SciencesPo, fondationdesfemmes.org, août 2021.

Technologies biométriques : un risque pour chacun d'entre nous

Outre la question importante des atteintes à la vie privée, le recours à la biométrie pour l'authentification, l'identification et l'évaluation des personnes comporte *« un potentiel inégalé d'amplification et d'automatisation des discriminations »*, avertit la Défenseure des droits dans un rapport consacré aux technologies biométriques publié en juillet 2021.

Telle que définie par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), la biométrie est *« l'ensemble des techniques informatiques permettant de reconnaître automatiquement un individu à partir de ses caractéristiques physiques, biologiques, voire comportementales. Les données biométriques sont des données à caractère personnel car elles permettent d'identifier une personne. Elles ont, pour la plupart, la particularité d'être uniques et permanentes (ADN, empreintes digitales, etc.) »*. Empreintes digitales, veines de la paume de la main, échantillon de voix, traits du visage, iris de l'œil, ainsi que certains comportements comme le rythme de la frappe sur un clavier, ces caractéristiques qualifiées de « données sensibles » par le RGPD peuvent servir à identifier ou reconnaître une personne, notamment à son insu.

À mesure qu'elles se perfectionnent, les technologies biométriques sont déployées dans l'espace public comme dans l'entreprise, dans le secteur privé comme dans le secteur public. En se généralisant, la collecte de « données sensibles », avec ou sans le consentement des personnes concernées, constitue d'immenses bases de données – les données étant les caractéristiques physiques et uniques des personnes –, qui alimentent le calcul des algorithmes d'apprentissage, lesquels permettent aux systèmes biométriques de fonctionner. Très intrusives, les technologies biométriques représentent *« des risques considérables d'atteinte aux droits fondamentaux »*, selon la Défenseure des droits, Claire Hédon.

Il existe trois sortes de techniques biométriques qui se distinguent selon leur finalité. Les systèmes d'authentification servent à vérifier l'identité déclarée d'une

personne à partir d'un support sécurisé, tel qu'un passeport, un badge ou un téléphone, sur lequel sont stockées les données personnelles la caractérisant ; ils n'ont donc pas recours à une base de données. Les systèmes d'identification à distance, quant à eux, sont destinés à retrouver une personne parmi une foule d'individus ; ils sont alors capables, en temps réel, de croiser une image prise par une caméra de vidéosurveillance avec des millions d'autres enregistrées dans une base de données. Claire Hédon souligne à ce propos que *« l'identification implique la collecte de données sensibles parfois à une échelle extrêmement importante, sans savoir au préalable si la personne recherchée figurera parmi les personnes examinées »*. L'usage des systèmes biométriques d'authentification et d'identification répond souvent à des objectifs de sécurité publique comme la surveillance d'un lieu public ou le déroulement d'une enquête judiciaire.

La troisième catégorie de techniques biométriques, la plus récente, appelée système d'évaluation, fonctionne soit pour déduire la personnalité d'un individu à partir de la « reconnaissance d'émotions », soit pour inscrire un individu dans une catégorie spécifique selon l'âge, le sexe, la couleur des yeux, l'origine ethnique, l'orientation sexuelle ou politique. Ce type d'évaluation biométrique des personnes est déjà pratiqué dans le monde de l'entreprise, où serait par exemple analysée et mesurée automatiquement la nervosité d'un candidat à l'embauche. D'autres mesures biométriques seraient réalisables pour évaluer la concentration d'un étudiant, la fatigue d'un automobiliste ou la propension d'une personne à commettre une infraction. *« Les fondements scientifiques de ces technologies font l'objet de vives critiques de la part de la communauté scientifique, en particulier s'agissant des technologies de détection d'émotions ou de reconnaissance de l'affect »*, alerte la Défenseure des droits. Sortis de leur contexte, des extraits de voix ou des expressions du visage ne sont pas des éléments fiables et précis pour définir une émotion, et encore moins pour évaluer des qualités professionnelles.

Il faut aussi distinguer les technologies actives, pour lesquelles la personne fournit elle-même des informations, et les technologies passives qui captent des données souvent sans prévenir, car les risques ne sont pas les mêmes quand les informations personnelles sont stockées sur un support individuel ou lorsqu'elles sont centralisées et traitées dans une base de données. La Défenseure des droits voit un potentiel de risques importants avec le déploiement tous azimuts de technologies passives, telle la vidéosurveillance, à l'aide de caméras-piétons ou de drones, qui se répand dans la rue, les transports, les magasins, les halls d'immeuble. Un phénomène qui *« s'accompagne en droit d'un assouplissement des conditions de transmission aux services de police des images enregistrées par de multiples acteurs comme de l'interopérabilité et de l'interconnexion de nombreux fichiers »*, explique-t-elle. Au Royaume-Uni, l'opposition de la société civile a mené à l'abandon d'un dispositif de contrôle combinant pass sanitaire et reconnaissance faciale.

Outre les atteintes à la vie privée, la Défenseure des droits souligne particulièrement le *« potentiel inégalé d'amplification et d'automatisation des discriminations »* des technologies biométriques. La généralisation de l'usage de ces systèmes qui exploitent des caractéristiques humaines – caractéristiques souvent elles-mêmes à l'origine de discriminations telles que l'origine, le sexe, le genre, l'apparence – risque précisément de perpétuer et d'amplifier les discriminations dont sont déjà victimes certains groupes sociaux, comme l'ont démontré de nombreuses études portant sur le profil des personnes victimes d'une erreur. Les algorithmes d'apprentissage sont potentiellement discriminatoires par l'emploi de bases de données qui ne reflètent pas la diversité de la population. Régulièrement présenté comme très faible, notamment pour la reconnaissance faciale, leur taux d'erreur – soit le pourcentage de faux-positifs ou de faux-négatifs – implique en réalité qu'une technologie biométrique installée dans un espace public est susceptible d'affecter une multitude de personnes. En 2020, la Cour d'appel de Londres a rendu une décision inédite en la matière, concluant que les services de police n'avaient pas été assez vigilants quant aux risques de discrimination liés aux biais d'un logiciel de reconnaissance faciale auquel ils avaient eu recours.

Des risques de discrimination peuvent également provenir de l'utilisation même des outils de mesure biométrique. Ainsi, les systèmes d'évaluation lors

d'une procédure de recrutement sont d'emblée discriminants au regard des candidats en situation de handicap qui présenteront une manière de s'exprimer ou de se tenir différente de la grande majorité.

Enfin, l'une des conséquences inquiétantes du déploiement des technologies biométriques dans les lieux publics est *« l'effet dissuasif »* qu'elles peuvent susciter sur *« l'exercice des droits fondamentaux comme la liberté d'expression, d'aller et venir, d'assemblée, d'association, et, plus largement, l'accès aux droits »*. *« En l'absence de friction »*, c'est-à-dire en fonctionnant sans qu'elles le sachent et sans qu'elles puissent contrôler quoi que ce soit, les techniques biométriques ont tendance à modifier le comportement des personnes concernées. *« L'un des aspects nécessaires dans l'exercice de ces libertés repose effectivement sur l'anonymat de groupe, en l'absence duquel les individus peuvent être amenés à altérer leur comportement et à ne pas exprimer leurs pensées de la même manière »*, explique la Défenseure des droits. Avant d'être censurée par le Conseil constitutionnel, la loi pour une sécurité globale préservant les libertés, promulguée en mai 2021, en instaurant la possibilité pour les services de police d'utiliser des drones équipés de caméras était susceptible d'avoir un *« effet dissuasif »* à participer à des manifestations de rue (voir *La rem* n°57-58, p.5).

Concluant son rapport par une série de recommandations, la Défenseure des droits insiste notamment sur la nécessité de veiller systématiquement à la pertinence d'une technologie biométrique avant son déploiement et, dans le prolongement de cette précaution, d'interdire les technologies n'apportant aucune garantie scientifique, tel le système biométrique d'évaluation des émotions. Est également recommandé un contrôle régulier des algorithmes au cours de leur fonctionnement afin de prévenir, comme pour les médicaments, de *« leurs effets indésirables »*.

À l'approche des jeux Olympiques de Paris de 2024, les débats parlementaires sur la question de la sécurité (voir *infra*) donnent toute son importance à l'avertissement formulé par la Défenseure des droits.

FL

Source :

– Technologies biométriques : l'impératif respect des droits fondamentaux, Défenseur des droits, République française, defenseurdesdroits.fr, juillet 2021.

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

Australie : responsabilité des médias pour les commentaires diffamatoires postés sur leurs pages Facebook

La décision de la Haute Cour d'Australie va à contre-courant des principes en vigueur dans la plupart des démocraties.

Le 30 septembre 2021, la chaîne de télévision américaine CNN a annoncé avoir cessé de publier des contenus d'actualité sur les pages australiennes de Facebook[1]. Cette décision fait suite à un arrêt de la Haute Cour d'Australie en date du 8 septembre 2021, qui confirme une décision rendue le 1er juin 2020 par la Cour d'appel de la Nouvelle-Galles du Sud[2] en jugeant les médias responsables, en tant qu'éditeurs, des commentaires diffamatoires postés par des tiers sous les articles d'actualité publiés par ces médias sur leurs pages Facebook.

Responsabilité principale d'éditeur

Dans l'affaire jugée par la Haute Cour d'Australie, les médias concernés (deux éditeurs de journaux et un exploitant de chaînes de télévision) soutenaient qu'ils ne pouvaient pas être considérés comme éditeurs des commentaires diffamatoires publiés par des internautes sur leurs pages Facebook dans la mesure où ils n'en contrôlaient pas le contenu et où ils n'avaient pas nécessairement connaissance de leur caractère diffamatoire. Mais la Haute Cour a rejeté cet argument en estimant que ces médias avaient la possibilité de masquer ou de bloquer les commentaires illicites.

Pour la Cour, les médias avaient, par la création de leurs pages Facebook, accepté la responsabilité de l'utilisation de ces pages pour la publication de commentaires, même diffamatoires, et incité les utilisateurs du réseau à y faire de tels commentaires. Il s'agit, en d'autres termes, de la reconnaissance d'une responsabilité des médias pour diffamation par fourniture des moyens de commettre l'infraction, voire pour complicité dans la commission de cette infraction, dans la mesure où la création par ces médias d'une page publique Facebook et la publication sur cette page de contenus d'actualité encourageraient les internautes à y publier des commentaires.

Risque d'autocensure des médias

À contre-courant des principes en vigueur dans la plupart des démocraties et, en particulier, en France, la solution ainsi retenue par la Haute Cour d'Australie est de nature à entretenir le sentiment d'impunité de certains internautes pour les propos diffusés sur les réseaux sociaux. À défaut d'avoir incité Facebook à permettre aux médias de désactiver sur leurs pages les commentaires publics, cette jurisprudence porte surtout le risque d'autocensure des médias et, avec elle, le risque d'atteinte au droit du public à l'information, particulièrement dans un pays où deux tiers des citoyens sont des utilisateurs de Facebook.

Sans aller, comme CNN, jusqu'à renoncer totalement à publier des contenus sur ce réseau social, les médias ne prendront pas le risque de faire l'objet de poursuites judiciaires en raison des commentaires diffamatoires postés sous les contenus d'actualité publiés sur leurs pages Facebook. En application du principe de précaution, les médias chercheront à éviter certains sujets polémiques, susceptibles de nourrir des commentaires virulents et diffamatoires.

Nécessité d'une réforme législative

En dépit de ses conséquences hasardeuses pour la liberté des médias, l'arrêt rendu par la Haute Cour d'Australie le 8 septembre 2021 n'en présente pas moins l'incontestable mérite de mettre en évidence la nécessité d'une réforme législative, d'ailleurs hautement revendiquée par les médias australiens. Le régime de responsabilité des éditeurs de services de communication au public en ligne, prévu par la législation française pour les contenus constitutifs de délits de presse réprimés par la loi du 29 juillet 1881, pourrait, à cet égard, utilement inspirer le législateur australien d'autant que, en Australie comme en France, il appartient à la personne poursuivie pour diffamation d'apporter la preuve de la véracité des faits allégués.

À l'instar de l'article 42 de la loi de 1881 sur la liberté de la presse, applicable aux infractions prévues par cette loi commises dans la presse écrite, l'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle institue – pour les infractions de la loi de 1881 commises par un moyen de communication au public par voie électronique (audiovisuel ou internet) – une responsabilité pénale en cascade. Le directeur ou le codirecteur de publication peut être *« poursuivi comme auteur principal, lorsque le message incriminé a fait l'objet d'une fixation préalable à sa communication au public. À défaut, l'auteur – et à défaut de l'auteur, le producteur – sera poursuivi comme auteur principal »*. La responsabilité éditoriale des médias ne concerne cependant que les contenus publiés par eux ou sur lesquels ils exercent un contrôle éditorial.

Pour éviter que l'exigence de *« fixation préalable »* ne conduise à une responsabilité plus importante des sites ayant un dispositif de modération des commentaires avant leur publication, l'alinéa 5 du même article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 institue en effet, pour les messages publiés par les internautes *« dans un espace de contributions personnelles identifié comme tel »*, un régime de responsabilité allégée du directeur de publication, calqué sur le régime applicable aux hébergeurs. Selon cette disposition, *« le directeur ou le codirecteur de publication ne peut pas voir sa responsabilité pénale engagée comme auteur principal s'il est établi qu'il n'avait pas effectivement connaissance du message avant sa mise en ligne ou si, dès le moment où il en a eu connaissance, il a agi promptement pour retirer ce message »*. Autrement dit, les internautes demeurent seuls responsables des commentaires postés sous les contenus publiés par les médias. Comme celle des hébergeurs, la responsabilité des éditeurs ne peut être mise en cause que s'ils ont connaissance de commentaires illicites et qu'ils n'agissent pas pour procéder à leur retrait dans un bref délai[3].

En attendant une éventuelle réforme de la législation australienne, se pose nécessairement la question de la portée de la jurisprudence de la Haute Cour d'Australie. La responsabilité des médias admise pour les commentaires diffamatoires publiés sur Facebook est-elle transposable à d'autres propos illicites et à d'autres réseaux sociaux ?

AG

1 « CNN cesse de publier des contenus sur Facebook en Australie », avec AFP, *Le Figaro*, 1er octobre 2021.

2 Fairfax Media Publications ; Nationwide News Pty Ltd ; Australian News Channel Pty Ltd v Voller [2020] NSWCA 102, https://www.caselaw.nsw.gov.au.

3 Voir CEDH, 2 septembre 2021, Sanchez c/ France, n°45581/15, relatif à la condamnation d'un homme politique pour des commentaires publiés sur le mur public de son compte Facebook et constitutifs de provocation à la haine ou à la violence raciale.

L'Asie force Google et Apple à assouplir les règles de leur magasin d'applications

Avec une loi « anti-Google », la Corée du Sud s'attaque également au monopole d'Apple Pay au sein de l'App Store, mais la mesure reste nationale. Le Japon a obtenu des concessions pour les éditeurs de contenus qu'Apple va appliquer partout dans le monde.

Parce que les premiers marchés d'Apple sont les États-Unis, l'Europe et la Chine, les initiatives des autorités y sont scrutées comme autant de menaces sur les revenus du groupe. Elles ciblent en grande partie les services, un univers contrôlé par Apple grâce à l'intégration des activités de *hardware* et de *software*, cette intégration étant au centre de la stratégie du groupe depuis ses débuts (voir *La rem*, n°25, p.62). Or, les services édités et commercialisés par Apple (Apple TV+, Apple Music, iCloud…) représentent en 2021 quelque 20 % du chiffre d'affaires total du groupe, mais leur contribution aux bénéfices est plus importante puisque la marge y est en moyenne de 70 %, contre 36 % pour les activités de vente de terminaux. Leur contribution au chiffre d'affaires du groupe est par ailleurs en croissance depuis une décennie, les services étant devenus la pierre angulaire de la diversification des revenus du groupe (voir *La rem* n°50-51, p.61). Au sein de ces différentes activités, l'App Store s'impose comme l'« actif-cœur » de la plateforme construite par Apple. Il sert d'intermédiaire entre la communauté d'utilisateurs du groupe et les développeurs d'applications : la première attire les seconds qui enrichissent l'offre du magasin d'applications, ce qui provoque un effet vertueux. Dès lors, Apple profite de ces interactions de manière indirecte en facturant le recours à son service de paiement en ligne, l'Apple Pay. Parce que son interface est essentielle pour les développeurs et les utilisateurs de matériel Apple, le recours à l'Apple Pay est obligatoire, les alternatives interdites, et des commissions s'appliquent de manière systématique sur toutes les transactions effectuées au sein de l'App Store. Ce sont ces commissions, et l'interdiction de proposer un moyen alternatif de paiement, qui ont motivé la plainte d'Epic Games contre Apple (voir *La rem* n°57-58, p.69). Elles justifient encore, en partie, la procédure engagée en Allemagne, le 21 juin 2021, par le Bundeskartellamt (Office fédéral de lutte contre les cartels), qui enquête sur *« d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles »*.

La commission d'Apple est également dénoncée en France par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui a conclu à l'existence de pratiques *« contraires aux règles commerciales »* dans les magasins d'applications d'Apple et de Google. S'appuyant sur cette expertise, France Digitale, une association qui fédère des acteurs français du numérique, a porté

plainte, ce qui a conduit le tribunal de commerce de Paris à ouvrir une procédure contre Apple en juin 2021. Mais ce sont finalement les autorités sud-coréennes et japonaises qui, avant les autres, ont forcé Apple à des concessions majeures.

Le 31 août 2021, à l'unanimité, les députés sud-coréens ont voté le Telecommunications Business Act. Ce dernier oblige les propriétaires de systèmes d'exploitation de smartphones à autoriser le recours à d'autres systèmes de paiement au sein des applications. Dès lors, contrôler un magasin d'applications ne peut plus se traduire par l'imposition de son propre service de facturation – le moyen par lequel Google, avec le Play Store, et Apple, avec l'App Store, étaient en mesure de prélever systématiquement une commission sur toutes les dépenses de leurs utilisateurs.

La loi est qualifiée en Corée du Sud de loi « anti-Google ». En effet, elle est une réponse au déploiement par Google de sa politique de commissions sur l'ensemble des achats depuis les applications (achats dits *« in-app »*). En Corée du Sud, les commissions ne s'appliquaient jusqu'alors qu'aux seuls jeux en ligne, le pays bénéficiant ainsi d'un régime d'exception. Mais c'est pour Apple que les conséquences sont les plus importantes. En effet, Google autorise le téléchargement d'applications depuis des sites web sur la version d'Android qu'il distribue, ce qui permet, certes difficilement, de se passer du Play Store et de ses commissions. Chez Apple, en revanche, toute application installée sur iPhone doit être téléchargée depuis l'App Store : il est donc impossible d'éviter le passage par l'Apple Pay. Si la décision est la première du genre, elle ne s'applique en revanche qu'à la seule Corée du Sud et n'a pas vocation à être généralisée. Mais d'autres pays pourront s'en inspirer, ce type de disposition pouvant se retrouver, par exemple, dans le texte final européen du Digital Markets Act (DMA).

En Corée du Sud, Google devra également revoir les contrats qu'il a signés avec les fabricants de smartphones pour qu'ils ne pénalisent pas les *forks*, ces versions d'Android alternatives à celle proposée par Google (voir *La rem*, n°48, p.5). En effet, l'Autorité de la concurrence sud-coréenne a condamné Google, le 14 septembre 2021, pour abus de position dominante quand il a conditionné l'accès à ses applications phares à l'installation de la version Android qu'il propose, un moyen pour lui de maintenir son système de commissions. Ces accords passés avec les constructeurs, dits accords d'anti-fragmentation (AFA), auraient empêché l'émergence d'alternatives, dont celle de Samsung, premier vendeur de téléphones dans le monde, qui avait développé un OS baptisé Tizen. Ils devront donc être revus, et Google devra également payer une amende de 177 millions de dollars.

Parfois, les règles imaginées localement peuvent avoir une portée mondiale et concerner tous les utilisateurs d'un magasin d'applications. Ainsi, le 1er septembre 2021, Apple annonçait s'être mis d'accord avec l'autorité japonaise de concurrence pour clore une procédure lancée en 2016. Apple va autoriser les éditeurs d'« applications lectrices » (ou *readers app*), à proposer, au sein de leurs applications, un lien vers leur site web où il sera possible de s'abonner directement auprès de l'éditeur, sans passer par un système intégré de paiement géré par Apple Pay. Ces applications lectrices concernent les offres de contenus culturels et celles de la presse, de la vidéo (à l'instar de Netflix) ou de la musique (à l'instar de Spotify). Elles ne concernent pas le marché du jeu vidéo, les contenus n'étant pas, dans ce domaine, considérés comme statiques. Apple a par ailleurs confirmé que cet engagement aura des répercussions à l'échelle mondiale puisque la mesure s'appliquera uniformément à tous les utilisateurs de l'App Store dès 2022. Apple renonce ainsi, pour ce type de contenus, au monopole de facturation qu'il avait établi grâce au Play Store. À cette occasion, il répond en partie aux récriminations de Spotify qui avaient conduit la Commission européenne à lancer une enquête sur l'App Store, le 30 avril 2021, pour abus de position dominante. Apple répond également en partie aux critiques, nombreuses, des grands éditeurs comme Netflix, ou encore de la presse en ligne, qui dénoncent principalement la dimension récurrente de la commission dans le cadre des abonnements, même si cette commission est abaissée à 15 % après un an.

Valable pour le monde entier, la concession d'Apple est toutefois limitée. Elle ne concerne que quelques types de contenus hautement symboliques, susceptibles à ce

titre de mieux mobiliser les différentes autorités de contrôle : les contenus d'information et une partie des contenus culturels. Et le recours à l'Apple Pay est encore obligatoire pour tous les achats effectués depuis les applications. Ainsi, quand l'application de l'éditeur, téléchargée depuis l'App Store, intègre des achats *in-app*, il reste interdit de renvoyer vers un site tiers. Les éditeurs devront donc, soit se passer de la simplicité d'utilisation de l'Apple Pay, et des habitudes installées qui vont avec, soit payer la commission d'Apple en échange de l'efficacité commerciale de la plateforme.

AJ

Sources :

- « Apple à son tour dans le viseur du gendarme de la concurrence allemande », Ninon Renaud, *Les Échos*, 22 juin 2021.
- « La France poursuit Apple pour ses pratiques dans l'App Store », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 24 juin 2021.
- « Google et Apple visés par une loi en Corée du Sud, qui met fin au monopole de paiement des applications », lemonde.fr, avec AFP, 31 août 2021.
- « La Corée du Sud force Apple et Google à ouvrir leurs magasins d'applications », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 1er septembre 2021.
- « Sous la pression, Apple assouplit son contrôle sur l'App Store », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 3 septembre 2021.
- « Apple fait une concession aux médias », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 3 septembre 2021.
- « La Corée du Sud veut faire sauter le verrou d'Android sur les smartphones », Yann Rousseau, *Les Échos*, 15 septembre 2021.

Antidystopie : le Chili veut inscrire les « neurodroits » dans sa constitution

Premier État au monde à anticiper les conséquences du recours aux neurotechnologies, le Chili entend prémunir sa population contre de potentielles dérives.

Si les implants dans le cerveau humain sont envisagés avec espoir comme moyen de guérir un jour la surdité et la cécité, de lutter contre la maladie de Parkinson ou la maladie d'Alzheimer, ils font également l'objet de toutes les rêveries, dystopiques ou pas, issues d'expériences sur les animaux destinées à inventer des interfaces homme-machine. Imaginant un « homme connecté » qui interagira avec des machines par télépathie, l'inventeur américain Elon Musk investit avec sa société Neuralink dans la recherche sur les interfaces cerveau-machine. De son côté, Facebook développerait une interface cerveau-ordinateur permettant de se passer de clavier pour commander un ordinateur.

Implanter des images dans un cerveau qu'en réalité celui-ci n'a jamais vues est une expérience menée avec succès sur des souris, les rongeurs intégrant parfaitement ces informations dans leur comportement. Demain, les neurotechnologies parviendraient à « lire » et à « écrire » dans le cerveau humain, afin de modifier des données mentales ou d'en introduire de nouvelles.

Ainsi, au Chili, à la suite du Sénat qui s'était déjà prononcé sur ce sujet à l'unanimité, la Chambre des députés a voté une loi sur les droits du cerveau, ou « neurodroits », le 29 septembre 2021 – dispositions qui devraient être intégrées à la nouvelle Constitution chilienne prévue pour 2022. Cette loi établit que, dans le respect de *« l'intégrité physique et psychique »* d'une personne, *« aucune autorité ou individu »* ne pourra, à

partir des technologies sur le cerveau humain, *« augmenter, diminuer ou perturber cette intégrité individuelle sans le consentement approprié »*. Quatre domaines fondamentaux sont légalement définis : la sauvegarde des données de l'esprit humain ou « neurodonnées », l'établissement des limites de la neurotechnologie de la lecture et surtout de l'écriture dans le cerveau, la détermination d'une distribution équitable de l'accès à ces technologies et la fixation des limites des « neuroalgorithmes ».

Pour le sénateur Guido Girardi, coauteur du texte de loi, c'est *« le début d'une évaluation au niveau mondial de la façon dont les technologies doivent être utilisées pour le bien de l'Humanité »*. En attendant qu'un jour peut-être les « neurodroits » soient inscrits dans la Déclaration universelle des droits de l'homme.

Si l'on en croit Rafael Yuste, chercheur à l'université Columbia de New York et expert en neurotechnologies, il serait envisageable, dans une dizaine d'années, d'augmenter les capacités cognitives du cerveau humain avec des idées et des connaissances produites par des algorithmes.

FL

Sources :

- « Neurodroits : le Chili veut protéger le cerveau de ses citoyens contre les technologies », Le HuffPost avec AFP, www.huffingtonpost.fr, 29 avril 2021.
- « Chili : vote d'une loi protégeant les "neurodroits" ou droits du cerveau », AFP, tv5monde.org, 30 septembre 2021.

Onze ans de recul des libertés sur l'internet

Coupure d'accès au réseau, censure des médias sociaux, emprisonnements de blogueurs, utilisation de logiciels espions… les atteintes aux droits humains sur l'internet prolifèrent dans de nombreux pays, alerte l'ONG américaine Freedom House, qui souligne un recul de ces libertés pour la onzième année consécutive.

La situation s'est détériorée dans 30 pays entre juin 2020 et mai 2021, tandis que 18 pays seulement ont progressé dans le respect des libertés en ligne, selon l'étude annuelle « Freedom on the Net » (FOTN). Sur 70 pays, représentant 88 % de la population internet mondiale et évalués entre juin 2020 et mai 2021, la Birmanie affiche la plus forte détérioration des libertés sur l'internet. C'est aussi la plus forte baisse enregistrée depuis onze ans par Freedom House, conséquence du coup d'État de la junte militaire birmane en février 2021, qui a coupé l'accès au réseau, bloqué les médias sociaux, censuré la presse en ligne, obligé les fournisseurs d'accès à transmettre des données personnelles, pris le contrôle des infrastructures télécoms et multiplié les victimes en représailles de leurs activités en ligne. Quant à la Chine, elle maintient, pour la septième année consécutive, les pires conditions pour l'exercice des libertés sur l'internet, infligeant de lourdes peines de prison pour toute forme de dissidence en ligne. Le Covid-19 compte encore parmi les sujets les plus censurés en 2021. Freedom House donne l'exemple du magnat de l'immobilier Ren Zhiqiang, condamné à une peine de dix-huit ans de prison pour avoir critiqué, dans un ouvrage qui a largement circulé sur internet, la gestion de la pandémie par le pouvoir.

Étude FOTN 2021	70 Pays	88% de la population internet mondiale
internet libre	18	21%
internet partiellement libre	31	28%
internet pas libre	21	39%

Source : FOTN 2021, Freedom House.

Pour la troisième année consécutive, l'Islande est le pays au monde le plus respectueux des libertés sur l'internet, suivie de l'Estonie, la nation européenne « tout-numérique », et du Costa Rica, l'un des premiers pays à avoir fait de l'accès à l'internet un droit fondamental. Tandis que l'Équateur est le pays qui a connu la plus grande amélioration sur l'année 2020-2021.

Dans le monde entier, la liberté d'expression se trouve plus que jamais contrainte. De plus en plus nombreux sont les gouvernements qui se livrent à des arrestations d'internautes en raison de discours politiques, sociaux ou religieux non violents, témoigne Freedom House.

Dans 56 pays, soit 80 % des pays couverts par l'enquête FOTN 2020-2021, des citoyens ont été arrêtés ou condamnés pour leurs propos en ligne. Des internautes ont été victimes d'agressions physiques en représailles à leurs activités en ligne dans 41 pays : un record. Au Mexique, relate Freedom House, Pablo Morrugares Parraguirre, fondateur et rédacteur en chef du site d'information PM Noticias, a été tué par des hommes armés non identifiés en août 2020 ; il avait déclaré dans une vidéo postée sur Facebook qu'un gang local était responsable du meurtre d'un chauffeur de taxi.

Plus de 3,8 milliards de personnes ont accès à l'internet dans le monde

75 % vivent dans des pays où des personnes ont été arrêtées ou emprisonnées pour avoir publié des contenus portant sur des questions politiques, sociales ou religieuses.

64 % vivent dans des pays où les autorités ont recruté des commentateurs progouvernementaux pour manipuler les discussions en ligne.

41 % vivent dans des pays où les autorités ont déconnecté l'internet ou les réseaux mobiles, souvent pour des raisons politiques.

Source : FOTN 2021, Freedom House.

Dans 20 pays au moins, l'accès à internet a été interrompu par le gouvernement. Dans 21 États, ce sont les médias sociaux et les plateformes de communication qui ont été rendus inaccessibles, le plus souvent lors de manifestations et de périodes électorales. Ainsi, l'accès internet a été coupé à plusieurs reprises en Inde, en janvier et février 2021, lorsque les agriculteurs manifestaient contre les projets de réforme agricole.

Grâce au commerce prospère des technologies de cybersurveillance, de nombreux gouvernements espionnent désormais facilement les communications de leur population. Au moins 45 pays, selon « Freedom on the Net », auraient recours aux outils d'espionnage en ligne vendus par les sociétés israéliennes NSO Group, Cellebrite ou Circles et l'allemande FinFisher. Régulièrement surveillé depuis plusieurs années par le logiciel Pegasus de NSO Group, le journaliste marocain Omar Radi a été condamné pour agressions sexuelles à six ans de prison en juillet 2021, une accusation dénoncée comme un acte politique par les organisations de défense des droits humains. En France, quatre dirigeants des sociétés françaises Amesys et Nexa Technologies ont été mis en examen pour complicité d'actes de torture et de disparitions forcées en juin 2021, à la suite d'une enquête sur la vente de technologies de surveillance à la Libye et à l'Égypte.

Une autre tendance majeure de l'année écoulée est la mise en œuvre par de nombreux États d'une régulation s'appliquant aux géants internet Google, Apple et Facebook. Freedom House a dénombré une cinquantaine d'États ayant édicté des lois concernant les droits des internautes. Ces nouvelles règles, qui s'imposent aux groupes internet, concernent le traitement des contenus en ligne (24 pays), la gestion des données personnelles (38 pays) ou le respect de la libre concurrence (21 pays).

Mais, à quelques exceptions près, comme la lutte contre le harcèlement en ligne et les pratiques commerciales manipulatrices, Freedom House avertit que la régulation des entreprises internet sert en réalité à faire adopter des mesures répressives, notamment portant atteinte à la liberté d'expression et au respect des données privées. Au Brésil, le Marco Civil da Internet – sorte de Constitution d'internet sacralisant les principes de la neutralité du net, de la protection des

Degré de liberté de l'internet à travers le monde

Le score est déterminé par l'examen de trois catégories de critères : les obstacles à l'accès, les limitations des contenus et les violations des droits des utilisateurs.

INTERNET

	Asie-Pacifique		Eurasie		Europe		Moyen-Orient et Afrique du Nord		Afrique subsaharienne		Amérique	
LIBRE 100 à 70 points	Taïwan	80	Géorgie	77	**Islande**	**96**			Afrique du Sud	73	**Canada**	**87**
	Japon	76	Arménie	71	**Estonie**	**94**					**Costa Rica**	**87**
	Australie	75			Allemagne	79					États-Unis	75
					France	78					Argentine	71
					Royaume-Uni	78						
					Italie	76						
					Serbie	71						
					Hongrie	70						
PARTIELLEMENT LIBRE 69 à 40 points	Corée du Sud	67	Ukraine	62			Tunisie	63	Kenya	66	Colombie	65
	Philippines	65	Kirghizistan	53			Maroc	53	Ghana	64	Brésil	64
	Malaisie	58					Liban	51	Angola	62	Équateur	62
	Singapour	54					Libye	48	Malawi	59	Mexique	60
	Sri Lanka	51					Jordanie	47	Nigéria	59	Nicaragua	48
	Inde	49					Irak	41	Zambie	59		
	Indonésie	48							Gambie	53		
	Cambodge	43							Ouganda	49		
	Bangladesh	40							Zimbabwe	46		
PAS LIBRE 39 à 0 points	Thaïlande	36	Azerbaïdjan	35	Turquie	34	Bahreïn	30	Rwanda	38	Venezuela	28
	Pakistan	25	Kazakhstan	33			Émirats arabes unis	27	Soudan	33	Cuba	21
	Vietnam	22	Bélarus	31			Égypte	26	Éthiopie	27		
	Birmanie	**17**	Russie	30			Arabie saoudite	24				
	Chine	**10**	Ouzbékistan	28			**Iran**	**16**				

Source : d'aprés FOTN 2021, Freedom House.

données personnelles et de la protection de la vie privée – voté en 2014 a été modifié en septembre 2021 par la volonté du président Jair Bolsonaro afin de laisser libre cours à la désinformation sur les médias sociaux, notamment en limitant drastiquement les conditions de retrait des contenus en ligne.

À noter que même le score FOTN 2021 des États-Unis a chuté pour la cinquième année consécutive : un mauvais résultat dû à la prolifération des fausses informations en ligne dans le but de tromper ou de manipuler les internautes, un phénomène ayant permis que soient mis en doute les résultats de l'élection présidentielle de 2020.

FL

Infographie *La rem*

Source :

– « Freedom on the Net 2021 – The Global Drive to Control Big Tech », Shahbaz, Funk, Slipowitz, Vesteinsson, Baker, Grothe, Vepa, Weal eds., Freedom House, freedomonthenet.org, September 2021.

LES ACTEURS GLOBAUX

Streaming vidéo : concentration tous azimuts à Hollywood

AT&T se sépare de DirecTV et fusionne Warner Media avec Discovery. Amazon rachète la MGM. Comcast et ViacomCBS s'associent en Europe. Le développement rapide de la SVOD se traduit par des mouvements de concentration pour mieux supporter la hausse des coûts de production et résister à la concurrence des leaders du marché : Netflix, Disney+ et Prime Video.

Le streaming vidéo est l'avenir de la télévision pour les groupes qui détiennent les plus belles franchises et les plus gros catalogues. C'est ce que confirment les performances des deux services leaders dans le monde : Netflix et Disney+. Le premier a franchi la barre des 200 millions d'abonnés dans le monde début 2021 grâce à l'engouement pour ses services durant les confinements à répétition. Il annonçait également, lors de la présentation de ses résultats, le 19 janvier 2021, ne plus avoir besoin de recourir aux marchés boursiers pour financer la constitution de son catalogue. Désormais, avec 25 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2020 et 2,8 milliards de dollars de bénéfices net, la taille critique est atteinte qui permet de financer films et séries pour enrichir le catalogue. Netflix s'était lancé dans la production au tournant des années 2010 afin de ne plus dépendre des surenchères des studios sur le marché des droits. Il est devenu, dix ans plus tard, le premier producteur au monde, fort d'un catalogue suffisant pour que son service de streaming ne dépende plus de celui des autres, fort aussi d'une présence mondiale qui lui assure une croissance continue de son nombre d'abonnés. Pour Netflix, le modèle d'affaires imaginé semble gagnant (voir *La rem* n°53, p.67). Netflix a donc forcé les plus grands groupes de médias américains à réagir, confrontés

qu'ils sont à la perte de leurs abonnés sur les chaînes de télévision payante ou à la perte d'audience de leurs chaînes en clair, du fait du développement de pratiques nouvelles de visionnage. Certes, Netflix ne représentait encore, début 2021, que 10 % de la durée d'écoute individuelle de programmes aux États-Unis, son premier marché. Mais cela suffit déjà pour fragiliser l'ancien écosystème de la production et de la distribution de programmes audiovisuels. Tous les éditeurs et tous les studios cèdent donc aux sirènes du streaming.

Parmi ces derniers, c'est Disney qui l'emporte avec le succès rapide de son service de streaming vidéo, Disney+, lancé fin novembre 2019 aux États-Unis, puis étendu progressivement au reste du monde en 2020. Le 9 mars 2021, moins d'un an et demi après son lancement, Disney indiquait avoir franchi la barre des 100 millions d'abonnés à son service de streaming vidéo alors qu'il ne visait que 60 à 90 millions d'abonnés dans le monde en 2024. Désormais, Disney+ espère entre 230 et 260 millions d'abonnés en 2024. La réussite du service est surprenante par sa rapidité, au point de remettre en question toute l'organisation du groupe Disney, qui a longtemps privilégié les salles pour construire la notoriété de ses licences, et qui s'est reposé aussi sur les recettes récurrentes de ses chaînes vendues par abonnement.

Reste que les succès d'usage de la vidéo en streaming par abonnement, et les succès commerciaux de Netflix et de Disney+, sont en train de verrouiller ce nouveau marché. À côté des deux géants, à côté aussi de l'offre d'Amazon, Prime Video (à part parce qu'elle est associée à un service de livraison de colis), seules peuvent espérer survivre des offres de complément, plus spécialisées ou alors de dimension nationale, afin de s'ériger en alternative aux catalogues mondialisés des géants du streaming vidéo. Même pour ces offres, la course à la taille reste essentielle afin de faire émerger, en urgence, un catalogue suffisamment vaste, ce qui explique pourquoi, en France, chaînes privées et publiques sont parvenues à s'entendre pour lancer ensemble le service de SVOD baptisé Salto.

Outre-Atlantique, ce changement dans les équilibres du marché affecte les studios américains. Alors que Netflix et Disney en dépendent de moins en moins, parce qu'ils ont chacun de grandes capacités de production, les studios sont conduits à distribuer eux-mêmes leurs contenus afin de valoriser les droits dont ils disposent. Mais cette entrée dans l'univers de la distribution donne à ses spécialistes un avantage qui provoque aux États-Unis un mouvement de consolidation en cascade.

L'alliance des tuyaux et des contenus a été conduite, aux États-Unis d'abord, au nom de la convergence, les opérateurs de réseaux cherchant, depuis toujours, à contrôler la distribution des offres payantes sur lesquelles ils prennent une commission, un modèle hérité des « câblos » (câblo-opérateurs). Les « telcos » (opérateurs de télécommunication) se sont donc alignés dans un premier temps sur cette stratégie, à l'instar d'AT&T qui a racheté successivement DirectTV en 2015 pour la distribution de bouquets payants (voir *La rem* n°30-31, p.64), puis Time Warner en 2018, avec ses studios et sa chaîne de prestige, HBO (voir *La rem* n°48, p.69). AT&T a dû toutefois se résoudre à constater l'échec de sa stratégie, le contrôle des tuyaux ne permettant pas, ou insuffisamment, de prescrire ses propres offres au détriment des concurrents.

Les services OTT (over the top), ceux qui ne dépendent pas d'un écosystème contrôlé de réseaux et de terminaux, l'ont finalement emporté. AT&T en a tiré les enseignements. En mars 2021, le groupe a annoncé loger dans une entité distincte ses activités de télévision payantes, ATT TV et DirecTV, dont il conserve 70 %, aux côtés du fonds TPG. Le nouvel ensemble est valorisé 16,3 milliards de dollars. Il avait été racheté 48,5 milliards six ans plus tôt, une période relativement courte qui aura vu la SVOD s'imposer face aux bouquets de chaînes de télévision. En revanche, au moment de la séparation d'avec DirecTV, AT&T confirmait son intérêt pour les actifs de Time Warner avec le lancement de HBO Max, le service de SVOD de la chaîne éponyme, lancé le 27 mai 2020 aux États-Unis. Tout a été fait pour imposer HBO face à Netflix, notamment le choix, dès la fin 2020, de sortir les films de la Warner directement sur le service de SVOD en même temps qu'en salles (voir *La rem* n°54bis-55, p.79). Un an après le lancement de HBO Max, WarnerMedia annonçait disposer en tout

de 44,2 millions d'abonnés, ce chiffre incluant les abonnés SVOD et ceux abonnés aussi à la chaîne HBO, ce qui en fait un concurrent sérieux face à Netflix qui comptabilisait à la même époque 67 millions d'abonnés aux États-Unis. Mais le succès de HBO n'a pas contribué à attirer de nouveaux abonnés aux offres d'accès d'AT&T, signant la fin de la stratégie de convergence. Afin d'imposer encore mieux le service face à Netflix, Disney et Amazon Prime, AT&T a annoncé la scission d'avec WarnerMedia, le 17 mai 2021, pour le marier avec Discovery, un autre géant américain de la télévision, AT&T conservant 71 % du nouvel ensemble. L'alliance de WarnerMedia et de Discovery doit faire émerger une offre alternative aux trois leaders de la SVOD aux États-Unis, Netflix dominant grâce à son offre de séries, Disney disposant plutôt d'un catalogue de films, quand Amazon Prime joue la carte des droits sportifs en plus de son offre de films et de séries.

Si HBO est un acteur emblématique de la production de séries aux États-Unis, si la Warner dispose d'un catalogue conséquent de films, Discovery a pour lui de s'être positionné sur les « programmes d'ambiance » et le documentaire, donc des programmes adaptés aux chaînes thématiques, peu coûteux à produire, peu scénarisés, peu engageants aussi pour les téléspectateurs, mais fortement appréciés parce qu'ils autorisent une consommation plus passive de la télévision, conçue alors comme un véritable compagnon dans les foyers. Le groupe, un des principaux acteurs de la télévision payante aux États-Unis, a d'ailleurs attendu pour lancer son propre service de SVOD, Discovery+. Disponible depuis le 4 janvier 2021 aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Irlande et en Inde, celui-ci se veut un service de complément, facturé à 7 dollars par mois et à 5 dollars avec publicité. Et cette offre de complément semble essentielle pour nombre de foyers puisque Discovery+ comptait déjà 13 millions d'abonnés trois mois après son lancement, juste avant la fusion avec Warner Media. Ensemble, HBO et Discovery pourront donc proposer une large gamme de programmes couvrant toutes les attitudes possibles face à l'écran, de la série qui captive et suscite des pratiques de *binge watching* (boulimie de visionnage, en français ; voir *La rem* n°29, p.63) au documentaire animalier ou aux émissions culinaires.

Les rapprochements et les fusions ne concernent pas seulement les acteurs intégrés. Les studios encore indépendants sont eux aussi concernés par ce mouvement de consolidation. Certains d'entre eux ont les moyens de conserver leur indépendance, mais ils doivent traiter avec les services de SVOD qui sont devenus les nouveaux grands acheteurs sur le marché des droits audiovisuels et cinématographiques. Sony Pictures (ex-Columbia) a ainsi profité de la fin de son contrat avec la chaîne Starz pour signer des accords pluriannuels avec Netflix et Disney+ afin de les fournir en programmes ; Amblin Partners, les studios de Steven Spielberg depuis que ce dernier a cédé Dreamworks à NBCUniversal, ont, de leur côté, passé un accord de production avec Netflix tout en continuant à travailler avec NBCUniversal.

D'autres studios optent en revanche pour l'intégration quand ils n'ont plus, seuls, les moyens d'investir dans la production, les coûts de cette dernière faisant actuellement l'objet d'une surenchère liée à la demande très élevée de programmes originaux pour alimenter les nouveaux services de SVOD. C'est notamment le cas de la MGM qui s'est vendue à Amazon. Moyennant 8,45 milliards de dollars, le géant de l'internet a annoncé s'être emparé de l'un des derniers grands studios indépendants d'Hollywood le 26 mai 2021, l'opération lui permettant d'enrichir le catalogue de son service de SVOD Prime Video tout en privant ses concurrents de l'accès à des films cultes (les *James Bond* par exemple) et des séries qui ont fait le succès d'autres services de SVOD, ainsi de *La Servante écarlate* (*The Handmaid's Tale*) produite pour Hulu. Cette opération souligne par ailleurs l'impératif de la consolidation pour les autres groupes : les moyens gigantesques d'Amazon sont sans commune mesure, comme ceux de Netflix ou de Disney qui profitent de leur très bonne valorisation boursière, ce qui les autorise à assécher progressivement l'accès aux droits. À titre d'exemple, Amazon dépense plus chaque année dans les contenus qu'il n'a payé les studios de la MGM. Le groupe s'est engagé aussi à dépenser 1 milliard de dollars par an pour diffuser des matchs de la NFL (National Football

League). Autant dire que, face à ces grands acteurs – Netflix, Disney et Amazon Prime Video, auxquels il faut ajouter l'ensemble HBO-Discovery, et dans une moindre mesure Apple TV+ qui, comme Amazon, est liée à une plateforme –, seuls les seconds rôles sont encore possibles.

Ce constat a été établi par ViacomCBS, le groupe étant pourtant issu de la réunion de ses deux entités historiques afin, déjà, de mieux résister aux nouveaux concurrents (voir *La rem* n°52, p.70). Après avoir relancé son service de SVOD payante CBS All Access sous le nom de Paramount+, le 4 mars 2021, le groupe a annoncé qu'il allait intégrer dans son catalogue, juste deux mois après leur sortie en salle, les films de la Paramount et de Miramax. Mais il ne s'agit que d'un catalogue de 2 500 films qui permet difficilement de résister face aux offres pléthoriques des autres acteurs américains de la SVOD. ViacomCBS mise donc sur des services de complément, ainsi de son service de SVOD dédié aux séries, Showtime OTT, et surtout de son service d'AVOD (Advertising Supported Video on Demand), une offre de streaming vidéo financée par la publicité. Baptisé Pluto TV, le service est aussi déployé à l'échelle internationale, notamment disponible en France depuis le 8 février 2021. Pour ces services, le déploiement international est en effet prioritaire, car il permet d'amortir à grande échelle des coûts de production en hausse constante.

Quand s'imposer sur de nouveaux marchés est difficile, parce qu'Amazon, Netflix ou Disney+ sont déjà installés, des alliances entre acteurs historiques deviennent possibles même s'ils sont concurrents sur le marché américain. ViacomCBS s'est ainsi associé avec Comcast, qui contrôle Sky en Europe, Peacock et NBCUniversal aux États-Unis, pour lancer une offre de SVOD baptisée SkyShowtime, laquelle est disponible dans vingt pays européens depuis début 2021. Tous les pays européens ne sont pas concernés puisque ViacomCBS est déjà présent dans certains d'entre eux, comme Pluto TV en France.

AJ

Sources :

- « Discovery, un géant de la TV payante à l'assaut du streaming », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 5 janvier 2021.
- « Discovery lance son service de streaming », Nicolas Rauline, M. A., *Les Échos*, 5 janvier 2021.
- « Netflix prouve que son modèle économique n'était pas un mirage », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 21 janvier 2021.
- « Netflix dépasse les 200 millions d'abonnés payants », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 21 janvier 2021.
- « ViacomCBS lance Pluto TV, un Netflix gratuit », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 22 janvier 2021.
- « Avec Paramount+ et Pluto TV, ViacomCBS contre-attaque face à Netflix », Nicolas Richaud, *Les Échos*, 22 janvier 2021.
- « AT&T recourt au spin-off pour sa télévision payante », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 1er mars 2021.
- « Disney+ atteint les 100 millions d'abonnés », Leïla Marchand, *Les Échos*, 11 mars 2021.
- « HBO Max fait mieux que Netflix aux États-Unis », Nicolas Richaud, *Les Échos*, 22 avril 2021.
- « Sony valorise ses films avec Netflix et Disney », Tifenn Clinke-maillié, *Les Échos*, 23 avril 2021.
- « Fusion de géants dans les médias américains », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 18 mai 2021.
- « AT&T procède à une scission de WarnerMedia en le mariant à Discovery », Nicolas Madelaine, *Les Échos*, 18 mai 2021.
- « Avec les studios MGM, Amazon s'apprête à boucler son deuxième plus gros achat », Nicolas Rauline, *Les Échos*, 26 mai 2021.
- « Amazon, nouveau géant de Hollywood, s'offre les studios MGM », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 27 mai 2021.
- « Amazon étend son empire dans les médias et le divertissement », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 2 juin 2021.
- « Comcats et Viacom s'allient pour mieux concurrencer Netflix en Europe », Fabio Benedetti Valentini, *Les Échos*, 20 août 2021.
- « ViacomCBS et Comcast scellent une alliance », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 24 août 2021.

États-Unis : sous pression judiciaire, Apple ouvre un peu l'App Store

Concession sur les paiements en dehors de l'App Store, imposition par le juge de moyens de paiement alternatifs dans les applications : l'App Store doit s'ouvrir, mais il respecte le droit de la concurrence américain.

Confronté aux autorités de la concurrence en Asie, Apple doit, aux États-Unis, faire face aux juges. En effet, sur son premier marché, Apple se doit de sauver ce qui fait la force de son écosystème : l'association étroite et exclusive entre ses terminaux et son écosystème de services, dont l'App Store, son magasin d'applications. Ce dernier, associé à l'Apple Pay, permet à Apple de prélever des commissions qui peuvent s'élever jusqu'à 30 % de la dépense de l'utilisateur d'une application (voir *supra*). Or, les critiques à l'égard de ce système intégré se multiplient. Il pénaliserait les développeurs et l'innovation, tout en favorisant une augmentation du prix pour le consommateur du fait des commissions, autant de caractéristiques qui soulignent une possible atteinte au droit de la concurrence. Apple fait donc des concessions sur le marché américain afin d'éviter le pire : un jugement qui lui imposerait d'autoriser des magasins d'applications tiers sur ses propres terminaux.

Le 27 août 2021, Apple a ainsi annoncé s'être mis d'accord avec un groupe de développeurs californiens pour renoncer à l'action qu'ils avaient intentée en 2019, lui reprochant d'*« avoir accaparé le marché des applis iOS avec son App Store et utilisé en connaissance de cause son monopole pour établir des commissions et des frais destructeurs de bénéfices »*. Afin de permettre à ces développeurs de facturer des services sans passer par l'App Store, Apple les autorise à prévenir leurs clients de l'existence de moyens de paiement alternatifs en dehors de l'App Store, par exemple *via* un mail ou un SMS. La concession est donc minime : la communication sur les alternatives à l'App Store reste interdite depuis les applis et tout paiement *in-app* doit encore passer par l'Apple Pay. Le même jour, Apple a également annoncé que les commissions, réduites à 15 % pour les éditeurs réalisant moins de 1 million de dollars de chiffre d'affaires par an, allaient être maintenues pendant trois ans, la décision ayant été prise dans un contexte de pandémie.

Le 10 septembre 2021, la juge Yvonne Gonzalez Rogers a forcé Apple à de nouvelles concessions dans le procès qui l'oppose à Epic Games (voir *La rem* n°57-58, p.69). Elle considère en effet que les conditions commerciales de l'App Store sont trop restrictives et qu'Apple n'a pas le droit d'imposer son propre système de paiement. Apple devra donc, dès 2022, autoriser les éditeurs d'applications à proposer des moyens *in-app* de paiement, ce qui leur permettra de ne pas payer la commission associée à l'Apple Pay. Ces moyens de paiement seront donc externes, ce qu'indique l'injonction de la juge qui intime à Apple d'autoriser les développeurs à *« inclure, dans leurs applications et boutons de métadonnées, liens externes ou autre appel à des actions de la part du client, des systèmes d'achat alternatifs à celui de l'App Store »*. En revanche, la juge n'a pas retenu l'accusation de pratiques monopolistiques liées à l'App Store ; Apple pourra donc continuer de décider quelles applications y ont toute leur place ou non, et ceci au gré des modifications de ses conditions d'utilisation. C'est la raison pour laquelle, le 22 septembre 2021, Apple a informé Epic Games que son jeu Fortnite, déjà retiré de l'App Store, le resterait jusqu'à l'épuisement des recours dans le procès qui oppose les deux parties.

Cette décision de la juge est lourde de conséquences. En effet, si *« le succès n'est pas illégal »*, a-t-elle rappelé, néanmoins il justifie des commissions liées à un écosystème performant, dans la mesure où les développeurs souhaitent en bénéficier. Ce sera le cas quand, pour des raisons de fluidité de l'expérience de leurs utilisateurs, les développeurs d'applications sur l'App Store préféreront recourir à l'Apple Pay plutôt que de renvoyer vers des interfaces de paiement alternatives. Cette décision pérennise ainsi en grande partie l'écosystème mis en place par Apple. Elle permettra par ailleurs à Apple de contester plus fermement les critiques pour pratiques anticoncurrentielles qui émanent d'une partie de la classe politique américaine.

Ainsi, des sénateurs portent actuellement un projet de loi baptisé Open App Markets Act, qui vise à imposer le *sideloading* (transfert de fichiers entre deux appareils), à savoir forcer les éditeurs d'OS pour smartphone à autoriser l'installation de magasins d'applications concurrents du leur.

AJ

Sources :

- « Google et Apple visés par un projet de loi américain », Tom Kerkour, *Le Figaro*, 13 août 2021.
- « Sous la pression des développeurs, Apple fait sauter un verrou de son App Store », Hortense Goulard, Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 30 août 2021.
- « Procès Epic : Apple encore contraint de lâcher du lest aux développeurs », Hortense Goulard, *Les Échos*, 13 septembre 2021.

Le géant japonais Softbank se relance

Après deux exercices difficiles, en 2019 et 2020, le géant internet nippon se remet progressivement sur les rails de l'après-crise sanitaire et poursuit son expansion.

La récente entrée de Softbank au capital de l'entreprise française de commercialisation de vêtements de seconde main, Vestiaire Collective, ou sa levée de fonds de 680 millions d'euros pour le financement de Sorare – somme record pour cette start-up française spécialisée dans l'*entertainment* sportif et les NFT (*Non-Fungible Token*, voir *La rem*, n°57-58, p.75) – montre que le géant japonais de la Tech semble avoir redressé la situation depuis ses déboires en 2019 et 2020. Softbank s'inscrit dans la continuité en reprenant sa stratégie d'expansion par des investissements massifs émanant de ses différentes filiales et de ses fonds d'investissement Vision Fund et Vision Fund 2, à destination d'entreprises et de start-up appartenant à des secteurs aussi divers que les VTC, la robotique ou la téléphonie mobile (voir *La rem* n°44, p.65). Renforçant sa position sur son marché d'origine, les télécoms, il a également annoncé en septembre 2021 son entrée au capital de Deutsche Telekom à hauteur de 4,5 %, alors que les deux groupes entretenaient des liens déjà étroits après que T-Mobile (propriété de la compagnie allemande) et Sprint (filiale de Softbank) ont fusionné en avril 2020 (voir *La rem*, n°54, p.68).

Des hauts et des bas

Pourtant, sur l'année fiscale 2019-2020, Softbank avait enregistré les plus grandes pertes nettes de son histoire, s'élevant à près de 10,5 milliards de dollars, alors même que l'entreprise avait déclaré un bénéfice net de 12 milliards en 2018-2019. En cause, la baisse de l'activité liée à la crise sanitaire, mais aussi des investissements infructueux en direction de certaines start-up soutenues par les deux fonds d'investissement du groupe. En effet, l'année 2020 s'est traduite par la chute vertigineuse de la valorisation d'environ la moitié des start-up du portefeuille de Vision Fund, premier fonds créé par le groupe en 2017, avec une mise initiale de 100 milliards de dollars.

Après avoir enregistré une perte d'un peu plus de 19 milliards d'euros, le groupe a dû mettre en œuvre un important plan de cession d'actifs, estimé à 41 milliards de dollars pour réduire sa dette et relancer la valeur de son titre en Bourse. À travers la vente d'actions de T-Mobile (qui a rapporté à elle seule près de 9 milliards de dollars) et de parts de Softbank Corp (la filiale télécoms du groupe), ou encore la

monétisation de ses actions chez Alibaba (autre entreprise majeure du portefeuille du géant japonais), ce plan a permis au groupe, dès le dernier trimestre de l'exercice 2019-2020, de redresser Vision Fund.

OneWeb et WeWork sont, à cet égard, emblématiques des hauts et des bas de Softbank. Opérateur de mini-satellites, OneWeb a déposé son bilan en mars 2020, faute d'avoir su convaincre le groupe japonais de lui accorder, malgré un soutien déjà conséquent, un financement de 2 milliards de dollars supplémentaires pour achever de développer son réseau de satellites de télécommunications devant assurer une couverture internet haut débit partout où les liaisons terrestres n'existent pas. Quant à WeWork, entreprise américaine spécialisée dans la location de bureaux partagés, sa valorisation est passée d'environ 47 milliards de dollars en 2019 à seulement 2,9 milliards de dollars en 2020, allant jusqu'à faire suspendre son introduction en Bourse prévue en octobre de cette même année. Un effondrement que n'ont pu empêcher 9 milliards de dollars d'investissements réalisés entre 2017 et 2019 par le groupe japonais en direction de l'entreprise de coworking. Patron de Softbank, deuxième fortune du Japon, Mayasoshi Son a reconnu une erreur de jugement quant à cet investissement devant ses actionnaires. Pour maintenir WeWork à flots, il a, depuis, mis en place une stratégie de redressement impliquant un plan d'économies pour limiter les pertes. Il a également écarté le fondateur de l'entreprise new-yorkaise, Adam Neumann, jugé trop instable par les investisseurs.

Des doutes qui subsistent

Si WeWork n'inquiète plus, et qu'il est aujourd'hui presque tiré d'affaire grâce à la prise de contrôle de Softbank suite à l'injection de 10 milliards de dollars supplémentaires, quelques doutes subsistent sur la suite des opérations du géant japonais. Pour l'exercice 2021-2022, le groupe affiche des performances mitigées, comparées à une fin d'année 2020-2021 particulièrement fructueuse. Mayasoshi Son a annoncé en effet avoir dégagé un bénéfice net de plus de 37 milliards d'euros sur ce dernier exercice (46 milliards de dollars) – un record au Japon, qui fait aussi de Softbank l'un des groupes les plus profitables au monde, malgré ses précédents déboires.

Ce rebond à la fin de l'exercice fiscal 2020-2021 peut être attribué à la fusion de T-Mobile et de Sprint, mais aussi à la réussite des opérations réalisées par le groupe, qui a vu le succès des introductions en Bourse de DoorDash en décembre 2020 et de Coupang en mars 2021, respectivement entreprise de livraison de repas à domicile et société coréenne d'e-commerce. Le groupe a également profité de la reprise de l'activité post-crise sanitaire et du coup de pouce des banques centrales sur les marchés en 2020.

Cependant, si ces gains exceptionnels peuvent expliquer le recul des bénéfices au premier trimestre de la période 2021-2022 (39 % par rapport au premier trimestre de l'année 2020-2021), certains investisseurs ont décidé de réfréner leurs ardeurs. Le groupe japonais s'apprête à faire face à de nouvelles épreuves que la perte de 30 % de la valeur du titre de Softbank anticipe. En effet, Softbank a misé sur la technologie chinoise et ses acteurs, actuellement soumise à une tempête réglementaire (voir *infra*). Softbank est ainsi l'actionnaire majoritaire de la compagnie de VTC Didi Chuxing. L'équivalent chinois d'Uber est entré en Bourse aux États-Unis en juin 2021, contre l'avis des autorités nationales, s'exposant ainsi à une cascade d'enquêtes et d'interdictions qui ont fait fondre sa valorisation.

Outre son exposition aux valeurs chinoises, la valeur de Softbank est aussi pénalisée par l'absence d'un plan de rachat d'actions pour cette année et par les difficultés rencontrées au cours de la cession d'ARM (entreprise britannique fabriquant des microprocesseurs) à l'américain Nvidia (spécialisé dans la conception de processeurs, de cartes et de puces graphiques). Cette cession, lancée en 2020 dans le cadre du plan de désendettement, donne lieu à une série d'enquêtes de la part des autorités de la concurrence dans les pays où les deux groupes sont présents, ce qui en retarde d'autant l'exécution quand elle ne la menace pas purement et simplement.

Alors même que Softbank semble avoir fait disparaître de son portefeuille d'actions certaines entreprises technologiques phares comme Facebook ou Microsoft (ou, du moins, réduit sa participation dans celles-ci), Mayasoshi Son a pourtant annoncé, au début de

l'exercice 2021-2022, son intention de poursuivre ses investissements dans les technologies du futur, notamment dans les secteurs de l'intelligence artificielle, par le biais de Vision Fund 2, appelant ainsi les investisseurs à le rejoindre.

AC

Sources :

- « SoftBank prend le contrôle de WeWork pour l'empêcher de couler », Danièle Guinot, *Le Figaro*, 22 octobre 2019.
- « WeWork : le raté de Softbank, le "prophète" japonais », Jean-Christophe Féraud, *Libération*, 6 novembre 2019.
- « Softbank s'attend à des pertes colossales pour son exercice 2019/2020 », AFP, *Les Échos*, 13 avril 2020.
- « Comment SoftBank est devenu en un an l'un des groupes les plus profitables du monde », Yann Rousseau, *Les Échos*, 13 mai 2020.
- « SoftBank, l'investisseur de WeWork, essuie des pertes records », Guillaume Richard, *Le Figaro*, 18 mai 2020.
- « SoftBank perd 12 milliards d'euros mais son patron reste plein d'espoir », Yann Rousseau, *Les Échos*, 18 mai 2020.
- « WeWork se voit devenir rentable en 2021 », avec AFP, *Les Échos*, 13 juillet 2020.
- « SoftBank devient le groupe le plus profitable de l'Histoire du Japon », Ingrid Vergara, *Le Figaro*, 12 mai 2021.
- « SoftBank Group : Bénéfice net en recul de 39 % au premier trimestre sur un an », *Le Figaro* avec AFP, 10 août 2021.
- « SoftBank met un pied en Europe en devenant actionnaire de Deutsche Telekom », Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 7 septembre 2021.
- « Sorare signe la plus grosse levée de fonds de l'histoire de la French Tech », Guillaume Bregeras, *Les Échos*, 21 septembre 2021.

À RETENIR

Métavers

Les méta-univers, « métavers » (du grec *meta*, « au-delà de » et « univers »), en anglais metaverse, ont d'abord été imaginés par des auteurs de science-fiction, au premier rang desquels William Gibson, qui, dans *Neuromancer* paru en 1984, invente un « cyberespace » similaire à ce que sera le « métavers » décrit par Neal Stephenson dans le roman *Snow Crash*, de 1992, ou celui décrit par Ernest Cline dans son roman *Ready Player One* publié en 2011 et adapté à l'écran par Steven Spielberg en 2018. Tous conçoivent un métavers comme un monde virtuel persistant, c'est-à-dire qui ne s'éteint jamais, où chaque individu, sous la forme d'un avatar, interagit avec les autres. Rabindra Ratan, professeur associé et chercheur AT&T au département des médias et de l'information de la Michigan State University, ainsi que Yiming Lei, doctorante, en donnent la définition suivante : *« un réseau d'environnements virtuels toujours actifs dans lequel de nombreuses personnes peuvent interagir entre elles et avec des objets numériques tout en exploitant des représentations virtuelles – ou avatars – d'elles-mêmes »*.

La particularité d'un métavers étant d'être immergé dans un monde en trois dimensions, les casques de réalité virtuelle et les lunettes de réalité augmentée en sont les dispositifs fétiches (voir *La rem* n°36, p.65). *« Des décennies de recherche ont montré que ce sentiment d'incarnation améliore la qualité des interactions en ligne »* explique Rabindra Ratan. Aujourd'hui, les plateformes de jeux comme Fortnite et Roblox, les médias sociaux en réalité virtuelle comme VRChat et AltspaceVR, les environnements virtuels de travail comme Immersed et Horizon Workrooms de Faceboook, ou les applications professionnelles de Microsoft combinant métavers et jumeaux numériques (voir *La rem* n°56, p.76) dessinent les prémices de ce que seront demain les métavers.

Ces « méta-univers » sont d'ailleurs envisagés par certains géants de la Toile comme les successeurs du web, à l'instar du fondateur de Facebook qui expliquait à l'occasion d'une interview en juillet 2021 pour le média américain *The Verge* : *« d'ici à cinq ans, je pense qu'on cessera de nous percevoir comme un groupe qui fait des réseaux sociaux, et qu'on nous verra plutôt comme une entreprise du* "métavers". *»* L'un des premiers métavers fut développé en 1999 par Philip Rosedale, qui créa Linden Lab, avec l'intention de développer du matériel informatique permettant aux utilisateurs de s'immerger dans un monde virtuel. Précurseur des dispositifs de réalité augmentée, il préféra rapidement s'orienter vers le

développement d'une application logicielle, Linden World, qui deviendra en 2003 Second Life, un univers virtuel dans lequel *« les gens participent à des jeux basés sur des tâches et à des activités sociales dans un environnement en ligne en 3D »*. Mais pour Fabien Gaetan, « Head of Gaming and Social Entertainment » chez We Are Social, *« la différence de taille entre le métavers que Facebook veut mettre sur pied et celui de Second Life, c'est le marché adressable. Ce n'est plus l'apanage de quelques geeks, aussi nombreux soient-ils comme à l'époque de Second Life. C'est aujourd'hui la grande majorité de la population qui est capable de naviguer dans ces univers-là »*.

Les interfaces matérielles

L'histoire de l'informatique et d'internet est indissociable de l'évolution des interfaces homme-machine. La souris et le clavier ont permis l'émergence de l'informatique personnelle, sédentaire, par la suite connectée au réseau internet et ses services. Puis, l'ordinateur sédentaire est devenu portable avec l'avènement des smartphones et le développement des usages en mobilité. L'interface homme-machine prend la forme d'un écran, tactile, doté d'un appareil photographique et d'un micro.

Les casques de réalité virtuelle offrent une nouvelle manière d'interagir avec un ordinateur, grâce à laquelle l'utilisateur est immergé dans une réalité simulée. Ces « nouvelles » interfaces ont été imaginées dans les années 1970, notamment par Yvan Sutherland, qui créa le premier casque de réalité virtuelle fonctionnel. Ce dernier embarquait un écran stéréoscopique qui affichait des formes relativement simples tout en changeant la perspective de l'utilisateur en fonction de ses mouvements de tête. Curiosité scientifique à l'époque, ce casque de laboratoire, qui devait être accroché au plafond du fait de son poids, augurait, avec quarante ans d'avance, les premiers casques de réalité virtuelle commercialisés auprès du grand public à partir de 2016 par Oculus VR, société américaine créée en 2012 par Palmer Luckey et Brendan Iribe, et rachetée par Facebook en mars 2014 pour 2 milliards de dollars. Portés par l'univers des jeux vidéo, les casques de réalité virtuelle ont connu depuis des applications dans les domaines de l'entraînement militaire ou sportif et de la médecine, tout comme les lunettes de réalité augmentée servant à afficher par-dessus le champ de vision de l'utilisateur, et selon son environnement immédiat, des éléments interactifs qui concourent à « numériser la réalité ». Les entreprises Magic Leap ou encore Nantic, une *spin-off* de Google lancée en 2010, mettent au point des lunettes de réalité augmentée pour développer des applications professionnelles ou des jeux de réalité augmentée, notamment Pokemon Go, jeu téléchargé plus d'un milliard de fois depuis 2018.

Aujourd'hui, les métavers s'inscrivent à la croisée de ces nouvelles interfaces homme-machine et deviennent l'espace de nouvelles interactions sociales où les individus, sous la forme d'un avatar, interagissent pour travailler, jouer, parler, partager.

Les usages

L'expérience sociale offerte par la réalité virtuelle inaugure de nouvelles formes de collaboration professionnelle à distance, favorisées par la pandémie de Covid-19. Facebook Reality Labs a lancé en août 2021 Horizon Workrooms, accessible gratuitement sur le web *via* un appel vidéo ou en revêtant le casque de réalité virtuelle Oculus Quest 2. Jusqu'à seize personnes portant un casque, chacune sous la forme d'un avatar personnalisable, sont immergées dans une salle de réunion virtuelle où la disposition des sièges est également configurable. Les participants discutent, à l'instar d'une réunion Zoom, leurs mouvements des bras et des lèvres étant reproduits plus ou moins fidèlement. Ils se servent, en outre, des outils intégrés à l'espace virtuel, comme un tableau blanc interactif où chacun peut écrire, dessiner, présenter ses dossiers ou encore partager son écran.

Utilisé en interne par Facebook, Horizon Workrooms est proposé gratuitement par le géant du web, avec l'assurance qu'aucune donnée ne filtrera des réunions. Facebook souhaite ainsi étudier les usages de son dispositif afin de progressivement imaginer comment faire basculer les 2,85 milliards de membres actifs mensuels de son réseau social vers sa vision du métavers.

Avec une valorisation boursière proche de 49 milliards d'euros, quelque 45 millions d'utilisateurs quotidiens dans le monde, dont 50 % ont moins de dix-sept ans, et plus de 20 millions de jeux accessibles gratuitement depuis un téléphone, un ordinateur, une tablette ou une console Xbox, Roblox est une plateforme de jeux vidéo qui se veut être un métavers. En 2020, plus de la moitié des enfants américains de moins de 16 ans ont joué à Roblox. Selon Manuel Bronstein, son « Chief Product Officer », *« la vision du métavers de Roblox est de créer une plateforme pour des co-expériences immersives, où les gens peuvent se réunir par millions à travers des expériences 3D pour apprendre, travailler, jouer, créer et socialiser »*. Lancé en 2006 par David Baszucki, Roblox combine une plateforme de jeux de type *« sandbox »* (en français, bac à sable) – jeux dont l'intrigue et la façon de jouer sont non linéaires, faisant ainsi appel à la curiosité et à la créativité du joueur – avec un système de création et de développement de jeux en Lua, langage de programmation dédié aux jeux vidéo, utilisé notamment pour la version en ligne de *World of Warcraft*, *Minecraft* ou encore *Grand Theft Auto.*

Le jeune public est à la fois celui qui joue et celui qui développe les jeux vidéo. Roblox met à la disposition de ses clients adolescents une plateforme sur laquelle créer facilement des jeux basiques en piochant des modèles dans des bibliothèques (ville, terrain, construction, voiture, arbre) et en choisissant le style du jeu (course de moto, jeu de tir, jeu de survie). Parmi les 20 millions de jeux créés, peu sont vraiment aboutis, mais certains tirent leur épingle du jeu. Le jeu *Jailbreak* sur Roblox a été visité, plus que joué, 5,3 milliards de fois depuis sa création en 2017, et il a rapporté à son créateur, à peine âgé de 18 ans, plusieurs centaines de milliers de dollars. Néanmoins, *« 99,22 % des créateurs de jeux sur Roblox ont gagné moins de 1 000 dollars entre septembre 2019 et septembre 2020 »*, indique le magazine *Gizmodo*.

Les joueurs dépensent une monnaie propre à Roblox, les Robux, pour effectuer des micropaiements et personnaliser leur avatar, qui restera identique dans tous les jeux de la plateforme, ou pour payer des options, des configurations et des items numériques au sein de chacun des jeux. Dans *Jailbreak*, un joueur peut acheter un système stéréo virtuel pour sa voiture, tout aussi virtuelle, ou encore obtenir un *VIP pass* afin d'accéder à certains privilèges. Roblox vend de 80 Robux pour 1 dollar à 10 000 Robux pour 100 dollars ou bien, par abonnement Premium moyennant 4,99 dollars par mois, 450 Robux ainsi que l'accès à des avantages, des offres de réduction, et la possibilité d'acheter et vendre des items entre joueurs. Cette formule convient également aux parents dont les dépenses d'argent de poche de leurs enfants sont ainsi mensualisées. Lorsqu'un joueur dépense des Robux dans le métavers, Roblox prélève 48,8 % du montant de la transaction, qui serviront à payer les coûts opérationnels (25,7 %), la plateforme d'hébergement (14,4 %) et la recherche et développement (8,7 %). Les 51,2 % restants sont répartis entre le créateur du jeu (26,9 %) et les frais de traitement des paiements liés aux achats de Robux retenus par les magasins d'applications d'Apple, de Google, d'Amazon et de Microsoft (24,3 %). En 2020, Roblox a généré 35 % de ses revenus par la vente de Robux *via* l'App Store d'Apple et 19 % par la vente de Robux *via* le Google Play Store. À la majorité des revenus de l'entreprise, qui proviennent des transactions de Robux au sein des jeux, s'ajoutent des redevances publicitaires d'annonceurs comme Marvel, Disney ou encore Lego ainsi que des revenus de *merchandising* comme avec Toys'R'Us et Walmart. Preuve de la frontière poreuse entre les jeux vidéo et les réseaux sociaux, Roblox a organisé, les 13 et 14 novembre 2020, le concert virtuel du chanteur américain Lil Nas X, visionné par près de 33 millions de joueurs.

Du jeu vidéo au réseau social en réalité virtuelle, il n'y a qu'un pas. Fornite fait également figure de précurseur en matière de métavers. Jeu vidéo créé par Epic Games, Fornite rassemble 350 millions de joueurs à travers le monde, dont la majorité est âgée de 14 à 24 ans. Comme sur Roblox, les joueurs achètent des objets et des options avec une monnaie digitale propre au jeu, les V-bucks. En avril 2020, Fortnite a organisé, en plein confinement, cinq concerts virtuels du rappeur américain Travis Scott. Le chanteur est apparu sous la forme d'un avatar géant autour de 12 millions de personnes venues assister virtuellement au concert.

Pour Olivier Mauco, président de l'entreprise Game in Society et docteur en science politique et *game studies*, *« c'est le* game as a service. *On n'achète plus un produit culturel. Mais l'accès à un monde ou à un espace social »*. Fort de ce succès, Fornite a également organisé dans son métavers un festival de cinéma, « Short Nite » ou encore une fête géante animée par des stars de la musique, « Party Royale ». *« Surtout dans une époque comme maintenant, où se réunir ensemble physiquement est plus difficile, il est extrêmement important d'avoir ces expériences virtuelles. Nous pensons vraiment Fortnite comme une plateforme pour les expériences sociales connectées et pas seulement comme un jeu »* expliquait en mars 2021 un dirigeant d'Epic Games à l'AFP.

Métavers et NFT

Si Roblox et Fortnite utilisent leur propre monnaie interne, d'autres jeux vidéo, basés sur des blockchains, exploitent les propriétés des jetons non fongibles (NFT – voir *La rem* n°57-58, p.75) dans le cadre des transactions au sein du jeu et entre les joueurs. Ces NFT représentent des items numériques, uniques, mais également des avatars, des consommables et toute option propre au jeu vidéo, sous la forme d'actifs numériques uniques, 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).

Axie Infinity se présente ainsi comme un « métavers de jeu NFT », dont l'objet est d'élever des animaux de compagnie dans un univers reproduit en réalité virtuelle. Chaque Axie, représentant un animal de compagnie, est associé à un NFT, tandis qu'un autre jeton, AXS, offre à leurs détenteurs un droit de décision sur l'avenir du protocole et de l'application, permettant ainsi de *« décentraliser la propriété et la gouvernance de l'écosystème Axie »* explique le site web de l'éditeur de jeu. Decentraland en est un autre exemple. Avec un design qui s'inspire des jeux vidéo Second Life et Minecraft, c'est un jeu NFT, open source et jouable en réalité virtuelle, au sein duquel les utilisateurs achètent, construisent et exploitent des terrains virtuels avec un jeton appelé Mana. Chaque parcelle de terrain est représentée par un NFT que le joueur acquiert afin d'y construire ce qu'il souhaite et éventuellement louer des services, vendre des objets numériques ou encore céder la propriété de sa parcelle à d'autres joueurs. Certaines parcelles se vendent l'équivalent de centaines de milliers de dollars. En juin 2021, un fonds d'investissement spécialisé dans l'immobilier virtuel, Republic Realm, a acquis 259 parcelles de terrain sur Decentraland, soit 66 304 mètres carrés virtuels, pour 1 295 000 Mana, l'équivalent de 913 000 dollars. Chaque « propriétaire » y situe, virtuellement, des expériences proposées aux autres joueurs, que ce soient des concerts, des expositions d'art NFT, ou même des casinos où miser des Mana, qui serviront en outre à rémunérer les croupiers.

La multinationale de vente aux enchères d'œuvres d'art et d'objets de collection basée à New York, Sotheby's, portée par le boom des NFT (voir *La rem* n°57-58, p.75), a acquis un terrain dans le quartier des arts de Decentraland pour construire une réplique de ses galeries londoniennes. L'intégralité des transactions et les droits de propriété des parcelles sont enregistrés sur la blockchain Ethereum, garantissant l'inviolabilité du registre tout en permettant les échanges financiers en mode pair à pair, sans intermédiaire.

Données personnelles

« Une partie de la raison pour laquelle Facebook est si fortement investi dans la RV/RA [réalité virtuelle/réalité augmentée, NDLR] *est que la granularité des données disponibles lorsque les utilisateurs interagissent sur ces plateformes est d'un ordre de grandeur plus élevé que sur les médias sur écran »*, déclare, à la BBC, Verity McIntosh, experte en réalité virtuelle à l'université West of England, Bristol. *« Maintenant, il ne s'agit pas seulement de savoir où je clique et ce que je choisis de partager, il s'agit de savoir où je choisis d'aller, comment je me tiens, ce que je regarde le plus longtemps, les façons subtiles dont je bouge physiquement mon corps et réagis à certains stimuli. C'est une voie directe vers mon subconscient et c'est de l'or pour un capitaliste des données. »*

Néanmoins, Facebook cherche à redorer son image de régie publicitaire basée sur l'exploitation massive des données personnelles des utilisateurs. Il tente

également de tirer les leçons de l'échec du lancement de sa cryptomonnaie Libra, adossée au dollar, et rebaptisée Diem en décembre 2020, échec dû en partie à l'absence de communication de Facebook avec les États, les banques centrales et les gouvernements, ce qui avait immanquablement suscité une levée de boucliers réglementaires. Le 27 septembre 2021, Andrew Bosworth, chef du Facebook Reality Labs, et Nick Clegg, « Vice President of Global Affairs and Communications » de Facebook, ont annoncé lancer le « XR Programs and Research Fund », un fonds de recherche d'un montant de 50 millions de dollars sur deux ans, destiné à financer *« des partenaires industriels, des groupes de défense des droits civiques, des gouvernements, des organisations à but non lucratif et des établissements universitaires pour déterminer comment construire ces technologies de manière responsable »*.

Facebook soutient ainsi les travaux de l'Université nationale de Séoul et de l'Université de Hong Kong, dont les recherches portent sur les domaines de *« la sécurité, l'éthique et le design responsable »* des métavers. Tout comme le Centre for Technology, Robotics, Artificial Intelligence & the Law (TRAIL) de la faculté de droit de l'Université nationale de Singapour, qui s'intéresse à *« la vie privée et l'utilisation des données »* dans les métavers. Quant à l'université Howard de Washington, aux États-Unis, elle mènera des recherches pour examiner *« l'histoire de la diversité dans le domaine des technologies de l'information et la manière dont elle pourrait influencer l'accès et les opportunités économiques dans le métavers »*.

Ces efforts ne convainquent pas tout le monde. *« Il semble peu probable que Facebook ait intérêt à changer un modèle économique qui lui a si bien servi pour donner la priorité à la vie privée des utilisateurs ou pour donner aux utilisateurs un droit de regard significatif sur la façon dont leurs données comportementales dans le* "métavers" *seront utilisées »* pense encore Verity McIntosh.

Interopérabilité

Certains imaginent, comme Theo Priestley, auteur et conférencier sur les métavers, qu'*« il y aura des centaines de métavers, répartis dans un multivers de genres et de types, dans lesquels les gens pourront interagir, vivre, faire des affaires et prendre du plaisir. Sans parler des versions personnelles »*. Dans un futur plus ou moins proche, fêterons-nous, sous la forme d'un avatar, voire d'un hologramme, au sein d'un métavers familial reproduisant le salon d'une vieille maison transmise de génération en génération, des anniversaires en famille dont les membres sont éparpillés sur la planète ? Comment garantir au sein de ce type de métavers une « intimité numérique », l'équivalent d'une zone cryptée et indéchiffrable, excepté pour la famille qui l'utilise ? De plus, les métavers, notamment open source, reposant sur une architecture distribuée et l'usage de jetons sur une blockchain, posent la question de leur interopérabilité. Le problème se pose déjà de savoir comment transporter un avatar d'un métavers à un autre, avec la liste d'amis qui lui est associée.

Créé en avril 2021, l'Open Metaverse Interoperability Group tente d'y répondre. Il s'est donné pour mission de *« jeter des ponts entre les mondes virtuels en concevant et en promouvant des protocoles pour l'identité, les graphes sociaux, l'inventaire »*. Le groupe vise à concevoir des protocoles et promouvoir des normes afin d'assurer une interopérabilité des identités numériques, des avatars et des graphes sociaux entre chaque métavers, ainsi qu'une interopérabilité des items numériques possédés par tout un chacun dans des métavers différents et qui pourraient alors être échangés en pair-à-pair. L'Open Metaverse Interoperability Group a également formé un groupe communautaire au W3C (World Wide Web Consortium), l'organisme de standardisation, à but non lucratif, chargé de promouvoir la compatibilité des technologies du World Wide Web, afin de mener ces travaux de normalisation, en abordant notamment les questions liées à la propriété intellectuelle, qui ne manqueront pas de se poser dans un futur proche.

En 2007, John Smart, Jamais Cascio et Jerry Paffendorf prédisaient, dans un rapport intitulé *Metaverse Roadmap Overview*, l'émergence de quatre types de métavers à l'horizon 2025, en réalité virtuelle (*Virtual Worlds*), en monde miroir, « reflet » du monde physique reproduit en modèle virtuel (*Mirror Worlds*), en réalité augmentée (*Augmented Reality*) et en enregistrement de la vie

(*Lifelogging*). En 2021, ces quatre types de métavers existent, et ils rassemblent déjà plusieurs centaines de millions de participants.

Pour marquer son ambition dans ce domaine, Facebook s'appelle dorénavant Meta : une fuite en avant pour passer de l'autre côté du miroir alors que le groupe est l'objet de diverses poursuites, enquêtes et accusations ?

J-A F S

Sources :

- « Metaverse Roadmap Overview », Smart, J.M., Cascio, J. and Paffendorf, J., 2007.
- « En 2050, Facebook ressemblera-t-il à Second Life ? » Fabien Benoit, usbeketrica.com, 10 novembre 2016.
- « The Metaverse : What It Is, Where to Find it, Who Will Build It, and Fortnite », Matthew Ball, matthewball.vc, January 13, 2020.
- « The Roblox Boom Is About to Meet Reality », Whitney Kimball, gizmodo.com, March 10, 2021.
- « Qu'est-ce que Roblox ? Rencontrez le jeu Plus de la moitié des enfants américains jouent », tremplin-numerique.org, 13 mars 2021.
- « Mark in the Metavers », Casey Newton, theverge.com, July 22, 2021.
- « Zuckerberg wants Facebook to become online "metaverse" », bbc.com, July 23, 2021.
- « "Métavers" – Quand Zuckerberg rêve d'un monde 100 % Facebook », Pablo Maillé, usbeketrica.com, 30 juillet 2021.
- « Internet est en train de franchir une étape révolutionnaire avec le Métavers », Thomas Boisson, trustmyscience.com, 31 juillet 2021.
- « A Crypto Guide to the Metaverse », Eli Tan, coindesk.com, August 3, 2021.
- « How Does Roblox Make Money ? », Poppy Murray, mywallst.com August 3, 2021.
- « What is the metaverse ? 2 media and information experts explain », Rabindra Ratan, Yiming Lei, theconversation.com, August 12, 2021.
- « Avec Horizon Workrooms, Facebook révolutionne les réunions », Alexandre Plancher, siecledigital.fr, 20 août 2021.
- « Roblox : tout savoir sur la plateforme de jeu vidéo préférée des jeunes », Karelie, lebigdata.fr, 25 août 2021.
- « Métavers : bienvenue dans votre nouveau chez vous (virtuel) », Emmanuel Botta lexpansion.lexpress.fr, 1er septembre 2021.
- « Roblox : le géant des métavers que personne n'a vu venir », Béatrice Sutter, ladn.eu, 3 septembre 2021.
- « Métavers : Roblox, la plateforme virtuelle qui cartonne auprès des enfants », Maxime Recoquillé, lexpansion.lexpress.fr, 4 septembre 2021.
- « Roblox : "La plateforme pousse des valeurs capitalistes" », David-Julien Rahmil, ladn.eu, 14 septembre 2021.
- « Roblox – Developer Economics », developer.roblox.com, consulté le 7 octobre 2021.

UN CHIFFRE OU DEUX…

Pour la 1re fois

en 2020, le montant des investissements mondiaux dans **le cloud computing** dépasse celui des investissements dans le modèle traditionnel d'équipement en serveurs (vente et maintenance), soit 130 milliards de dollars contre 90 milliards.

Source : *Les Échos* Week-end, 18 juin 2021.

10 %

c'est la part de la population active israélienne employée par NSO Group, cette société de sécurité informatique éditrice du logiciel d'espionnage Pegasus.

Source : *Le Monde*, 28 juillet 2021.

2,6 milliards de dollars, c'est le montant annuel des revenus publicitaires générés dans le monde par les sites web éditeurs de fausses nouvelles, selon une étude de NewsGuard et Comscore, soit 1,68 % du marché de la publicité programmatique.

Source : *Le Monde*, 2 septembre 2021.

840

en 2021, c'est l'effectif des photojournalistes en France, contre 1 541 en 2000.

Source : *La Correspondance de la Presse*, 31 août 2021.

YouTube, c'est **2 milliards** d'utilisateurs actifs par mois et **1 milliard** d'heures de contenus visionnés chaque jour.

Source : *Les Échos*, 29 juillet 2021.

97 MILLIONS d'euros

c'est le montant annuel des dépenses de lobbying qu'exercent les groupes de la Tech à Bruxelles, supérieur à tous les autres secteurs – 10 fois plus que l'automobile et 5 fois plus que la chimie –, selon les ONG LobbyControl et CEO.

Source : *Les Échos* , 1er septembre 2021.

FL

À LIRE EN LIGNE

Pour un usage responsable et acceptable par la société des technologies de sécurité,
rapport au Premier ministre par J.-M. Mis, député de la 2e circonscription de la Loire, septembre 2021

La mobilisation croissante, présente et à venir, de ces outils aura vraisemblablement une incidence sur la société et sur la conception que l'on se fait de la liberté

Le 23 avril 2021, le Premier ministre a confié au député LREM Jean-Michel Mis la rédaction d'un rapport dont l'objectif est de *« déterminer les apports des nouvelles technologies de sécurité pour l'État tout en proposant des garanties pour encadrer strictement leur usage afin de protéger les libertés publiques et les libertés individuelles ».* En ligne de mire, l'organisation de la Coupe du monde de rugby en 2023 et des Jeux Olympiques en 2024, deux évènements mondiaux qui relèvent du casse-tête sécuritaire. Les auteurs préconisent de mener autant d'expériences que possible afin d'acquérir *« un niveau de maturité suffisant pour être efficaces et conformes à nos standards éthiques »* avant 2023 et pour déterminer si ces technologies *« présentent un intérêt réel pour les forces de sécurité »*.

Le rapport présente trois types de nouvelles technologies à expérimenter, *« les outils d'aide à la détection de situations de danger (dans les rassemblements, à l'entrée des sites exposés à des risques ou des menaces), les technologies reposant sur les données biométriques (notamment la reconnaissance faciale) et les équipements de mobilité (en particulier les drones) »*, destinées à *« améliorer l'aide à la décision et l'appui opérationnel des forces de sécurité »*. Dans une seconde partie, les auteurs s'interrogent sur la manière de *« donner des garanties pour construire une relation de confiance à long terme avec les Français autour des nouvelles technologies dans le domaine de la sécurité »*. Néanmoins, les auteurs n'abordent l'opposition aux technologies de sécurité que sous l'angle de leur acceptabilité définie comme un *« défi majeur dans le champ de la sécurité mais aussi pour l'ensemble du secteur public »*.

De l'aveu même des auteurs du rapport, *« il est difficile d'établir la proportionnalité et la nécessité des atteintes au droit à la vie privée lorsque des acteurs publics ou privés utilisent des technologies qui exploitent des données personnelles ».* La législation sur la protection des données personnelles étant particulièrement contraignante, le rapport préconise de mener des expérimentations qui n'y seraient pas soumises, *« en adoptant une loi ou en prenant un décret d'expérimentation »*. Le but de ce régime dérogatoire serait de mettre en œuvre ces nouvelles technologies à titre expérimental afin de constater si *« elles présentent un avantage réel aux forces de sécurité »*.

Le rapport pose notamment la question de la reconnaissance faciale en temps réel dans l'espace public à des fins d'identification, déjà expérimentée dans la ville de Nice durant le carnaval de 2019, mais sur une base volontaire. En effet, pour tester ces technologies conformément au règlement général sur la protection des données personnelles (RGPD, voir *La rem* n°42-43, p.21), la ville de Nice a d'abord recueilli le consentement de volontaires dont le visage a ensuite été intégré aux personnes recherchées par le système informatique.

Les résistances et les oppositions à la reconnaissance faciale en temps réel dans l'espace public sont cependant nombreuses, même si la Commission européenne, dans une proposition présentée le 21 avril 2021, en a interdit l'usage sauf dans les *« cas spécifiques relevant de la sécurité des personnes ou du pays »*. Parmi les institutions et personnalités appelées à contribuer à l'écriture du rapport, la Commission nationale consultative des droits de l'Homme (CNCDH) a tenu à rappeler que *« les droits de l'homme ne peuvent être seulement assimilés à des "garanties mises en place pour encadrer strictement l'usage" de dispositifs techniques de sécurité* […] *et qu'il est essentiel de ne pas s'en tenir simplement à une approche segmentée des technologies de sécurité, qui consisterait à envisager leur impact sur les droits fondamentaux de manière isolée. La mobilisation croissante, présente et à venir, de ces outils aura vraisemblablement une incidence sur la société et la conception que l'on se fait de la liberté »*.

Le Comité européen de la protection des données (CEPD) et le Contrôleur européen de la protection des données ainsi que la Défenseure des droits ont également été très critiques vis-à-vis de ce type de surveillance massive et demandent *« une interdiction générale de l'utilisation de l'IA pour la reconnaissance automatisée des caractéristiques humaines dans des espaces accessibles au public »*. Les auteurs du rapport estiment néanmoins que *« ces droits ne peuvent se suffire en eux-mêmes, dans l'absolu. L'appréciation de l'intérêt général et de la fonction de l'État implique de les mettre en équilibre avec d'autres objectifs proportionnés, comme la sécurité partagée des individus et de la collectivité »*. Si les auteurs reconnaissent que ces expérimentations ne doivent pas constituer une première étape sans possibilité réelle de retour en arrière et qu'un débat public doit être organisé, ils préconisent que celles-ci soient menées *« avec honnêteté »*, et ajoutent que, *« afin que l'expérimentation ne soit pas un levier d'acceptabilité qui n'aille pas au fond de la vérification de la nécessité et de la proportionnalité d'emploi, elle doit être sincère et complète »*.

J-A F S

Bâtir et promouvoir une souveraineté numérique nationale et européenne,

mission d'information, rapporteur Philippe Latombe, 3 tomes, Assemblée nationale, 29 juin 2021

L'identité numérique au cœur des contradictions de la souveraineté numérique de la France

« La crise sanitaire […] *a fait la démonstration de la formidable dépendance de la France et de l'Europe vis-à-vis des solutions et matériels numériques non européens »* s'inquiètent les auteurs du rapport *« Bâtir et promouvoir une souveraineté numérique nationale et européenne »*. Pour son rapporteur, Philippe Latombe, député MoDem de la première circonscription de Vendée, la souveraineté numérique *« est la capacité à faire un choix, à choisir nos dépendances, et à conserver en permanence cette capacité »*. Le sujet est d'autant plus important qu'il s'inscrit dans un contexte plus global, où la puissance publique se verrait *« progressivement dépossédée de ses prérogatives les plus essentielles, comme le fait de battre monnaie, d'être capable de soumettre à l'impôt les activités économiques, ou encore de réguler les contenus pour préserver la société des propos haineux et de la violence »*.

Le rapport, très fourni, présente trente propositions clés réparties autour de quatre axes stratégiques : *« garantir la résilience de nos infrastructures, faire confiance à nos entreprises technologiques, mettre la souveraineté numérique au cœur de l'action publique* [et] *mettre le citoyen au cœur des politiques numériques »*. À propos de ce dernier axe stratégique, le rapport s'intéresse particulièrement à la manière de *« simplifier la vie des citoyens grâce au numérique »* tout en se donnant les moyens de *« protéger leurs données personnelles »*. Est notamment abordée la question du déploiement de l'identité numérique en France, dont les cafouillages à répétition illustrent tout à la fois les enjeux et les problématiques de la souveraineté numérique en France. Reprenant la définition proposée par la mission d'information commune sur l'identité numérique de Claude Hennion et Jean-Michel Mis, dans leur rapport du 8 juillet 2020, l'identité numérique est *« la capacité à utiliser de façon sécurisée les attributs de son identité pour accéder à un ensemble de ressources »*. Le programme France Identité Numérique, créé en 2018, prolonge la mise en place de FranceConnect créé en 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.

La nouvelle génération de carte nationale d'identité électronique (CNIe), au format carte bancaire et dotée d'une puce sans contact, devait faire office de support au futur moyen d'identification électronique régalien. Mais la nouvelle CNIe, délivrée depuis août 2021, ne sera finalement pas assortie d'une fonction d'identité numérique concomitante à son lancement. De plus, les auditions font apparaître que les choix techniques concernant la CNIe s'appuient sur des fournisseurs non européens et sur des technologies anciennes, comme l'a notamment expliqué Cosimo Prete, dirigeant de l'entreprise CST (Crime Science Technology) lors de son audition, à propos du choix d'une photo d'identité en noir et blanc *« fournie par une solution américaine, alors qu'IDEMIA ou Thales sont capables de produire une photo en couleur depuis plusieurs années »* ou à propos de l'utilisation d'un *« cachet électronique visible (CEV), qui date d'il y a une dizaine d'années, alors qu'il serait possible de recourir à une norme universelle interopérable »*.

Le 3 juin 2021, la Commission européenne a présenté le projet d'une *« identité numérique européenne qui serait accessible à tous les citoyens, résidents et entreprises de l'Union »*, mais pour lequel la France, n'a *« toujours pas, à l'heure actuelle, notifié son schéma d'identité numérique »*. Alors que, selon Mme Valérie Péneau, inspectrice générale de l'administration, directrice du programme interministériel France Identité numérique (FIN), *« les autres États membres de l'Union européenne ont souvent pris de l'avance »* et pour certains, d'ores et déjà notifié le leur à la Commission.

L'incapacité de la France à déployer un système d'identité numérique, démontre une nouvelle fois, pour les auteurs du rapport *« la difficulté, pour l'État, de*

mener à bien des projets numériques d'ampleur pour des raisons tenant à la défiance existant vis-à-vis du numérique et au manque de maîtrise technique des acteurs publics sur des sujets aussi complexes ». Les auteurs préconisent, en plus d'accélérer le déploiement de l'identité numérique, de *« développer une culture de la transparence vis-à-vis des données utilisées par la puissance publique dans le cadre de ses interactions avec les citoyens »* mais également de *« créer un portail public rassemblant l'ensemble des offres numériques françaises »*. Le rapport propose en outre de *« créer un numéro d'identification unique afin de mettre fin aux difficultés que rencontrent les administrations pour identifier les administrés et partager leurs informations de façon efficace »*. Comme si le numérique, dans son acception actuelle, remettait en cause la hantise de ficher l'ensemble de la population à l'aide d'un identifiant unique, idée proposée par le gouvernement en 1974, et qui fit un tel scandale que naissait, quatre ans plus tard, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil).

J-A F S

Articles & Chroniques

Les enjeux de la modération des contenus sur le web

Interview de Romain Badouard

Propos recueillis par Françoise Laugée

Quelles sont les différentes modalités de la censure (non étatique) exercée sur le web ?

Il faut d'abord distinguer ce qui relève de la censure de ce qui relève de la modération. La modération, c'est l'activité qui consiste à encadrer les discussions ou les contenus produits par des internautes au sein d'un espace d'échange. Les forums et les réseaux sociaux se sont toujours dotés de chartes et de règles de publication fixant ce qui peut se dire ou non sur les fils de discussion. Le rôle des modérateurs et modératrices est alors de faire appliquer ces règles, et cette activité est légitime tant qu'elle consiste à assurer un certain niveau de respect mutuel entre les interlocuteurs. On bascule dans la censure privée à partir du moment où les entreprises qui détiennent les infrastructures d'échange vont se servir de cette position de pouvoir pour supprimer des contenus qui ne contreviennent pas à leurs standards de publication, notamment pour des raisons politiques ou économiques.

Il existe trois manières principales de modérer les contenus sur les réseaux sociaux : le signalement des internautes, qui fait l'objet d'un examen par des modérateurs professionnels ; la détection automatique de contenus problématiques ; l'invisibilisation (couramment appelée *« shadowban »*). Ce sont surtout les deux dernières qui posent un problème de censure abusive. Les outils de détection automatique sont développés pour repérer des images ou des mots interdits, mais ils sont assez peu performants pour prendre en compte le contexte d'un échange, notamment lorsque les internautes ont recours à l'ironie ou au second degré. Résultat : ils peuvent être amenés à supprimer des contenus légitimes. L'invisibilisation, quant à elle, consiste non pas à supprimer un contenu, mais à en limiter la diffusion (en l'affichant plus bas sur un fil d'actualité par exemple, ou en arrêtant de le faire recommander par des algorithmes), ce qui a pour conséquence de faire chuter la visibilité du contenu en question. Dans ce cas précis, la censure est quasiment imperceptible, car la publication est toujours en ligne, mais personne ne la voit, ce qui rend le mécanisme difficilement contestable.

De nombreux sites de presse ont fini par fermer leurs espaces dédiés aux commentaires. Quelles en sont les raisons ?

Il peut y avoir en effet plusieurs raisons. L'activité de modération a un coût et les médias avaient tendance, ces dernières années, à déléguer ce travail de modération à des professionnels. Le caractère peu constructif des échanges a pu lasser également. Mais la raison principale, me semble-t-il, est que le débat d'actualité a migré depuis les espaces de commentaires des médias vers les réseaux sociaux. Là où l'actualité est en discussion, c'est principalement dans les commentaires des articles qui sont postés par les pages officielles des médias. Les médias en question ont d'ailleurs toujours tendance à faire appel à des professionnels de la modération, mais dorénavant c'est pour gérer les discussions sur les réseaux sociaux, notamment Facebook. Dans ces conditions, les entreprises de presse n'ont que peu d'intérêt à maintenir sur leurs sites des espaces de commentaires.

LA CENSURE EST QUASIMENT IMPERCEPTIBLE, CAR LA PUBLICATION EST TOUJOURS EN LIGNE, MAIS PERSONNE NE LA VOIT

À la suite de l'assaut du Capitole le 6 janvier 2021, la décision de bloquer les comptes du président Donald Trump sur les réseaux sociaux marque-t-elle un tournant, notamment en infléchissant la conception absolutiste de la liberté d'expression aux États-Unis ?

Oui, c'est indéniable. Quoi que l'on pense de Donald Trump, il s'agit d'un président élu démocratiquement, dont les canaux de communication principaux ont été coupés par des entreprises privées. On peut considérer que Trump a enfreint les standards de publication des plateformes, et qu'à ce titre il doit faire face aux mêmes sanctions que n'importe quel autre usager, mais, dans la pratique, les personnalités politiques ont toujours bénéficié d'une certaine mansuétude de la part des réseaux sociaux, qui considèrent leurs prises de parole comme étant d'intérêt général. Si cet événement est un tournant, c'est aussi parce que les grandes plateformes semblent dorénavant assumer leur rôle d'organisateurs du débat public en ligne, qui prennent des décisions proprement éditoriales, alors que jusqu'à présent elles défendaient leur statut d'hébergeur et leur position de neutralité quant aux contenus produits par les internautes, ce qui limitait leur responsabilité juridique.

LES GRANDES PLATEFORMES SEMBLENT DORÉNAVANT ASSUMER LEUR RÔLE D'ORGANISATEURS DU DÉBAT PUBLIC EN LIGNE

Que vous inspire la création de la Cour suprême de Facebook ?

Il y a deux manières de voir les choses. On peut, d'une part, se réjouir que, face à l'énorme pouvoir dont disposent les plateformes sur l'exercice de la liberté d'expression et sur l'organisation du débat public,

celles-ci cherchent à déléguer une partie de ce pouvoir à des organisations indépendantes. La Cour suprême de Facebook (dont le vrai nom est Conseil de surveillance) fonctionne à la manière d'une cour de cassation et juge les litiges liés à la régulation des contenus quand les procédures d'appel des plateformes n'ont pas permis de les trancher. C'est un organisme indépendant de Facebook, dans la mesure où les personnalités qui le composent ne sont pas liées à l'entreprise (elles viennent essentiellement du monde universitaire ou de sphères militantes), mais qui est malgré tout financé par l'entreprise.

APRÈS AVOIR CHERCHÉ À FRAPPER SA PROPRE MONNAIE, FACEBOOK EST EN PASSE DE PRODUIRE SES PROPRES INSTITUTIONS JUDICIAIRES

Une autre manière de voir les choses est de considérer que, après avoir cherché à frapper sa propre monnaie, Facebook est en passe de produire ses propres institutions judiciaires internationales et que, si nous avons besoin de ce type d'organisme pour garantir les droits fondamentaux des internautes, ce n'est pas aux plateformes de les prendre en charge. Il y a tout un dispositif à inventer, notamment à l'échelle nationale, qui articulerait trois acteurs : les plateformes qui modèrent en première instance et font légitimement respecter leurs standards, ainsi que les procédures d'appel qu'elles mettent en place ; les pouvoirs publics qui surveillent les activités de modération des plateformes et garantissent que les droits fondamentaux des citoyens soient bien respectés ; la justice enfin (le parquet numérique ?) qui pourrait être saisie par les internautes quand ils jugent avoir été victimes de censure abusive, mais qui pourrait également punir les infractions liées aux abus de la liberté d'expression (insulte, diffamation, etc.) prévues par le droit français.

Quelles sont les actions ou les pistes qui vous paraissent intéressantes, afin de limiter le pouvoir d'influence des géants du numérique ? Fin de l'anonymat ? *Slow web* ? Installation par défaut sur les smartphones d'une application de modération des contenus comme Bodyguard ?

Mettre fin à l'anonymat sur les réseaux sociaux est une mauvaise solution, car elle irait à l'encontre d'un des principes fondamentaux du web, et même d'internet, qui a permis une libération de la parole sans commune mesure dans l'Histoire. Pour limiter les effets néfastes de l'anonymat, comme le harcèlement ou la brutalisation des échanges, d'autres solutions peuvent être envisagées, notamment celle qui consiste à obliger les plateformes à une meilleure collaboration avec la justice. Ensuite, il existe toute une panoplie de solutions possibles pour contrôler les activités de modération des plateformes : les forcer à davantage de transparence, mais aussi organiser les modalités de contrôle de cette transparence, par exemple, en autorisant l'audit des plateformes par des organismes indépendants. C'est l'une des pistes suivies par le Digital Services Act à l'échelle européenne, présenté par la Commission en décembre 2020.

UNE RÉFLEXION PLUS GLOBALE SUR LE FONCTIONNEMENT DE L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION

Enfin, s'attaquer aux maux qui ruinent le débat en ligne ne peut faire l'économie d'une réflexion plus globale sur le fonctionnement de l'économie de l'attention sur internet. Les applications et algorithmes des plateformes favorisent la visibilité des contenus à forte teneur émotionnelle, et en particulier les contenus radicaux ou violents. Il faut aujourd'hui réfléchir à ce que pourrait être une architecture du débat qui soit respectueuse de l'attention des usagers d'une part, et qui garantisse un certain niveau de pacification des échanges d'autre part. Cela passe, par exemple, par des choix de design des plateformes portant sur le fonctionnement des algorithmes (organiser la visibilité des contenus sur d'autres critères que ceux habituellement en vigueur) ou sur les formats d'expression à la disposition des internautes (limiter les possibilités de partage – afin de réduire le « réchauffement médiatique », pour reprendre l'expression du sociologue Dominique Boullier – ou la citation d'autres tweets, qui servent notamment à des pratiques d'humiliation publique).

On pourrait aussi déléguer une partie de la modération aux internautes eux-mêmes, en ayant recours à des applications de type Bodyguard que vous citez, laissant chacun décider de ce à quoi il souhaite être exposé. Le problème que l'on risque de rencontrer, en revanche, à vouloir trop personnaliser les espaces d'échange, est d'accentuer la segmentation du débat en ligne et les phénomènes de bulles informationnelles, qui veut que l'information en ligne est distribuée aux internautes en fonction de leurs préférences personnelles, les enfermant *de facto* dans des sphères idéologiquement homogènes.

IMAGINER DES RÉSEAUX SOCIAUX PUBLICS, CE QUI LIMITERAIT LA MARCHANDISATION DES DONNÉES PERSONNELLES

La légitimité accordée aux plateformes, entreprises privées, pour contrôler la circulation des informations et des idées ne traduit-elle pas une défaillance des États démocratiques ? Que pensez-vous de l'idée d'un internet géré comme un service public ou de réseaux sociaux de service public financés par une taxe sur la publicité en ligne ?

C'est une piste intéressante sur laquelle travaillent un certain nombre de chercheurs et de chercheuses, notamment aux États-Unis. De la même façon que nous avons des chaînes de télévision ou des stations de radio publiques, nous pourrions tout à fait imaginer des réseaux sociaux publics, ce qui limiterait, par ailleurs, la marchandisation des données personnelles des usagers. Le problème, que l'on retrouve à différents moments de l'histoire du web, est le phénomène d'effet de réseau : les réseaux sociaux y ont un intérêt parce qu'ils réunissent beaucoup de monde autour d'un même service, et les usagers n'auraient que très peu d'intérêt à quitter les réseaux commerciaux qu'ils utilisent, et où se trouvent leurs proches, pour investir d'autres espaces d'échange. Dans la pratique, je ne suis pas sûr que cela puisse fonctionner. En revanche, il est possible de concevoir des formes de contrôle public des entreprises privées, à partir du moment où celles-ci se voient octroyer de fait une délégation de service public. Pendant de nombreuses années, les échecs des tentatives de régulation d'internet par les pouvoirs publics ont nourri l'idée d'un internet « indomptable », où les plateformes seraient « plus fortes que les États ».

Aujourd'hui, on assiste à un retour de la puissance publique sur ces dossiers, à travers le vote de lois au sein de pays européens, ou avec le Digital Services Act à l'échelle de l'Union. Mais il faut également s'assurer que cette régulation étatique ne devienne pas un levier pour limiter la liberté d'expression des internautes. Il y a un nouveau modèle à inventer, qui passe par la définition du type d'espace public que nous voulons voir fonctionner sur internet. La tâche est colossale, mais exaltante.

Romain Badouard est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, chercheur au laboratoire CARISM de l'Institut français de presse. Il a publié *Les nouvelles lois du web*, Éditions du Seuil et La République des Idées, octobre 2020.

Chine / États-Unis : réguler et protéger les Big Tech

Alexandre Joux

Donald Trump a fait trembler Huawei et les équipementiers chinois. Xi Jinping est beaucoup plus efficace : c'est tout le secteur du numérique chinois qui se retrouve soumis à des contraintes nouvelles et multiples en quelques mois. Il s'agit là d'un renversement de situation sans précédent. En effet, la Chine a jusqu'alors protégé ses acteurs du numérique en interdisant les concurrences étrangères et en leur laissant une très grande liberté d'action. Ces avantages sur le marché chinois devaient faciliter ensuite leur développement à l'échelle internationale. Cette stratégie est au cœur du conflit technologique qui oppose la Chine aux États-Unis (voir *La rem*, n°52, p.96). Mais la puissance que ces acteurs ont pu acquérir sur le marché chinois les expose désormais à une intervention du régulateur, bras armé du pouvoir politique en Chine. Aux États-Unis, les mêmes enjeux conduisent Joe Biden et le Congrès à se mobiliser contre les Big Tech et, en même temps, à miser sur eux pour renforcer la cyberprotection du pays et pour dynamiser l'économie. Préoccupations nationales et enjeux géostratégiques font ainsi souffler des vents contraires : si, en Chine, les premières semblent l'emporter sur les seconds, les équilibres sont encore incertains aux États-Unis.

La crise sanitaire a sans conteste favorisé la prise de conscience de la dimension essentielle et stratégique des acteurs du numérique dans l'économie mais, plus fondamentalement, sur le tissu social. Les pays adeptes du numérique qui disposent sur leur territoire des ressources permettant d'en mobiliser rapidement les outils et dont les citoyens sont capables de se les approprier ont pu, après une phase douloureuse d'adaptation, organiser autrement la vie quotidienne sans que celle-ci ne s'arrête brutalement sous la pression sanitaire. Essentiels, ces acteurs du numérique sont aussi une source d'inquiétude : le pouvoir associé aux outils qu'ils proposent leur donne les moyens d'agir sur la société.

LE POUVOIR ASSOCIÉ AUX OUTILS QU'ILS PROPOSENT LEUR DONNE LES MOYENS D'AGIR SUR LA SOCIÉTÉ

Si les années 1950 ont été celles de la prise de conscience des risques que comportaient les médias de masse (développement des *mass communication studies* et premiers rapports sur la responsabilité sociale des médias aux États-Unis), les années 2000 seront peut-être celles d'une prise de conscience du risque technologique lié à l'émergence des plateformes, ces acteurs intégrés du numérique qui structurent en profondeur l'organisation de l'internet. Partant, plateformes et pouvoir politique sont en compétition : Politico vient d'ailleurs de lancer un site, aux États-Unis, qui informe des décisions des leaders de l'univers des technologies (voir *supra*) – un moyen de compléter son activité historique d'analyse des coulisses du pouvoir politique. Ce dernier est toutefois dans une situation complexe. Il a, grâce à la réglementation, le pouvoir de contraindre les Big Tech. Mais ceux-ci sont aussi la garantie de la performance d'un pays, donc du soutien que les citoyens peuvent apporter au politique. Et, à l'échelle internationale, disposer sur son territoire des sièges sociaux des Big Tech donne les moyens d'exercer un *soft power* incomparable : la capitalisation boursière postpandémie des Gafam américains – Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft – est presque trois fois supérieure au PIB de la France.

En Chine, le politique l'a finalement emporté dans la balance des pouvoirs au point d'ouvrir un chapitre nouveau des relations entre l'État et les géants numériques, sommés de revoir leurs objectifs stratégiques. Dans un premier temps, la reprise en main des Big Tech chinoises par le pouvoir politique a pu être interprétée comme une volonté de limiter les velléités d'émancipation politique de leurs dirigeants : pour avoir critiqué le régulateur financier, Jack Ma a dû disparaître des écrans chinois et renoncer à l'introduction en Bourse de sa fintech Ant (voir *La rem* n°57-58, p.96). Depuis, Ant Group s'est restructuré dans une holding financière contrôlée par l'État chinois, et Alibaba, dont Ant était la filiale, a été soumis à une amende très lourde, de 18 milliards de yuans (2,35 milliards d'euros). Dans cette restructuration, le politique a aussi exigé l'abandon, par Ant, de son avantage compétitif : la connaissance des comportements d'achat et des modes de vie d'une multitude de Chinois grâce au site d'e-commerce et aux paiements généralisés sur mobile avec Alipay. Désormais, ces données sur le consommateur (et sur le citoyen) chinois, qui ont permis à Ant d'établir un système performant de notation de la solvabilité des consommateurs chinois, doivent être partagées avec les autres banques qui proposent des crédits. Ce qui faisait la force d'Ant devient, *de facto*, le levier d'une politique nationale de contrôle de l'endettement des foyers. Autant dire que la régulation chinoise des Big Tech vise, certes, à protéger les droits des consommateurs, mais également à affermir le pouvoir de l'État sur la société chinoise.

LA RÉGULATION CHINOISE DES BIG TECH VISE À AFFERMIR LE POUVOIR DE L'ÉTAT

Le 15 mars 2021, le président chinois, Xi Jinping, annonçait la nécessité d'établir, pour des plateformes arrivées à maturité, *« un système de gouvernance qui donne autant d'importance au développement qu'à la réglementation, favorisant la concurrence équitable, la lutte contre les monopoles et l'expansion désordonnée du capital »*. L'intention s'apparente ici à une volonté de réglementation à l'encontre d'acteurs qui, sommés de se développer le plus rapidement possible, ont pu prospérer dans un environnement totalement dérégulé. Elle tend à une normalisation, à l'instar des efforts entrepris, aux États-Unis comme en Europe, pour mieux encadrer les activités des géants du numérique. Après les fintechs, qui ont dû dissocier clairement

activités de paiement en ligne et octrois de crédits, la Chine tente de bloquer l'émergence des monnaies alternatives reposant sur la blockchain – ainsi du Bitcoin dont le cryptage est assuré pour l'essentiel sur son territoire. Elle a fait fermer nombre de serveurs qui, très gourmands en électricité, n'aidaient pas non plus le pays à améliorer son bilan carbone. L'e-yuan, le projet de monnaie numérique de la Banque centrale chinoise, est amené à devenir la seule monnaie numérique autorisée. Et la monnaie nationale, le yuan, va gagner en importance sur le dollar pour les entreprises chinoises : le 6 juillet 2021, la Chine annonçait le renforcement des conditions de protection des données sensibles pour ses entreprises qui comptent s'introduire en Bourse à l'étranger, se donnant alors les moyens de rapatrier nombre d'introductions sur son territoire pour que ses géants technologiques soient contrôlés par des capitaux nationaux. Cette annonce est intervenue six jours après l'entrée à la Bourse de Wall Street de Didi, un équivalent chinois d'Uber, et cela malgré une demande de report de la part des autorités chinoises. Depuis, les activités de Didi sont passées au crible par les différentes administrations chinoises, l'application a dû être retirée des magasins d'applications en Chine et son cours en Bourse a été presque divisé par deux. C'est là toute la particularité de la régulation financière chinoise : elle se double, quand le politique l'exige, d'enquêtes en cascade de toutes les administrations afin que la pression exercée soit à son comble.

OUVRIR UN ESPACE À DE NOUVEAUX CONCURRENTS AFIN DE RELANCER L'INNOVATION

La même normalisation est annoncée pour la gestion des données personnelles, la Chine ayant produit une réglementation assez protectrice pour le consommateur, proche donc dans son inspiration du RGPD (règlement général sur la protection des données) européen, qui s'applique depuis le 1er septembre 2021. Le 17 août 2021, un nouveau cadre réglementaire a été présenté, qui vise à limiter cette fois-ci les pratiques anticoncurrentielles, comme les exclusivités forcées très courantes en Chine sur les sites d'e-commerce (l'accès à un site d'e-commerce est, par exemple, assorti d'une obligation de n'accepter que les paiements réalisés avec le système de son propriétaire) ou dans le secteur de la livraison de repas (un restaurant qui s'inscrit auprès d'un service de livraison doit, pour être référencé, s'engager à ne pas faire appel à un service concurrent). Toutes ces pratiques, qui relèvent de la concurrence déloyale, vont donc être plus sévèrement sanctionnées. De ce point de vue, ces nouvelles règles, qui viennent combler un vide réglementaire, alignent l'internet chinois sur les standards internationaux en protégeant notamment le consommateur et en interdisant la constitution de monopoles. Avec la dissociation d'Ant et d'Alibaba, avec également le nouveau cadre réglementaire de l'antitrust chinois, l'objectif est en effet de mieux réguler les Big Tech chinoises pour ouvrir un espace à de nouveaux concurrents afin de relancer l'innovation. Des enjeux semblables agitent, au même moment, le monde politique américain.

Mais la priorité du politique sur l'économique est bien plus forte en Chine qu'aux États-Unis, quitte à prendre le risque de saper la confiance que nombre d'investisseurs avaient dans les grands groupes chinois de l'internet. Ce risque-là est majeur parce qu'il pourrait conduire, avec le retrait des investisseurs internationaux, à un moindre financement de l'innovation. Cette priorité donnée au politique a été affirmée le 23 juillet 2021 à l'occasion de la publication de la nouvelle réglementation devant s'appliquer au soutien scolaire en ligne privé. Ce secteur de l'edtech a désormais interdiction de réaliser des bénéfices,

ce qui revient peu ou prou à annoncer l'étatisation des cours privés dans un pays où la réussite scolaire est un mantra et où la pression sociale et familiale exercée sur les étudiants est parmi les plus fortes du monde, ce qui expliquait la santé florissante de ces groupes de soutien scolaire en Chine. En quelques heures, ces sociétés voyaient leur cours en Bourse s'effondrer, entraînant dans leur sillage toutes les valeurs technologiques chinoises. Même cotées à New York, les Big Tech chinoises font d'abord des affaires en Chine, où elles ont eu du mal à anticiper le changement annoncé du contexte réglementaire. Outre un droit de la concurrence renforcé, une meilleure protection du consommateur et de ses données, la Chine innove aussi avec une réglementation proprement « idéologique » quand, d'un coup, le capitalisme est exclu du secteur de l'éducation en ligne. Dès lors, la liste des nouvelles contraintes devient potentiellement infinie, au gré des attentes que le politique ne manquera pas d'adresser à ses géants de la technologie.

Le jeu vidéo est un bon exemple du traitement de plus en plus politique des activités commerciales des géants chinois, le leader mondial Tencent (voir *La rem* n°40, p.64) étant ici le plus exposé. Après une campagne de presse, début août 2021, dénonçant l'effet des jeux vidéo sur les plus jeunes – sorte de drogue électronique les détournant de l'effort scolaire et du travail –, Tencent a choisi d'interdire aux moins de 12 ans de procéder à des paiements en ligne sur ses différents services et de limiter les moins de 18 ans à une heure de jeu vidéo par jour (et deux heures pendant les vacances), grâce à un système de reconnaissance faciale. Ces concessions ont dû être considérées comme insuffisantes : le 30 août 2021, la pratique des jeux vidéo a été limitée par l'autorité chinoise en charge de l'audiovisuel à trois heures par semaine pour les moins de 18 ans, et uniquement les vendredi, samedi et dimanche entre 20 heures et 21 heures. Une telle mesure, éminemment politique, semble pourtant extrêmement risquée dans un pays où le jeu vidéo suscite l'engouement de la jeunesse au point d'avoir fait de la Chine le premier marché mondial pour le jeu vidéo sur mobile. C'est tout un secteur économique qui est ainsi mis à mal, après la destruction du marché du soutien scolaire en ligne. C'est aussi toute une partie de la jeunesse qui peut se sentir frustrée. Trois jours plus tôt, le 27 août 2021, l'administration en charge de l'internet chinois avait présenté un projet de régulation des algorithmes, ces derniers étant considérés comme une menace pour *« la sécurité intérieure, l'ordre social et l'ordre économique »*. Là encore, la régulation est motivée par des enjeux politiques, la question économique arrivant tout à la fin : il sera certes interdit d'utiliser des algorithmes qui poussent à des dépenses excessives pour mieux protéger les consommateurs, mais pour le reste, par exemple les contenus recommandés sur les réseaux sociaux numériques, une autorisation préalable d'une autorité administrative sera nécessaire pour procéder à un ciblage.

UN TRAITEMENT DE PLUS EN PLUS POLITIQUE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES DES GÉANTS CHINOIS

Ces mesures ont finalement trouvé leur point d'aboutissement dans l'émergence d'un nouvel impératif politique porté par Xi Jinping : la *« prospérité commune »* et la lutte contre les dérives du capitalisme. Les géants économiques chinois sont donc priés de favoriser une meilleure répartition de la

richesse afin d'éviter que les inégalités très grandes de revenus ne conduisent à des tensions sociales en Chine ; ils sont également priés de faire refluer les images, les symboles, les modes qui pourraient progressivement détourner la population chinoise, notamment les plus jeunes, de l'effort qui lui est demandé dans ses études, en entreprise, mais également en société, où les normes à respecter sont rigides et où tout écart est sanctionné. Les paroles des karaokés sont « nettoyées », les influenceurs trop « féminisés », paresseux et autres, sont évincés des réseaux sociaux, le temps de divertissement est fortement limité : le mode de vie « occidental » est condamné.

LA « *PROSPÉRITÉ COMMUNE* » ET LA LUTTE CONTRE LES DÉRIVES DU CAPITALISME

La tendance est trop récente pour statuer sur la réalité ou non d'un changement de stratégie du pouvoir chinois. Au moins est-il évident que se termine la phase libérale qui a permis aux géants chinois du numérique de s'appuyer sur leur marché pour s'imposer ensuite à l'étranger, faisant de la Chine un rival sérieux des États-Unis dans le secteur technologique. La régulation nationale des activités des acteurs chinois de l'internet se met en place, qu'il s'agisse d'encadrer les pratiques commerciales afin de protéger aussi la concurrence et le consommateur ou qu'il s'agisse de réguler des acteurs économiques en fonction d'objectifs politiques. C'est enlever à ces mêmes acteurs une grande partie des moyens qui les ont favorisés, en Chine comme en dehors des frontières, pour s'imposer sur les marchés et innover. La socialisation du capitalisme chinois, plus que la régulation de ses marchés, souligne ainsi le dilemme auquel sont confrontés les dirigeants du pays : ils ont besoin de grands groupes technologiques pour continuer de défier l'avance technologique américaine ; ils ont besoin aussi de limiter les pouvoirs de ces mêmes groupes sur la société chinoise au nom d'objectifs politiques. Or, le premier impératif exige des moyens que le second limite fortement en portant atteinte aux intérêts commerciaux des grands groupes de l'internet chinois. La mise en retrait de toute politique de fondateurs et de dirigeants de ces grands groupes témoigne de ce dilemme. Elle atteste de la soumission de l'économique au politique, en même temps qu'elle vide ces groupes de leurs géniaux fondateurs. En 2020, Jack Ma s'est, le premier, mis en retrait d'Alibaba. En mars 2021, Colin Huang, le fondateur du site d'e-commerce Pinduoduo, prenait ses distances avec son groupe. En mai 2021, Zhang Yiming, le fondateur de TikTok, a pris lui aussi du recul. En septembre 2021, c'était au tour de Richard Liu, le fondateur de JD.com. On assiste donc à une éviction collective d'une partie significative du « top management » de l'internet chinois, qui ne manquera pas de peser sur les groupes concernés. Quant à l'effondrement du cours en Bourse de ces géants du numérique, c'est là encore autant de moyens en moins pour financer l'innovation et le développement de nouvelles activités.

LA SOCIALISATION DU CAPITALISME CHINOIS, PLUS QUE LA RÉGULATION DE SES MARCHÉS

Si l'enjeu géostratégique ne protège plus suffisamment les Big Tech chinoises, sommées désormais de limiter leurs prétentions sur leur marché intérieur, les choses sont moins évidentes aux États-Unis, le

premier rival de la Chine. Certes, Joe Biden a, dans sa campagne présidentielle, dénoncé le poids trop grand des plateformes, qui se retrouvent en mesure d'étouffer l'innovation en rachetant les start-ups les plus prometteuses ou qui peuvent brider la concurrence au profit de leurs propres services sur leurs places de marché. Le président américain donne donc des gages politiques : la régulation des plateformes doit progresser aux États-Unis, quitte à revoir en profondeur les règles du droit de la concurrence. En mars 2021, il a proposé la nomination de Lina Khan à la Federal Trade Commission (FTC), ce qui a été accepté par le Sénat. Lina Khan a ensuite été nommée présidente de l'institution. Connue pour avoir analysé l'inefficience du droit actuel quand il s'agit de préserver la concurrence face aux plateformes – ces dernières baissant les prix (objectif proconsumériste du droit de la concurrence) tout en renforçant leurs positions sur le marché (pression concurrentielle à la baisse et pouvoir de marché de plus en plus élevé) –, sa tâche sera toutefois immense. En effet, la FTC a perdu face à Facebook auquel elle reprochait d'abuser de sa situation de monopole sur les réseaux sociaux numériques en évinçant de son environnement toutes les applications rivales. Le 28 juin 2021, la justice américaine a considéré la plainte de la FTC comme insuffisamment fondée, rappelant que *« la puissance de monopole est un terme en droit fédéral qui a un sens économique précis »* : sa dénonciation politique ne saurait s'émanciper des règles qui sont celles du droit.

Aux États-Unis, la régulation future des Big Tech va dépendre des majorités qui pourront émerger sur ces sujets au Congrès. Ce dernier s'appuie sur le rapport très critique contre les plateformes qu'il a publié le 6 octobre 2020 (voir *La rem* n°56, p.65) et qui a été adopté par la Chambre des représentants le 19 avril 2021, la majorité démocrate étant acquise dans cette institution du Congrès. Le 11 juin 2021, plusieurs propositions de lois visant à réformer les règles qui s'appliquent aux plateformes de plus de 600 milliards de dollars de capitalisation ou de plus de 50 millions d'utilisateurs mensuels ont été présentées à la Chambre des représentants. Ces propositions s'inscrivent dans la droite ligne des recommandations du rapport d'octobre 2020 : elles ciblent les seules plateformes pour lesquelles un droit adapté doit être imaginé. À la suite de Lina Khan, les représentants estiment effectivement que les modèles économiques des plateformes leur permettent d'échapper aux contraintes réglementaires qui devraient être les leurs. C'est le paradoxe antitrust d'Amazon pointé par la nouvelle présidente de la FTC : plus le groupe étend son emprise, plus les prix baissent ; or les théories classiques sur la concurrence considèrent à l'inverse que seule la concurrence favorise une baisse des prix sur le long terme. Parmi ces mesures envisagées par la Chambre des représentants, il est prévu de renforcer les moyens des agences fédérales comme la FTC en augmentant les droits que les sociétés payent quand elles leur soumettent un dossier pour étude ; il est prévu également de garantir la « portabilité » des données des utilisateurs quand ils changent de service. Ces deux propositions devraient pouvoir être votées aussi par le Sénat, où les Républicains sont en meilleure position. Les trois suivantes ne le seront probablement pas. Le « Ending Platform Monopolies Act » vise à mettre en œuvre les obligations de scission évoquées dans le rapport d'octobre 2020 – par exemple, forcer Facebook à revendre WhatsApp et Instagram. Le « Platform

AUX ÉTATS-UNIS, REVOIR EN PROFONDEUR LES RÈGLES DU DROIT DE LA CONCURRENCE

Competition and Opportunity Act » demande aux plateformes, et non au régulateur, d'apporter la preuve qu'une opération de rachat envisagée ne limitera pas la concurrence. Enfin, l'« American Choice and Innovation Online Act » est plus consensuel, sauf la pénalité prévue : une amende de 30 % sur son chiffre d'affaires pour toute plateforme qui privilégierait ses propres services par rapport à ceux des autres dans les recommandations faites à ses utilisateurs.

C'EST LE PARADOXE ANTITRUST D'AMAZON : PLUS LE GROUPE ÉTEND SON EMPRISE, PLUS LES PRIX BAISSENT

Cet encadrement difficile des Big Tech aux États-Unis atteste aussi d'enjeux politiques complexes. Si tous les élus du Congrès sont conscients de la nécessité d'un meilleur encadrement des activités des plateformes, nombreux sont aussi ceux convaincus de l'importance des Big Tech américaines dans l'affrontement géopolitique qui se dessine avec la Chine. Ainsi, l'encadrement national des Big Tech ne doit pas porter atteinte à leurs pouvoirs à l'échelle internationale. C'est la position de l'administration Biden quand Yanet Jellen, la secrétaire du Trésor, a demandé à la Commission européenne d'abandonner son projet de taxe numérique dès lors qu'un accord à l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) sur la réforme de la fiscalité des multinationales a été trouvé (voir *supra*). Cet accord sécurise l'environnement réglementaire des Big Tech dans le monde en même temps qu'il les protège de toutes les nouvelles initiatives de taxes diverses et variées.

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 :

- « Pourquoi Xi Jinping mate les géants chinois du web », Sébastien Falletti, *Le Figaro*, 14 mai 2021.
- « Le Congrès américain veut contrer les Gafa », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 14 juin 2021.
- « Lina Khan, bête noire des Gafa, prend la direction de la FTC », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 17 juin 2021.
- « Facebook gagne une manche face à la FTC », Pierre-Yves Dugua, Chloé Woitier, *Le Figaro*, 30 juin 2021.
- « Pékin s'attaque à la suprématie américaine sur les Bourses », Joséphine Pasquier, *Le Figaro*, 7 juillet 2021.
- « La grande reprise en main de Pékin sème le doute chez les géants de la tech », Joséphine Pasquier, *Le Figaro*, 26 juillet 2021.
- « Les géants de l'Internet chinois mis au tapis par Pékin », Bastien Bouchaud, *Les Échos*, 2 août 2021.
- « La Chine tacle ses géants du jeu vidéo », Ciara Boulman, *Les Échos*, 4 août 2021.
- « Pékin durcit sa mise au pas des géants de la tech », Julie Zaugg, *Le Figaro*, 18 août 2021.
- « Tech chinoise : les investisseurs internationaux prennent peur », Sébastien Dumoulin, Laurence Bouisseau, *Les Échos*, 19 août 2021.
- « Les jeunes Chinois ne pourront jouer plus de 3 heures par semaine aux jeux vidéo », Nicolas Richaud, *Les Échos*, 31 août 2021.
- « En Chine, le grand coup de barre à gauche de Xi Jinping », Frédéric Schaeffer, *Les Échos*, 13 septembre 2021.
- « En Chine, le grand bond à gauche de Xi Jinping », Sébastien Falletti, *Le Figaro*, 15 septembre 2021.

Encore une autre approche du capitalisme de surveillance

Christophe Masutti

Des années 1980 aux années 2000, entre une économie mondialisée dominée par les marchés financiers et les difficultés des puissances publiques à tenter d'en réguler les effets sur les sociétés et les individus, le capitalisme est entré dans une crise complexe qui contredit la doxa de l'autorégulation. Parmi les déclencheurs figurent l'excès de financiarisation des secteurs de l'économie de services, la tension entre la surproduction et la paupérisation d'une partie croissante des classes sociales, l'accentuation des dégâts environnementaux de l'industrie et de la consommation de masse, les antagonismes géopolitiques entre richesse, pauvreté et accès aux ressources (matières premières et ressources vitales).

Facteur décisif, l'informatisation de la société amorcée dans les années 1960 s'est intensifiée : elle a suivi l'avancement des technologies de l'information et a amorcé une nouvelle transition, de nouveaux choix collectifs, faisant reposer de plus en plus les organisations sur les technologies numériques, les réseaux et l'automatisation de la décision. En réplique, les critiques du capitalisme ne se concentrent plus sur la seule approche marxiste du rapport entre propriété des moyens de production, course au taux de profit et conséquences sur les classes sociales. Ces critiques analysent aussi les modalités du capitalisme moderne à travers les choix stratégiques comme la transformation de la donnée en capital et la concentration des savoirs ; les choix structurels telle l'émergence d'une économie de plateformes ; les choix de l'investissement spéculatif dans les technologies de l'information, dans la prépondérance du marketing et des orientations de l'économie de services ; enfin les choix éthiques comme l'intrusion dans la vie privée et la sélection sociale des consommateurs. Ces choix ont ceci de particulier qu'ils accentuent le rôle crucial de la surveillance, conçue à la fois comme moyen de production de données, comme moyen d'influence de l'économie marchande (influence sur le consommateur) et comme moyen d'optimisation de la production (surveillance des travailleurs sur l'outil de production ou sur la plateforme à l'interface entre travailleur et client).

Ces pratiques de surveillance font l'objet de critiques d'autant plus acerbes que leur régulation par l'État a tendance à échouer sur les rivages de la confiance politique et des contradictions de la démocratie libérale. Les Gafam (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft) sont souvent sous les feux de la rampe. Depuis une vingtaine d'années, ces entreprises américaines organisent à leur profit une concentration, inédite dans l'Histoire, de capitaux et d'innovations technologiques. Leur hégémonie déséquilibre le rapport de force nécessaire aux États dans leur rôle de régulateur. En concentrant les capitaux et la technologie, elles organisent aussi une concentration du pouvoir qu'elles disputent aux États en situation de quémandeurs[1].

En 2014, les révélations d'Edward Snowden démontraient les alliances, dans une vaste opération d'espionnage global, à l'intérieur et à l'extérieur des frontières, entre les plus hautes autorités des États-Unis et ces entreprises disposant des capitalisations boursières les plus élevées. Depuis, la concurrence mondiale a eu tendance à accentuer les effets délétères des luttes hégémoniques, en particulier selon les trois aspects de la géopolitique (par exemple, les firmes américaines *versus* les géants chinois, les BATX que sont Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi), des secteurs d'innovation à forte croissance (par exemple, le courtage de données, les infrastructures de réseaux) et des plateformes (par exemple, le divertissement en ligne, la voiture connectée, les services à la personne, la santé personnalisée).

L'ANNÉE 2014 A VU NAÎTRE UN CONCEPT DÛMENT TRAVAILLÉ, CELUI DE CAPITALISME DE SURVEILLANCE

L'impact de l'économie de la surveillance sur la vie quotidienne des individus et sur les rapports sociaux est cependant analysé depuis de nombreuses années par les études de surveillance (*surveillance studies*), sans pour autant faire des technologies numériques et de la gouvernementalité les objets centraux de leurs préoccupations. L'essentiel de ces études est influencé par la pensée européenne sur la politique (Max Weber), par la critique des technologies (Jacques Ellul), par l'histoire des institutions et la critique du pouvoir (Michel Foucault). Cet héritage est mobilisé surtout aux États-Unis dans les années 1970, conjointement aux premiers grands débats publics concernant l'usage des bases de données et le traitement des données personnelles par les institutions publiques ou les grandes entreprises. À cette période, surgissent au premier plan des juristes tels Alan Westin[2] ou Arthur R. Miller[3] qui entreprennent une critique systématique de l'informatisation de la société et qui posent les bases d'une définition de la *privacy* (les conditions d'exercice de la vie privée), laquelle se répandra rapidement en Europe. Et c'est au sociologue James B. Rule que revient la primeur d'une approche intégrée de la surveillance en société, considérée comme *« l'attention systématique portée sur la vie d'une personne de manière à exercer une influence sur elle »*[4]. Cette action sur le quotidien est examinée selon une heuristique de la *« surveillance totale »*[5]. Inspiré en arrière-plan par la dystopie orwellienne, J. B. Rule développe une critique du contrôle social, de l'analyse prédictive des comportements et, dans la droite ligne de Michel Foucault, examine le rapport entre traitement automatisé des données, obéissance, institutions et pouvoir.

Pour autant, les postures théoriques des études de surveillance sont très différentes et dépendent de l'objet que l'on envisage sous l'angle de la surveillance. Dès lors, pour adopter un point de vue plus global, il faut inscrire ces études dans l'histoire de la surveillance, autrement dit, comprendre dans quelle mesure l'économie de la surveillance et la critique de la surveillance cheminent ensemble depuis les débuts de la révolution numérique et comment cette « dialectique » a construit nos rapports individuels et collectifs à la surveillance, dans le droit, les institutions, l'innovation technologique (plus généralement industrielle) et la politique.

À l'instar de David Lyon pour qui la surveillance est devenue culturelle[6] et participe à la structuration sociale (tout le monde est surveillé, s'accommode de la surveillance et même y participe activement), un premier pavé dans la mare des liens entre modernité et surveillance avait été jeté dès le début des années 1980 par Anthony Giddens. Prenant du recul par rapport à la seule approche sociale, il interroge notre condition d'êtres en perpétuelle insécurité, dont découle le besoin d'une confiance, parfois irrationnelle, dans les institutions.

Giddens s'emploie à déterminer ce que sont les « institutions » de la modernité qui se sont radicalisées : le capitalisme, l'industrialisme, le militarisme, la surveillance (le contrôle de l'information et le monitoring social). Ces régimes organisationnels forment ensemble une définition globalisée de l'État *« moderne-contemporain »* et en assurent la permanence. En 1985, il affirmait ainsi à leur propos : *« Ce sont des processus associés au système de l'État-nation, coordonnés par des réseaux mondiaux d'échange d'information, l'économie capitaliste mondiale et l'ordre militaire mondial. »*[7]

Selon Giddens, il reste des moyens de dépasser ces régimes de la modernité : ce sont les mouvements sociaux tels le syndicalisme, l'environnementalisme, le militantisme contre l'armement. Cela étant dit, on peut s'étonner que, lecteurs ultérieurs de Giddens (ceux que l'on dira de la « troisième voie » prônée par des dirigeants tels que Clinton ou Blair, et Macron), certains décideurs politiques s'obstinent à susurrer un refrain social-démocrate basé sur des mécanismes de régulation du capitalisme les moins contraignants possible, pour finir par laisser la voix au discours néolibéral qui ne fait qu'intensifier inégalités et tensions sociales. Il reste qu'aujourd'hui, si la « troisième voie » n'est plus considérée comme une option viable, c'est parce que les mouvements contre-discursifs se situent désormais dans la *« zone du dehors »* selon l'expression d'Alain Damasio[8], plus exactement en dehors de l'opinion que l'on façonne et que l'on surveille (à grand renfort de communication numérique, comme l'a montré le scandale Facebook-Cambridge Analytica), et en dehors des mécanismes désuets de la représentation politique. Ils prennent place dans un ensemble fédéré de mouvements préfiguratifs (en tout cas anthropologiquement visibles[9]) qui tout à la fois inventent des mécanismes de démocratie directe et s'inscrivent dans une critique radicale du capitalisme. En ce sens, faire une critique de la surveillance et de sa tendance à structurer la société de manière normative, institutionnelle et culturelle, c'est contribuer à cette critique globale du capitalisme.

L'année 2014 a vu naître un concept dûment travaillé, celui de capitalisme de surveillance, concept qui caractérise à la fois l'économie comportementale et l'impératif du profit qui transforme la donnée numérique en capital extractible de toutes les composantes de l'économie, notamment nos vies publiques

et privées, notre travail, notre santé. En 2014, le sociologue John B. Foster et l'historien des communications Robert W. McChesney ouvrent la voie dans les pages de la *Monthly Review* et inaugurent dans un article fondateur[10] le concept de capitalisme de surveillance[11]. Ils le situent dans une histoire longue, celle de l'économie politique de la seconde moitié du XXe siècle. Ils suivent une critique du capitalisme monopoliste et des stratégies américaines en termes d'intérêts de marchés (une critique datant des années 1970[12]) tout en interrogeant la dynamique hégémonique de l'économie de la donnée soutenue par le complexe industrialo-militaire et la surfinanciarisation économique. Leur conclusion est sans appel : le capitalisme de surveillance fonctionne sur la connivence entre le système impérialiste états-unien et les entreprises qui jouent le même jeu dans un échange d'intérêts bien compris.

Ce que la population mondiale a appris avec les révélations d'Edward Snowden, ce n'est pas le degré d'exhaustivité de la surveillance (contrairement aux idées reçues, c'est un sujet déjà ancien), c'est le rapport entre la surveillance et la géopolitique, c'est-à-dire le lien entre les technologies de surveillance – qui, après la Guerre froide, ont trouvé un débouché dans l'économie de plateformes et de la consommation – et les stratégies hégémoniques des États-Unis, qui abritent les principaux fournisseurs de ces technologies.

L'ERREUR MÉTHODOLOGIQUE CONSISTE À CROIRE QUE CETTE FORME DE CAPITALISME EST NÉE AU XXIe SIÈCLE

S'appropriant le concept de J. B. Foster et R. W. McChesney[13] dans une série d'articles et dans un best-seller[14], la spécialiste en management Shoshana Zuboff entreprend une analyse systémique des pratiques du capitalisme de surveillance dans l'économie numérique récente. Elle adopte une posture plus descriptive et se concentre sur l'hydre qu'ont créée les plateformes des années 2000, illustrant en particulier avec Google le destin des start-up condamnées à exploiter les données personnelles pour répondre à la pression de la rentabilité, sous couvert d'un discours solutionniste[15]. Ce qu'elle dénonce comme « capitalisme de surveillance », jusqu'à essentialiser les « capitalistes de surveillance » , c'est l'action combinée de la soif de données et de la normativité comportementale qu'elle induit, dans cet effort permanent de prédiction algorithmique et de recherche de rentabilité. Tout en poursuivant son « processus historique d'extraction » (ici des données personnelles), le capitalisme aurait subi selon elle une transformation néfaste, au point de conditionner nos comportements, nous priver de vie privée et de nos capacités d'agir de manière autonome, que ce soit individuellement ou collectivement. La conclusion est la même que précédemment : le capitalisme de surveillance est une menace pour la démocratie. En revanche, là où J. B. Foster et R. W. McChesney proposent une critique globale et historique, S. Zuboff réclame plutôt (sans toutefois fournir de solution) un sursaut démocratique dans le domaine de la régulation, un remède pour sauver le capitalisme malade dans nos démocraties libérales.

S. Zuboff a popularisé le concept de capitalisme de surveillance parce que son analyse correspond parfaitement à la vision immédiate des causes et des effets de la surveillance dans l'économie comportementaliste d'aujourd'hui. C'est un réquisitoire, tout à fait fondé, à propos des plateformes de courtage de données qui conditionnent nos comportements et accaparent quotidiennement nos

expériences. Mais qui devrions-nous accuser précisément ? L'erreur méthodologique consiste à croire que cette forme de capitalisme est née au XXIe siècle, par l'entremise des moyens inédits d'automatisation de l'exploitation des données dans les mains de quelques monopoles. C'est faire bien peu de cas de l'Histoire[16]. C'est succomber à une certaine forme de déterminisme technologique : quelles innovations auraient été à ce point dominantes qu'elles en auraient radicalement et subitement transformé le capitalisme ?

Deux aspects de l'Histoire doivent plutôt retenir notre attention. Le premier est le fait que ce que nous appelons rapidement « défense de la vie privée » est la tendance, depuis plus de cinquante ans, à construire un cadre réglementaire de l'usage des données personnelles pour défendre l'individu face aux pratiques des entreprises et des États, tout autant qu'à prémunir les États des risques anticonstitutionnels liés à l'exploitation des données personnelles. Durant ce demi-siècle, de l'affaire Conus Intel au Patriot Act aux États-Unis, ou du scandale de l'affaire Safari à la loi Renseignement en France, les sociétés n'ont eu de cesse de mettre en cause les pratiques d'extraction, de conservation et d'usage des données personnelles par les autorités à des fins de contrôle ou d'influence. Concernant les entreprises, à commencer par les banques et les assurances, d'Equifax à Google, l'encadrement des pratiques a une histoire tout aussi longue et concomitante[17]. Avant d'essaimer en Europe et partout dans le monde, c'est aux États-Unis que débute la défense de la vie privée face aux pratiques des entreprises, particulièrement les banques et les sociétés de crédit[18], et la propension de l'État à concevoir des banques de données sur les citoyens. Cette histoire a consolidé les conditions selon lesquelles nous exerçons notre droit à avoir une vie privée, ce que rassemble le terme anglais *privacy* : secret, intimité physique et psychique, sécurité et protection de l'individu, maîtrise de l'information le concernant. Si la *privacy* est un concept en perpétuelle évolution, c'est parce qu'il conditionne le développement du droit en la matière depuis les années 1960. Les flous juridiques ne cessèrent de se dissiper au fur et à mesure des luttes collectives des consommateurs et des scandales qui jalonnent l'histoire de la révolution informatique. En d'autres termes, la sauvegarde de l'autonomie de l'individu à consentir ou non à l'exploitation de ses données personnelles est ce qui a construit l'échafaudage du droit en la matière, mais l'effet pervers fut de laisser finalement libre cours au développement économique et technique de l'exploitation des données personnelles tant que leur usage est considéré légitime et consenti. Là où la défense de la vie privée est un combat collectif devant la toute-puissance du Leviathan, elle devient une question de liberté individuelle devant l'impératif économique. Or, le pouvoir de l'individu n'est rien à partir du moment où la surveillance des comportements devient la clé de voûte de toute l'économie de consommation et même un marché ouvert aux institutions de contrôle étatiques.

L'EFFET PERVERS FUT DE LAISSER FINALEMENT LIBRE COURS AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TECHNIQUE DE L'EXPLOITATION DES DONNÉES PERSONNELLES TANT QUE LEUR USAGE EST CONSIDÉRÉ LÉGITIME ET CONSENTI

En ce sens, les pratiques de Google et de Facebook ne sont que des fruits du capitalisme de surveillance et non des jeunes pousses qui auraient à elles seules transformé le capitalisme. Pour mieux le comprendre, le second aspect qui doit nous intéresser a trait à l'histoire des techniques. On retient souvent de la révolution informatique une grande suite d'innovations – des machines à calcul aux microprocesseurs et à la naissance de l'industrie logicielle. Mais lorsque l'on se penche de manière un peu plus concrète sur les usages, on constate au tournant des années 1960 et 1970 ce que des historiens appellent la « seconde révolution informatique »[19], celle de l'utilité des ordinateurs, leur intégration dans les organisations pour devenir des « systèmes d'information ». Ces derniers deviendront les supports d'une nouvelle forme de rentabilité, celle qui permet d'augmenter le profit en valorisant les données numériques. Calculer et modéliser la production, prédire statistiquement le comportement de la clientèle et adapter la stratégie marketing sont des éléments qui finirent par caractériser l'activité économique à grand renfort de bases de données.

LES PRATIQUES DE GOOGLE ET DE FACEBOOK NE SONT QUE DES FRUITS DU CAPITALISME DE SURVEILLANCE ET NON DES JEUNES POUSSES QUI AURAIENT À ELLES SEULES TRANSFORMÉ LE CAPITALISME

À l'instar de David Edgerton pour qui l'histoire des techniques gagne à s'intéresser davantage aux usages, aux routines, et aux transformations des objets d'innovation plutôt qu'aux innovations elles-mêmes[20], on peut considérer la transformation numérique des organisations dans l'économie capitaliste comme l'évolution des usages des machines informatiques, en dehors des seuls besoins de calcul d'ingénierie ou de comptabilité, vers l'ouverture de nouveaux débouchés. Ce fut la jonction entre l'industrialisation et la vente en masse des ordinateurs *mainframe*, les premiers grands travaux théoriques sur les bases de données relationnelles, et l'émergence d'un savoir-faire en stockage de l'information. Non pas tant la création de nouvelles machines et supports de stockage (quoique les industriels, IBM en tête, y jouèrent un rôle fondamental), mais l'emploi judicieux des machines pour « travailler » la donnée. C'est ainsi que, disposant d'ordinateurs *mainframe* pour leur propre gestion interne, de grandes entreprises américaines comme l'Union Tank Car Company (spécialisée dans la location de wagons de chemins de fer) ou Thompson Ramo Wooldridge Inc. (spécialisée dans l'aérospatiale et les composants électroniques) rachetèrent des bases de données de sociétés d'évaluation de crédit pour devenir respectivement Trans Union et Experian. C'est aussi en s'informatisant et en rachetant d'autres compagnies et leurs bases de données que la Retail Credit Company devint Equifax. Il y avait une montagne de données à exploiter et des investissements informatiques à rentabiliser.

L'EMPLOI JUDICIEUX DES MACHINES POUR « TRAVAILLER » LA DONNÉE

On sait que ces entreprises, qui exercent aujourd'hui un monopole extraordinaire dans leurs domaines, furent régulièrement sur le devant de la scène durant les décennies qui suivirent en raison de leurs pratiques irrespectueuses du cadre juridique de la vie privée. Or tout ceci se joua à l'extrême fin des années 1960 et au début des années 1970, non pas parce qu'on avait innové en créant des ordinateurs (ils étaient là auparavant) mais parce que, après la maîtrise de la donnée de production dans l'organisation du travail, l'exploitation de la donnée clientèle avait acquis l'un des plus hauts degrés de rentabilité en économie, et a justifié davantage les monopoles et la concentration de l'information.

L'EXPLOITATION DE LA DONNÉE CLIENTÈLE AVAIT ACQUIS L'UN DES PLUS HAUTS DEGRÉS DE RENTABILITÉ EN ÉCONOMIE

Nulle surprise par conséquent de voir l'émergence du courtage de données à cette même période, à la jonction entre le traitement des listes de clients et les recherches les plus pointues en statistiques et bases de données appliquées à la prédiction comportementale. Sur ce point, l'histoire passionnante d'Acxiom, aujourd'hui leader mondial du courtage de données, mérite que l'on s'y intéresse. Auparavant, nommée Demographics Inc. et fondée en 1969 afin d'appuyer les campagnes électorales des Démocrates de l'Arkansas, et aussi d'autres États, Acxiom regroupait d'anciens cadres d'IBM qui cherchaient à améliorer la rentabilité de leur modèle de marketing électoral informatisé. Avec un matériel informatique vieillissant, mais dont ils connaissaient les moindres rouages, ils ouvrirent en 1972 un nouveau marché basé sur l'automatisation du traitement marketing. Sans entrer dans les détails, on retient qu'il s'agissait d'un service en réseau de traitement numérique automatisé de campagne marketing à destination des entreprises. On passait de la simple campagne de mailing personnalisé à l'adaptation différentielle de l'exploitation des bases de données en fonction des cibles clientèles et de leur répartition géo-démographique. On retient aussi que, avec un tel outil, Demographics n'avait pas quitté la course numérique que se livraient les partis Républicains et Démocrates depuis des années aux États-Unis. Marketing et politique menaient un même combat sur le marché de l'influence. C'est aussi en 1972 que naquit Claritas Inc., dirigée par un sociologue, Jonathan Robbin, qui développait PRIZM (*Potential Rating Index for Zip Markets*), devenu aujourd'hui une référence, un système de segmentation et de classification géodémographique des populations croisé avec l'analyse du style de vie (*lifestyle*). Et cet ensemble doit aussi être rapproché des recherches sur les bases de données relationnelles tels les travaux initiés par Edgar Codd en 1970 et par toute une communauté de chercheurs avec lui[21].

LE MARKETING IMPOSE UNE IDENTITÉ SOCIALE ESSENTIELLEMENT DÉFINIE PAR LE COMPORTEMENT DE CONSOMMATION

Pour comprendre ce qu'implique le capitalisme de surveillance dans nos vies, il ne suffit pas de s'enivrer des multiples reproches que l'on pourrait faire aux entreprises dont le rôle est d'extraire et d'exploiter nos données personnelles. Il faut aussi s'interroger sur l'histoire de la construction d'une culture de la surveillance qui implique l'adhésion à plusieurs principes. Ainsi, accepter que le marketing

a lui aussi procédé à une révolution numérique dans les années 1970 et qu'il impose une identité sociale essentiellement définie par le comportement de consommation (au sens large de la décision / acquisition) et réductible à un ensemble de caractéristiques mesurables. Ces caractéristiques sont de l'ordre de la démographie (qui habite où, qui va où, etc.) et de la psychologie sociale (le concept de voisinage, de leader d'opinion, la place dans la hiérarchie d'une entreprise, etc.). Cela aboutit à des classements par stéréotypes dont la cohérence repose sur des scores quantifiés. Or, comme le disaient déjà James Martin[22] et Adrian Norman dans *The Computerized Society* en 1970[23], le principal danger de l'omniprésence des algorithmes dans les systèmes décisionnels est que, à partir du moment où un système est informatisé, la quantification devient la seule manière de décrire le monde avec tous les biais que cela suppose. David Lyon consacrera de nombreuses études au sujet de ce qu'il nomme le tri social, à la source de nombreuses inégalités et néanmoins socialement structurantes.

LA QUANTIFICATION DEVIENT LA SEULE MANIÈRE DE DÉCRIRE LE MONDE AVEC TOUS LES BIAIS QUE CELA SUPPOSE

Un autre principe auquel nous avons fini par adhérer est que les caractéristiques que l'on surveille prédisent le comportement et ce qu'il faut attendre d'un individu lorsqu'au moins une donnée modifie sa vie quotidienne. Cela suppose de représenter les individus suivant l'homogénéité de leurs habitudes et de classer les groupes ou segments de consommateurs en fonction de caractères psychologiques communs[24]. C'est ce qui explique que le capitalisme de surveillance, outre l'effet d'accaparement propre au capitalisme tout court, est en réalité la construction de notre adaptation aux modèles économiques par la privation de libre choix (concurrentiel), ce qui va même à l'encontre du libéralisme classique et de la sacro-sainte liberté de choix du consommateur dans un marché de libre concurrence. Un point que soulève S. Zuboff – mais qui est sans conteste mieux analysé par Barbara Stiegler qui livre une critique du néolibéralisme et de l'économie comportementale qu'il a engendrée[25], ainsi que par Bernard Stiegler qui concevait que le nouvel ordre de l'économie numérique a prolétarisé l'homme en le privant de ses savoirs (les savoir-faire, en particulier dans le monde du travail, et les savoir-être, en transformant les modes de vie)[26].

La notion de classe sociale a-t-elle laissé la place à cette segmentation systématique ? L'affaire Facebook-Cambridge Analytica a montré au moins deux choses. La première est que les vieilles techniques de profilage (*clustering*, segmentation, règles d'association, etc.) et de prédiction (séries temporelles, modèles de régression, etc.) qui ont été élaborées dans les années 1970 fonctionnent toujours, simplement à des niveaux d'exhaustivité plus hauts en raison de l'abondance des données. Ce fut le rôle de marketing d'influence de AggregateIQ, la société à laquelle était adossée Cambridge-Analytica. La seconde est que la communication devient mot d'ordre (au sens où Gilles Deleuze l'entendait[27]) à partir du moment où l'effet de l'information dans un système (un groupe, une cible) est calculé et pondéré afin de transformer significativement le système, comme influencer un vote. Dans une telle configuration, le dialogue politique n'a plus lieu d'être : l'information est réduite à n'être que ce que statistiquement la cible ou le segment peut ou doit entendre.

NOTRE ADAPTATION AUX MODÈLES ÉCONOMIQUES PAR LA PRIVATION DE LIBRE CHOIX

En somme, le capitalisme de surveillance est l'expression d'un marché de la donnée dont les débouchés principaux (les services) sont l'influence, la prédiction et le contrôle. Ce marché est la réponse économique à un capitalisme en crise et qui, pour se maintenir, impose une guerre d'acteurs hégémoniques dans une course à la donnée numérique. Les enjeux se situent tantôt sur les marchés intérieurs (par exemple, hier augmenter la production de l'économie de consommation pour les États-Unis, aujourd'hui maîtriser les velléités trop libérales des BATX pour la Chine), tantôt sur les marchés extérieurs (par exemple, la gestion stratégique des noms de domaine, ou la propriété des câbles sous-marins). L'argument selon lequel le capitalisme de surveillance nous prive de nos libertés économiques aboutit invariablement au fait qu'il nous confisque aussi notre autonomie de décision et par conséquent nos choix politiques. Néanmoins, nous ne sommes pas réductibles à nos libertés économiques. Prétendre le contraire serait jouer ce jeu de l'économie comportementale et, à l'instar de S. Zuboff, réduire le combat à la sauvegarde de la *« dynamique de la démocratie de marché »*[28].

L'INFORMATION EST RÉDUITE À N'ÊTRE QUE CE QUE STATISTIQUEMENT LA CIBLE PEUT OU DOIT ENTENDRE

Aujourd'hui plus que jamais, nous avons besoin d'une nouvelle critique du capitalisme, avec cette double perspective mondiale et sociale : une interrogation sur nous-mêmes qui pourrait composer avec la technique, sur nos résistances, notre réappropriation *« tactique »* comme l'aurait dit Michel de Certeau [29], afin de s'opposer à l'ordre organisateur du capitalisme de surveillance dans ses dimensions techniques, économiques et politiques.

Low-techs, logiciels libres, réseaux fédérés sont des solutions techniques d'opposition qui ont besoin d'une mise en commun des savoirs plus que jamais nécessaire pour entrevoir des portes de sortie. Mais la réponse tactique n'est pas que technique, elle ne peut venir que par l'entremise des groupes et des collectifs qui réinventent les usages des technologies et les pratiques démocratiques, préfigurant un monde plus juste et plus égalitaire face aux deux piliers du capitalisme que sont la radicalisation du contrôle par les institutions et l'omniprésente influence par les entreprises monopolistes.

Christophe Masutti est philosophe et historien des sciences et des techniques, SAGE (UMR 7363) Université de Strasbourg / Hôpitaux universitaires de Strasbourg, coadministrateur de Framasoft. Il a publié *Affaires privées. Aux sources du capitalisme de surveillance*, C&F éditions, 2020.

Sources :

1 Après avoir organisé leur propre neutralisation par les politiques de dérégulation des communication, comme le dit Pierre Musso : *« La dérégulation a fonctionné comme une politique symbolique qui permit aux visions néolibérale et néosocialiste de célébrer en commun la fin de l'emprise étatique et politique sur la communication »*. Musso Pierre, *Télécommunications et philosophie des réseaux. La postérité paradoxale de Saint-Simon.* Paris, Presses universitaires de France, 1998, p.353.

2 Alan F. WESTIN, « Civil Liberties and Computerized Data Systems », Martin Greenberger (dir.), *Computers, Communications, and the Public Interest,* Baltimore, Johns Hopkins Press, 1971.

3 Arthur R. MILLER, *The Assault on Privacy. Computers, Data Banks and Dossier,* Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1971.

4 James B. RULE, Douglas McADAM, Linda STEARNS et David UGLOW, « Documentary Identification and Mass Surveillance in the United States », *Social Problems,* 1983, vol. 31, n°2, p.222-234.

5 James B. RULE, *Private Lives and Public Surveillance : Social Control in the Computer Age,* New York, Schocken Books, 1974.

6 David LYON, *The Culture of Surveillance : Watching as a Way of Life,* Cambridge, Royaume-Uni, Polity Press, 2018.

7 Anthony GIDDENS, *The Nation-State and Violence,* Cambridge, UK, Polity Press, 1985, p.135 et p.290. (En 1981, déjà, Giddens affirmait que *« l'ordinateur n'est pas aussi dissocié de l'histoire du capitalisme industriel que l'on pourrait l'imaginer ; et considérer l'informatisation seule comme un nouveau complément tout à fait distinct de la surveillance est trompeur »*. Anthony GIDDENS, *A Contemporary Critic of Historical Materialism. Vol. 1 Power, Property and the State,* Berkeley, University of California Press, 1981, p.169.)

8 Alain DAMASIO, *La Zone du dehors,* Paris, France, La Volte, 2007.

9 Marianne MAECKELBERGH, « Doing is Believing : Prefiguration as Strategic Practice in the Alterglobalization Movement », *Social Movement Studies,* 2011, vol. 10, n°1, p.1-20 ; David GRAEBER, *Comme si nous étions déjà libres,* traduction de l'anglais d'Alexie Doucet, Montréal, Canada, Lux Éditeur, 2014.

10 Cet article a été récemment traduit par Maud Barret Bertelloni et Vincent Ortiz dans la revue *LVSL* sous le titre « Marketing, financiarisation et complexe militaro-industriel : les trois sources de la data-économie » (01/09/2021). URL : https://lvsl.fr/marketing-financiarisation-et-complexe-militaro-industriel-les-trois-sources-de-la-data-economie/.

11 John Bellamy FOSTER et Robert W. McCHESNEY, « Surveillance Capitalism. Monopoly-Finance Capital, the Military-Industrial Complex, and the Digital Age », *Monthly Review*, 07/2014, vol. 66.

12 Paul Alexander BARAN et Paul Marlor SWEEZY, *Le Capitalisme monopoliste : un essai sur la société industrielle américaine,* Paris, France, François Maspero, 1968 ; Susan STRANGE, « International Economics and International Relations : a Case of Mutual Neglect », *International Affairs,* 1970, vol. 46, n°2, p.304-315.

13 Sans toutefois citer les auteurs qui ont travaillé cette idée auparavant. Voir la note des éditeurs de la *Monthly Review*, vol. 68, n°1, 2016. URL : https://monthlyreview.org/2016/05/01/mr-068-01-2016-05_0/.

14 Shoshana ZUBOFF, *The Age of Surveillance Capitalism : The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power,* New York, Public Affairs, 2019.

15 Evgeny MOROZOV, *Pour tout résoudre cliquez ici. L'aberration du solutionnisme technologique,* Paris, Éditions FYP, 2014.

16 Christophe MASUTTI, *Affaires privées. Aux sources du capitalisme de surveillance,* Paris, C&F éditions, 2020.

17 Au Congrès des États-Unis, par exemple, les longues discussions préalables au Privacy Act de 1974 concernaient aussi bien l'usage des données par le gouvernement que l'usage des données par les entreprises privées. (U.S. CONGRESS SENATE COMMITTEE ON GOVERNMENT OPERATIONS, *Legislative History of the Privacy Act of 1974,* Washington, U.S. Government Printing Office, 1976 ; UNITED STATES CONGRESS, *Federal Data Banks, Computers, and the Bill of Rights : Hearings, Ninety-second Congress,* U.S. Government Printing Office, 1971)

18 Josh LAUER, *Creditworthy. A History of Consumer Surveillance and Financial Identity in America,* New York, Columbia University Press, 2017.

19 Paul E. CERUZZI, *A History of Modern Computing,* MIT Press., Cambridge, Mass., 2003.

20 David EDGERTON, « De l'innovation aux usages. Dix thèses éclectiques sur l'histoire des techniques », *Annales. Histoire, sciences sociales,* 1998, vol. 53, n°4, p.815-837.

21 Voir Christophe MASUTTI, « En passant par l'Arkansas. Ordinateurs, politique et marketing au tournant des années 1970 », *Zilsel, Science, Technique, Société,* vol. 9, 2021 (à paraître).

22 James MARTIN fut l'auteur quelques années plus tard d'un best-seller : *The Wired Society*, 1978.

23 James MARTIN et Adrian R. D. NORMAN, *The Computerized Society. An Appraisal of the Impact of Computers on Society over the Next 15 Years,* Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1970.

24 Cette conception sera plus clairement formulée par les travaux d'Arnold Mitchell et du Stanford Research Institute qui, partant de l'étude sociologique de la fragmentation de la société américaine des années 1950 et 1960, propose le concept de segmentation psychographique, une approche suivant la méthodologie Values, Attitudes and Lifestyles (VALS). Les premiers travaux du SRI commencèrent en 1970 et A. Mitchell publia un best-seller à ce sujet en 1983 (Arnold MITCHELL, *The Nine American Lifestyles. Who We Are and Where We're Going,* New York, Macmillan Publishing, 1983).

25 Barbara STIEGLER, *« Il faut s'adapter ». Sur un nouvel impératif politique,* Paris, France, Gallimard, 2019.

26 Bernard STIEGLER, *La Société automatique 1. L'avenir du travail,* Paris, Fayard, 2015.

27 C'est-à-dire un système de contrôle. Voir sa conférence *Qu'est-ce que l'acte de création ?*, Mardis de la Fondation FEMIS, 17/05/1987.

28 Shoshana ZUBOFF, « Big Other : Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization », *Journal of Information Technology,* 30, 2015, p.75-89.

29 Michel de CERTEAU, *L'Invention du quotidien,* Paris, France, Gallimard, 1990.

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