



Plates-formes culturelles : **QUELLES ALTERNATIVES AUX GÉANTS DU NUMÉRIQUE ?**

Malgré les tentatives de régulation à l'échelle européenne et de soutien de la part des pouvoirs publics locaux et nationaux, les plates-formes alternatives qui prolifèrent sur des niches bien précises pour contribuer à la diversité culturelle pèsent peu face aux géants de la distribution culturelle en ligne.

L'entrée en vigueur à l'été 2018 du Règlement général européen sur la protection des données (RGPD) a mis en lumière l'importance de la collecte et du traitement des données personnelles sur Internet. Les sites et plates-formes numériques ont en effet dû obtenir de l'ensemble de leurs utilisateurs leur « consentement explicite et positif » pour collecter leurs données personnelles. Chaque internaute européen a ainsi reçu de nombreux messages émanant des différents sites qu'il fréquente afin d'obtenir ce consentement. La mise en œuvre du RGPD permet une prise de conscience de la part des internautes de l'importance croissante de la collecte de leurs données personnelles. Elle met également en lumière la valeur exponentielle prise par ces données, en particulier pour analyser le comportement des consommateurs et leur proposer des produits correspondant à leurs goûts. L'utilisation massive des données à des fins commerciales s'inscrit dans un contexte de forte augmentation des ventes en ligne depuis le début des années 2010. Le-commerce, qui représentait un chiffre d'affaires de 30 milliards d'euros en France en 2010, a dépassé en 2017 les 80 milliards d'euros, avec une augmentation de plus de 10 % chaque année. Voyages, séjours à l'hôtel, habillement, jeux, immobilier, etc. : plus de 37 millions de Français achètent dé-

sormais régulièrement des produits et services en ligne¹. Le commerce des produits culturels est aussi fortement touché par ce phénomène, puisque 56 % des acheteurs en ligne le font pour acquérir des contenus culturels. Dans le secteur du livre par exemple, près d'un livre papier sur cinq en France est acheté sur Internet². En ce qui concerne la musique, le chiffre d'affaires de la consommation dématérialisée (téléchargement légal payant et streaming) rejoint pour la première fois en 2017 celui de la vente physique de disques³. Cet accès aux contenus culturels en ligne progresse au fur et à mesure que de nouveaux intermédiaires prennent une place dans la chaîne de valeur : à partir de la fin des années 1990, quelques grandes plates-formes numériques ont émergé, se sont développées, ont connu une croissance importante, jusqu'à occuper aujourd'hui une position hégémonique. L'oligopole des plates-formes culturelles se partage entre, d'un côté, des opérateurs généralistes, tels que Google, Apple et Amazon, pour lesquels la diffusion de contenus culturels prend place dans un éventail de plus en plus large d'activités technologiques ; et de l'autre côté, des opérateurs au profil plus spécialisé, qui privilégient une fonction (la distribution) ou une filière particulière (la musique, la vidéo, le spectacle vivant, le livre). En France, le niveau de concentration de l'activité par les grands opérateurs de plates-formes est

pour le moins frappant : 70 % des ventes de livres sur Internet sont réalisées par Amazon ; Fnac, Digitick et Ticketmaster couvrent plus de 80 % du marché de la billetterie de spectacle ; Netflix capte 70 % des parts de marché de la vidéo à la demande par abonnement (SVOD) ; les trois quarts des revenus du téléchargement sont générés par iTunes, et les deux tiers des revenus du streaming musical reviennent à Deezer et Spotify⁴. Depuis le début des années 2010, de nombreuses analyses critiques s'inquiètent de cette situation. Elles pointent de manière générale la domination grandissante des industries de matériel (fournisseurs d'accès à Internet, opérateurs de réseaux, producteurs de matériel informatique...) et des industries de la communication (créateurs de logiciels, de moteurs de recherche, de navigateurs, de réseaux sociaux, de magasins d'applications, d'espaces de stockage...) sur les créateurs, les producteurs et les diffuseurs traditionnels de contenus. En même temps que l'on assiste à une rapide « plate-formisation » de l'accès aux contenus culturels, les acteurs traditionnels prennent conscience que le pouvoir associé à ces nouveaux intermédiaires est d'autant plus fort que les plates-formes sont devenues incontournables pour les consommateurs. Ces nouveaux acteurs « confisquent » en quelque sorte aux acteurs traditionnels le lien final avec

« Le niveau de concentration de l'activité par les grands opérateurs de plates-formes est pour le moins frappant en France. »

le consommateur : loin d'être de simples intermédiaires vers des ressources en ligne, ils influencent le choix des consommateurs, traitent et commercialisent leurs données personnelles et leurs habitudes d'achat, se mettent à produire leurs propres contenus pour asseoir l'exclusivité de leur offre, et imposent peu à peu leur modèle économique et leurs conditions commerciales à l'ensemble des filières culturelles.

LES PLATES-FORMES ALTERNATIVES « PRIVÉES »

Si la distribution culturelle sur Internet s'est principalement structurée autour de cet oligopole, on observe en parallèle la prolifération de nombreux autres opérateurs, aux profils hétérogènes, dont les marges de manœuvre et les parts de marché restent cependant assez limitées. Start-ups, détaillants, acteurs traditionnels de la diffusion et de la production, organismes professionnels mettent ainsi sur pied leurs propres plates-formes d'accès aux œuvres culturelles et tentent d'explorer d'autres modèles générateurs de valeur. Le secteur de la librairie en ligne est particulièrement riche en initiatives alternatives. En 2011, le site 1001libraires.com était présenté comme le portail de la librairie indépendante et visait à fédérer un

« La rapidité de l'évolution des pratiques de consommation place les pouvoirs publics en situation de devoir "courir après" les innovations numériques sans pouvoir les anticiper. »

collectif de 350 points de vente au sein d'une même plate-forme. L'enjeu était de permettre aux librairies indépendantes de développer l'e-commerce et de concurrencer Amazon, dont le pouvoir de marché était devenu une menace pour la survie des détaillants traditionnels. La plate-forme a fermé ses portes un an plus tard, plombée par des difficultés techniques et une gestion financière calamiteuse. Depuis lors, des projets similaires ont eu tendance à se multiplier : Place des Libraires, leslibraires.fr, lalibrairie.com, librel.be, Librest, Paris Librairies, Librairies indépendantes en Nouvelle-Aquitaine, etc. Le lancement de ces plates-formes témoigne d'une volonté des librairies d'investir plus efficacement la vente en ligne, mais aussi, pour nombre d'entre elles, de se structurer autour d'une plate-forme commune, à une échelle nationale ou régionale, suivant une logique de groupement de défense d'intérêts professionnels. Dans la filière audiovisuelle, le positionnement des plates-formes alternatives correspond le plus souvent à l'exploitation de niches de marché jusqu'à présent laissées libres par les grands opérateurs : les films inédits en salle (Outbuster, E-cinema), de patrimoine (LaCinetek), indépendants (Nowave, UnCut, Univers Ciné), le cinéma documentaire (Tënk,

Films&Documentaires) ou destiné aux enfants (Benshi Studio). Dans un contexte de dématérialisation de la consommation, la plupart de ces plates-formes proposent des offres de vidéo à la demande, à la pièce ou sur abonnement.

Pour la musique enregistrée, la problématique majeure est à la fois celle de la visibilité des artistes indépendants, noyés dans l'offre pléthorique des grandes plates-formes, et celle de leur niveau de rémunération, particulièrement dérisoire dans l'univers numérique (sur Deezer et Spotify, l'écoute d'un titre rapporte entre 0,002 et 0,004 euros à l'artiste). C'est ainsi que 1D touch, dont le nom même revendique le fait d'être « indé », est consacré à la mise en lumière d'artistes et labels indépendants, avec un partage de la valeur plus équitable. Dans une démarche comparable, WavLive souhaite « redonner le pouvoir aux artistes », auxquels 100 % du prix des téléchargements est reversé, tout en offrant du streaming gratuit au grand public, cette fois-ci financé par la publicité.

Dans le spectacle vivant, enfin, des opérateurs comme Artishoc ou SoTicket équipent des salles de spectacle de plates-formes pour commercialiser et gérer leur billetterie. Le principe est le suivant : un ensemble d'organismes de spectacle font

le choix d'une même solution technique de billetterie et mettent en commun des moyens pour le développement et la maintenance des services. Adossées à des structures coopératives, ces plates-formes sont envisagées comme des biens communs partagés entre les organismes partenaires.

LA RÉGULATION DES PLATES-FORMES PAR LA PUISSANCE PUBLIQUE

Les pouvoirs publics ne sont pas non plus indifférents à la « plate-formisation » rapide de l'accès aux contenus culturels. L'Europe, les États, les collectivités locales et les grands établissements nationaux se positionnent chacun à leur manière et montrent des réactions ambivalentes. D'un côté, la puissance publique a conscience des changements profonds induits par la révolution numérique et souhaite les accompagner plutôt que les freiner. Le potentiel de développement économique induit par les nouvelles formes de consommation culturelle en ligne est souligné par plusieurs rapports, en particulier ceux du Conseil national du numérique⁵ ou du Conseil d'État⁶. D'un autre côté, le développement des plates-formes appelle de nouvelles formes de régulation, aussi bien en matière de fiscalité et de concurrence que de transparence. L'accompagnement de ces changements et la régulation qui en découle

se heurtent cependant à deux écueils. La rapidité de l'évolution du secteur et des pratiques de consommation conduit tout d'abord les pouvoirs publics à devoir presque systématiquement réagir *a posteriori* et les place en situation de devoir « courir après » les innovations numériques sans pouvoir les anticiper. Ensuite, le positionnement mondial des plates-formes contraint les pouvoirs publics à adopter une attitude concertée au moins à l'échelle européenne, cette concertation pour la mise en place de règlements européens demandant souvent plusieurs années de travail.

Les actions mises en œuvre par les pouvoirs publics ces dernières années ont d'abord visé la régulation de certains secteurs dans lesquels les plates-formes entraînaient un phénomène de disruption mettant à mal les acteurs traditionnels de ces secteurs. Ainsi, dans le secteur du tourisme, de grandes villes comme Paris, Berlin ou Barcelone tentent de réguler les plates-formes de location immobilière, en particulier Airbnb, qui mettent en difficulté à la fois l'hôtellerie et le marché traditionnel de la location. Dans le secteur culturel qui nous intéresse, la loi du 8 juillet 2014 encadrant la vente à distance des livres cherchait clairement à soutenir les points de vente indépendants face au développement d'Amazon. L'interdiction de cumuler la gratuité des frais de port et le rabais maximum de 5 % sur la vente de livres neufs visait directement la plate-

forme de Jeff Bezos, qui s'est empressée de contourner cette loi en facturant symboliquement les envois 1 centime d'euro. C'est cependant au niveau européen que la régulation des plates-formes peut être la plus efficace. Elle touche aujourd'hui trois domaines différents dans lesquels l'Union européenne est compétente. En premier lieu, la réglementation européenne vise à renforcer la loyauté et la transparence des plates-formes, avec l'adoption du RGPD évoqué en introduction de cet article. En second lieu, la fiscalité constitue une préoccupation majeure, avec la recherche d'une plus grande justice fiscale vis-à-vis de multinationales qui développent des techniques sophistiquées pour échapper à l'impôt : entre 2013 et 2015, l'Union européenne aurait ainsi perdu 5,4 milliards d'euros de recettes fiscales de Google et Facebook⁷. Le principe de territorialité de l'impôt, basé sur une présence physique de l'établissement, est inadapté à la dimension virtuelle des services numériques. La perspective de créer une taxe européenne des géants du Web fait son chemin mais achoppe encore en raison des réticences des États qui accueillent leurs sièges sociaux (Luxembourg, Irlande, Pays-Bas, Chypre, Malte) et des craintes allemandes de voir les États-Unis riposter sous la forme d'une augmentation des tarifs douaniers sur les importations d'automobiles. En attendant, la Commission européenne s'est distinguée par quelques actions en matière de lutte contre l'évasion fiscale,

comme la condamnation récente d'Apple et d'Amazon, accusées d'avoir bénéficié d'avantages fiscaux illégaux en Irlande et au Luxembourg. En dernier lieu, l'Europe intervient sur le respect des règles de concurrence en sanctionnant les situations d'abus de position dominante. En théorie, le montant des amendes attribuées peut atteindre jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. C'est ainsi que Google a successivement fait l'objet de trois mises en cause par la Commission européenne, relatives à son système d'exploitation Android (4,3 milliards d'euros d'amende), au comparateur de prix Google Shopping (2,4 milliards d'euros d'amende) et à sa plate-forme publicitaire Google AdSense (enquête en cours). Dans un souci d'adaptation au contexte numérique, la réforme du cadre juridique européen est en cours : en particulier le droit d'auteur, avec la création d'un « droit voisin » permettant aux entreprises de presse d'être rémunérées lors de la réutilisation en ligne de leurs productions, et le droit de l'audiovisuel, avec de nouvelles obligations de diffusion et de production d'œuvres européennes qui doivent bientôt s'imposer aux plates-formes.

LE SOUTIEN AUX PLATES-FORMES ALTERNATIVES

L'action des pouvoirs publics ne poursuit pas seulement des objectifs de régulation des plates-formes dominantes, mais

tente également de favoriser l'émergence de plates-formes alternatives, dans une perspective à la fois de développement économique des filières et de soutien à la diversité culturelle.

Ce soutien aux plates-formes alternatives est avant tout opéré par l'Europe, les États et leurs établissements nationaux. Il prend la forme d'appels à projets réguliers pour favoriser l'émergence de « licornes », ces petites entreprises à l'origine d'une innovation majeure leur permettant un développement rapide. Le programme Europe Créative, par exemple, doté de 1,4 milliard d'euros entre 2014 et 2020, déploie dans ses volets « Culture » et « Media » des soutiens aux initiatives innovantes en matière artistique et culturelle. Plusieurs plates-formes, comme UniversCiné Belgium ou LaCinetek, ont bénéficié de ce soutien. En France, le ministère de la Culture a mis en place dès le début des années 2000 des appels à projets permettant de financer les politiques de numérisation des collections des musées ou des bibliothèques, et propose régulièrement depuis 2009 un appel à projets pour soutenir le développement de services culturels numériques innovants. Des plates-formes comme GéoCulture ou 1D touch ont reçu dans ce cadre un financement ministériel. Du côté des établissements nationaux, le Centre national du cinéma et de l'image animée et le Centre national du livre soutiennent régulièrement l'émergence et le développement de plates-formes alternatives nationales

susceptibles de favoriser une offre culturelle diversifiée ou de proposer des œuvres moins attendues par le public, comme LaCinetek pour les grands films du xx^e siècle ou Tènk pour le cinéma documentaire d'auteur. Du côté de la vente en ligne de livres, depuis l'échec en 2012 du projet 1001libraires.com, l'alternative à Amazon et fnac.com est désormais éclatée entre les plates-formes des grandes librairies indépendantes (Mollat, Decitre, Furet du Nord...), les places de marché mutualisées (leslibraires.fr, lalibrairie.com, placedeslibraires.fr) et les plates-formes mises en œuvre par des associations de libraires (librairies-nouvelleaquitaine.com, libr-aire.fr en Hauts-de-France, parislibrairie.fr...). Ces deux derniers types d'initiatives, basées sur la coopération entre les acteurs, bénéficient régulièrement du soutien du Centre national du livre.

Au niveau local enfin, les collectivités territoriales soutiennent l'émergence de plates-formes de contenus culturels avec un objectif moins tourné vers le développement économique que vers la valorisation du territoire et de ses acteurs culturels. Par exemple, les plates-formes permettant la visibilité en ligne de musiciens installés en Normandie (La Sonothèque Normandie) ou en Centre-Val de Loire (L'Électrophone) sont principalement financées par les conseils régionaux. Les plates-formes coopératives qui choisissent le statut de société coopérative d'intérêt collectif associent encore

plus étroitement les collectivités locales, puisque ces dernières peuvent participer au capital et à la gouvernance de la société. On retrouve par exemple ce cas avec la métropole Clermont-Auvergne, sociétaire de la coopérative SoCoop qui porte la plate-forme de billetterie solidaire SoTicket, ou la commune de Lussas (Ardèche) avec la plate-forme Tènk.

LES PORTAILS ET PLATES-FORMES PUBLICS

Les pouvoirs publics peuvent aussi être eux-mêmes porteurs de plates-formes culturelles. Historiquement, ce sont d'abord les responsables de collections publiques qui ont porté ce type de projet, essentiellement les bibliothèques, les musées et les centres d'archives. Les portails publics d'accès aux œuvres numérisées, souvent libres de droits car tombées dans le domaine public, ont parfois même précédé l'émergence des plates-formes dominantes. C'est le cas du portail le plus emblématique, Gallica, initié par la Bibliothèque nationale de France et ses partenaires, et qui est en ligne depuis 1997. Des portails comme Collections (pour les collections des Musées de France) ou Arago (pour la photographie) participent de cette même volonté des grands établissements natio-

« Quelles chances avons-nous de voir un jour s'imposer au tout premier plan un "Netflix du cinéma d'auteur", un "Amazon à la française" ou encore un "Spotify équitable" ? »

naux de proposer en ligne un accès libre le plus large possible aux « richesses nationales » numérisées. Ce mouvement participe plus de l'ouverture des données publiques que de la mise en œuvre de véritables « plates-formes », dans la mesure où les contenus culturels offerts sont majoritairement issus des collections publiques et sont proposés dans ce que nous préférons appeler des « portails ».

Il en va autrement des efforts récents des chaînes de l'audiovisuel public qui cherchent à proposer des alternatives au développement de services comme Netflix ou Amazon Prime Video. Elles positionnent en effet leur offre en combinant de la télévision de rattrapage (un programme reste disponible un certain nombre de jours après sa diffusion) et de la VOD, comme sur arte.tv ou france.tv. S'alignant sur le modèle de la SVOD, elles cherchent maintenant à s'associer à des groupes audiovisuels privés afin de proposer une offre suffisamment conséquente pour concurrencer les plates-formes dominantes du secteur, comme le montre le projet salto.fr, présenté à l'automne 2018, qui associe les groupes France Télévision, M6 et TF1 dans une alliance jusqu'ici inédite.

Quelles chances avons-nous de voir un jour s'imposer au tout premier plan un

« Netflix du cinéma d'auteur », un « Amazon à la française » ou encore un « Spotify équitable » ? La diversité des pratiques de consommation culturelle permet à une myriade de plates-formes alternatives de se positionner sur des niches bien précises et de faire valoir la spécificité de leurs approches et services. Aucune d'entre elles ne paraît toutefois en mesure de contrebalancer la domination des géants de la distribution culturelle en ligne. Du reste, ce n'est généralement pas leur ambition : les règles du jeu de l'oligopole sont intégrantées par ces acteurs, qui en constituent la frange et qui gravitent autour, avec pour principale perspective de s'inscrire en complément aux offres les plus populaires. À mesure que les firmes de l'oligopole renforcent leur emprise sur les marchés culturels, l'espace disponible pour les petites plates-formes tend à se réduire. Certaines firmes comme Amazon et Netflix investissent l'amont des filières en se mettant à produire elles-mêmes les films et séries qu'elles diffusent. L'entrée en bourse de Spotify l'an dernier est censée donner à l'entreprise une plus grande assise financière et accélérer sa montée en puissance. Le lancement de Disney +, et selon de nombreuses rumeurs celui d'Apple Video, deux nouveaux services de streaming audiovisuel, sont attendus pour 2019. Ces quelques exemples de développements récents impulsés par les firmes de l'oligopole montrent que leurs manœuvres s'accroissent. La centralisation

de la distribution culturelle autour d'une poignée d'acteurs contribue à marginaliser les autres plates-formes, auxquelles il ne reste que des miettes à se partager.

1. *Les Chiffres-clés : cartographie de l'e-commerce en 2018*, Fédération e-commerce et vente à distance (Fevad), 2018.
2. *Le Secteur du livre : chiffres-clés 2016-2017*, Ministère de la Culture, Observatoire de l'économie du livre, mars 2018.
3. *L'Économie de la production musicale*, Syndicat national de l'édition phonographique (Snep), 2018.
4. Vincent Chabault, *Librairies en ligne*, Paris, Presses de Sciences Po, 2013 ; « Netflix tout-puissant et autres chiffres du marché de la SVOD en France en 2018 », *France 24*, mai 2018, <http://mashable.france24.com/divertissement/20180515-chiffres-marche-svod-france-etude-2018> ; Autorité de la concurrence, *Décision n° 14-DCC-53 du 11 avril 2014 relative à la prise de contrôle conjoint de la société Kyro Concept par le groupe Fimalac aux côtés de la Fnac* ; *L'Économie de la production musicale*, Snep, 2017.
5. Francis Jutant, et al., *Neutralité des plates-formes : réunir les conditions d'un environnement numérique ouvert et soutenable*, Conseil national du numérique, mai 2014.
6. Conseil d'État, *Puissance publique et plates-formes numériques : accompagner l'« ubérisation »*, étude annuelle, Paris, La Documentation française, 2017.
7. <https://fr.reuters.com/article/technologyNews/idFRKCN1B0296-0FRIN>

POUR ALLER PLUS LOIN

- Christophe Benavent, *Plates-formes. Sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux... Comment ils influencent nos choix*, Limoges, FYP, 2016.
- Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Pierre Mœgliin, *L'Industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*, Grenoble, PUG, 2013.
- Olivier Ertzscheid, *L'Appétit des géants*, Caen, C&F, 2017.
- Éric Sadin, *La Silicolonisation du monde*, Paris, L'Échappée, 2017.
- Nikos Smyrniotis, *Les GAFAM contre l'Internet. Une économie politique du numérique*, Paris, INA, 2017.

Retrouvez-nous sur nectart-revue.fr