

Médias et industries culturelles : le grand bouleversement numérique

Amorcée dès la fin de la décennie 2000, la dématérialisation des contenus permise par la technologie numérique puis leur mise en ligne progressive sur Internet ont profondément bouleversé l'économie des médias et des industries culturelles. La musique enregistrée et la vidéo, dont les usages ont désormais définitivement basculé sur Internet, ont vu leur économie se modifier radicalement au cours des dix dernières années ; le secteur du jeu vidéo, natif du numérique, poursuit sa croissance. Le livre, enfin, maintient son modèle appuyé sur le support physique et ne subit qu'à la marge les effets de la dématérialisation des contenus.

Avec la transformation des modèles économiques, le partage de la valeur et le système de protection du droit d'auteur, pensé pour le support physique et assis sur la chaîne de valeur historique, sont remis en question par les nouveaux usages et avec les nouveaux entrants nés avec le numérique. La rémunération de la création, la protection contre la copie et l'usage illicite des œuvres et des contenus, l'application de la réglementation nationale des quotas en faveur des œuvres d'expression francophone ou encore les obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle des chaînes, la chronologie des médias et l'ensemble des mécanismes destinés à protéger et à financer la création sont bousculés par la nouvelle économie des plates-formes.

Une croissance désormais plus numérique que physique

En 2017, la part du chiffre d'affaires issue du format numérique se hisse à 6 % pour le secteur du livre, 47 % pour le secteur de la vidéo, 49 % pour celui de la musique enregistrée et plus de 75 % pour le jeu vidéo (hors matériel). Le support numérique, pour ces quatre industries culturelles, constitue désormais la principale source de croissance à l'échelle du marché (10 % de taux de croissance pour les revenus du livre numérique en 2017, 14 % pour la musique enregistrée, 39 % pour la vidéo et 12 % pour le jeu vidéo). À l'exception du secteur du livre, le déplacement des consommations vers le support numérique a donc entraîné, depuis plus d'une décennie, une augmentation progressive de la part du chiffre d'affaires total du marché généré par la distribution numérique, jusqu'à faire quasiment jeu égal avec la distribution physique pour la musique et la vidéo. Le secteur du jeu vidéo, dont le produit est par nature numérique, s'est adapté depuis longtemps à la dématérialisation des supports et poursuit dans cette voie. Les nouveaux modes de production et de consommation, s'ils peuvent fournir de nouvelles sources de revenus pour la filière – ce qui n'est pas encore le cas pour la presse écrite en revanche –, font aussi émerger des enjeux nouveaux. Au-delà de la détermination du partage de la valeur dans cette nouvelle structure de production, les acteurs historiques des différentes filières doivent désormais faire face à des concurrents qui concentrent de plus en plus de moyens financiers et techniques. Seules quelques entreprises comme Amazon, Netflix, Deezer, etc. ont la capacité de proposer des offres abondantes, de diversifier leurs activités (en remontant la filière, les distributeurs se mettant à produire eux-mêmes des films et séries) et de s'accaparer les espaces de visibilité.

Concentration et diversité des médias et des industries culturelles : un effet numérique ?

Phénomène observable avant l'avènement du numérique, la concentration des industries culturelles caractérise la structure de ces industries dites de prototype et concerne tous les secteurs (musique enregistrée, presse, livre, cinéma et jeu vidéo). Dans le secteur de la presse, frappée de plein fouet par la dématérialisation des conte-

nus, quelques grands groupes capitalistiques issus de la communication possèdent les principaux titres de quotidiens nationaux (comme au demeurant plusieurs chaînes de télévision et stations de radio).

Dans le secteur de la musique enregistrée, les majors dominent une filière en pleine reconfiguration suite à l'effondrement du marché au cours de la précédente décennie. Si les facilités offertes par le format numérique en termes de production et de diffusion ont engendré un essor spectaculaire de l'autoproduction et de la production indépendante, les majors distribuent encore 70 % des titres et des albums téléchargés. Pour autant, la production des indépendants a progressé, rééquilibrant légèrement un marché polarisé¹.

Industrie native du numérique, le jeu vidéo français est positionné sur le marché mondial avec des entreprises comme Ubisoft, Gameloft ou Vivendi-Activision et n'échappe pas à la concentration.

Dans le secteur du livre, où la part numérique dans le chiffre d'affaires des éditeurs reste très contenue (6 % en 2017), la filière est dominée depuis plusieurs années par Hachette et par Eeditis qui rachètent un certain nombre de maisons d'édition à mesure qu'elles percent sur le marché, et tentent de contrôler la diffusion et la distribution, dans un contexte où les plates-formes de vente en ligne gagnent malgré tout chaque année des parts de marché.

La concentration des secteurs, qui affecte tout autant des filières bouleversées par le numérique que d'autres demeurées fidèles au support physique et au modèle d'affaires historique, ne semblent pas progresser sous l'effet du numérique, et elle recule même dans la musique enregistrée. Plus sûrement, l'apparition de nouveaux entrants issus du numérique place les filières sous la dépendance des investissements publicitaires qui se déplacent sur Internet et sous celle de leur référencement par les moteurs de recherche, où Google capte 98 % des parts de marché.

Vers une économie de contenus et de la plate-forme

Dématérialisés, désintermédiés, les contenus culturels, à l'exception du livre, migrent massivement sur Internet. Pour être référencés et visibles, attractifs sur les réseaux sociaux, les médias adoptent des stratégies de média global : la radio est filmée, la télévision s'écoute, la presse se regarde... Ainsi, les stations de Radio France multiplient les vidéos d'émissions ou d'extraits de journaux, les sites de presse issus de la presse écrite publient des podcasts et des vidéos, Arte, chaîne de télévision, a été pionnière dans les podcasts natifs, etc. De plus en plus, le numérique fait advenir une économie de contenus, de moins en moins associés à un média particulier.

Dans cette nouvelle économie née avec le numérique, le rôle des plates-formes devient prépondérant. Placées en aval de la création et de la production, leur pouvoir d'agrégation et de référencement leur confère une influence majeure sur l'amont. De plus, la migration des ressources publicitaires sur Internet, qui est devenu, depuis 2016, le premier média à capter les investissements publicitaires des annonceurs, fragilise les industries culturelles traditionnelles et les rend plus dépendantes encore de l'audience de leurs données en ligne. On assiste à l'émergence d'une économie des plates-formes, qui bouleversent non seulement le modèle économique des industries culturelles, mais aussi la régulation juridique qui s'y adosse.

Edwige MILLERY, coordinatrice éditoriale, Antonin FAVARO, chargé d'études

1. Olivier DONNAT, *Évolution de la diversité consommée sur le marché de la musique enregistrée, 2007-2016*, DEPS, Ministère de la Culture, coll. « Culture études », n° 2018-4, 2018.