



# MINISTÈRE DE LA CULTURE

Liberté  
Égalité  
Fraternité

## Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique

### Le Président

182 rue Saint-Honoré  
75033 Paris Cedex 01

Téléphone : 01.40.15.38.73

[cspla@culture.gouv.fr](mailto:cspla@culture.gouv.fr)

<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Propriete-litteraire-et-artistique/Conseil-superieur-de-la-propriete-litteraire-et-artistique>

Paris, le 4 novembre 2020

Professeure Valérie-Laure Benabou,  
Professeure Joëlle Farchy,

Mesdames,

La consommation en ligne des œuvres de l'esprit s'accompagne d'une production, sans précédent, de données relatives à l'usage de contenus culturels, d'information et de divertissement.

L'impact de la donnée au cœur de la nouvelle économie a déjà fait l'objet de plusieurs réflexions au sein du CSPLA (rapport de V. Benabou, C. Zolynski, L. Cytermann, 2018) portant notamment sur la manière dont l'intelligence artificielle s'en saisit (rapport d'A. Bensamoun et J. Farchy, 2019). En s'appuyant sur ces travaux, mais aussi sur les autres études du CSPLA, en particulier la mission conjointe du CSPLA, de la HADOPI et du CNC sur les outils de reconnaissance des contenus sur les plateformes (J. Ph. Mochon, 2020) et en complémentarité avec les travaux en cours tels que la mission confiée à Alexandra Bensamoun sur l'exception pour les opérations de fouille de textes et de données (TDM) et d'autres réflexions menées sur la publicité ciblée et la recommandation, la présente mission a pour objectif d'approfondir la réflexion sur la manière dont tant les métadonnées sur les contenus que les données d'usage sont mobilisées par des dispositifs de recommandation mis en œuvre par les plateformes en ligne pour orienter les choix des utilisateurs vers certaines œuvres ou autres contenus culturels.

Au-delà d'être un enjeu pour la détermination de la rémunération des créateurs et industries culturelles, les données produites par l'exploitation des œuvres sont des actifs stratégiques pour les modèles économiques de l'ensemble des acteurs de la filière. En particulier, elles permettent d'analyser de plus en plus finement les goûts et habitudes du public et, ce faisant, de leur proposer une offre personnalisée en s'appuyant sur les algorithmes de recommandation.

Par ailleurs, si l'offre culturelle est désormais abondante sur Internet, la simple présence d'un contenu en ligne n'implique pas qu'il soit effectivement vu par les internautes. Les dispositifs de recommandation, qui se nourrissent de l'ensemble des données associées aux œuvres (notamment les métadonnées descriptives et les données d'usages), jouent ainsi un rôle décisif en participant à la

mise en valeur d'un contenu sur un site, donc à sa « découvrabilité » pour l'utilisateur. Il y a là un enjeu évident pour la diversité culturelle et la rémunération des créateurs. Ceci conduit également à s'interroger sur l'organisation des différents secteurs culturels pour la production et l'usage de ces données et la contribution éventuelle des grands acteurs, en particulier les plateformes, à ces opérations.

En outre, ces dispositifs de recommandation peuvent avoir un impact sur la diversité des contenus, leur fiabilité et le pluralisme des sources d'information auxquelles sont exposés les citoyens, ce qui a donné lieu à des inquiétudes sur les phénomènes dits de « bulles de filtre » ou de « chambres d'écho ».

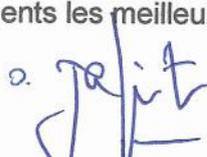
Le sujet de la recommandation est au carrefour de tensions contradictoires entre la liberté des exploitants de choisir leur modèle d'affaires et, notamment, les critères et modalités de mise en avant des contenus qu'ils proposent, les obligations de non-discrimination liées aux régulations sectorielles (neutralité) ou à l'application des règles du droit de la concurrence qui peuvent conduire à défendre un principe de traitement égal des contenus, ou encore le souci de préservation de la diversité culturelle ou de lutte contre les fausses informations qui engagent, à l'inverse, des mécanismes de mise en avant de certains contenus fondés sur des considérations d'intérêt général. Si l'évolution vers une économie guidée par la donnée dépasse le seul secteur de la diffusion en ligne des contenus culturels, la mission s'attachera notamment à identifier les enjeux spécifiques liés aux secteurs culturels qui pourraient justifier des préconisations particulières à ceux-ci.

Pour appréhender le sujet sur le plan à la fois juridique et économique, la mission procédera à une analyse comparée des différentes pratiques professionnelles et des modèles d'affaires intégrant des dispositifs de recommandation et appréhendera le cadre qui gouverne la disponibilité, l'accès, le partage et le traitement des données mobilisées. Trois modèles proposant des services délinéarisés coexistent actuellement : les modèles d'abonnement payant, les modèles subventionnés et les modèles biface publicitaires. Pour chacun d'entre eux, la mission établira, en distinguant le cas échéant selon le type de créations, une cartographie des formes de recommandation mobilisées et des types de données associées (métadonnées, données d'usage, autres). La mission examinera également les questions liées aux droits voisins.

Vous serez assistées d'un rapporteur.

Il serait souhaitable que vos travaux puissent être présentés en réunion plénière à la fin de l'année 2021, après avoir fait l'objet d'échanges avec les membres du CSPLA concernés.

Je vous remercie d'avoir accepté cette mission et vous prie de croire, Mesdames, à l'expression de mes sentiments les meilleurs *et amicaux.*

  
Olivier Japiot