

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA DIFFUSION DES PRODUITS CULTURELS SUR LA PLATEFORME EN
LIGNE *NETFLIX* AU QUÉBEC ET AU CANADA : ENJEUX DE RÉGULATION
LIÉS À LA DÉCOUVRABILITÉ

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SCIENCE POLITIQUE

PAR
MAUD BOISNARD

OCTOBRE 2020

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

L'élaboration de ce mémoire a été portée par une formidable démarche collective, celle des chercheur.e.s du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM), une unité de recherche multidisciplinaire, aussi inspirante que propice aux échanges, où j'ai eu la chance pendant plus de deux ans de rencontrer, de collaborer et d'apprendre mais également et surtout, où j'ai pu bénéficier des privilèges d'*oser* et de *grandir* en tant qu'étudiante-chercheure.

Je tiens tout particulièrement à remercier ma directrice de recherche Michèle Rioux, Professeure au département de science politique de l'UQAM et directrice du CEIM, pour m'avoir accordé sa confiance - les jours de soleil comme les jours de pluie - et sans qui ce mémoire n'aurait pas vu le jour. Michèle, merci d'être une formidable source d'inspiration intellectuelle, ton dynamisme et ta rigueur auront été de précieuses ressources tout au long de ce parcours initiatique. Merci Zaa, Sylvain et Yann, pour avoir partagé avec moi vos espaces bureaux et pour le partage des expériences, un grand merci!

Je tiens également à remercier toute l'équipe du LATICCE, pour leur contribution amicale à ce travail de recherche, leurs remarques toujours pertinentes, leur support méthodologique impérieux ainsi que les formidables débats d'idées, parfois houleux, toujours inspirants et constructifs. Un grand merci à Christine, JBVD, Guy-Philippe et Jean-Robert pour les nombreux moments partagés, mention d'honneur pour Mirjana et sa bonne humeur quotidienne, merci à toi Martin, codirecteur du LATICCE pour le secteur audiovisuel, d'avoir accepté de chapeauter ma démarche empirique sur la plateforme *Netflix* et enfin un Merci tout spécial à Benito, cher collègue étudiant-chercheur au LATICCE, pour sa disponibilité, son sens aigu de l'observation et sans qui la collecte de données ici présentée n'aurait pas été telle.

Enfin, je souhaite sincèrement remercier les Professeurs Christian Deblock et Destiny Tchéhouali pour le soutien qu'ils m'ont témoigné et les encouragements bienveillants dont ils m'ont honoré. Adjoints à ceux de ma directrice Michèle Rioux, la force et la pertinence de leurs commentaires, ô combien efficaces pour me challenger, ont été grandement appréciées et contribuent sans nul doute à la qualité de ce modeste opus.

DÉDICACE

À Juliette et Delchande,
dont les encouragements indéfectibles sont gravés dans mon cœur

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	i
DÉDICACE.....	ii
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES ILLUSTRATIONS	v
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	vi
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	9
1.1 La mondialisation en Économie politique internationale (ÉPI)	10
1.1.1 Interdépendance complexe, transnationalisme (et <i>soft power</i>).....	11
1.1.2 La puissance structurelle selon Susan Strange	13
1.1.3 L’approche critique de la Théorie de la régulation	14
1.1.4 Considérations épistémologiques.....	17
1.2 Méthodologie de recherche	18
1.2.1 Économie politique numérique : des réseaux et des plateformes.....	19
1.2.2 Mode de régulation et enjeux liés au numérique.....	20
1.2.3 Activer la découvrabilité : les travaux de recherche menés au LATICCE.....	21
CHAPITRE II PORTRAIT DE L’AGENT ÉCONOMIQUE NETFLIX INC. : ENTRE VISÉE GLOBALE ET TACTIQUES NATIONALES	24
2.1 L’environnement numérique : un nouveau territoire, de nouveaux acteurs.....	25
2.2 Intermédiation numérique : de nouveaux dispositifs	30
2.3 Économie politique des plateformes numériques.....	33
2.4 Synthèse analytique.....	40
CHAPITRE III POLITIQUES CULTURELLES ET DÉBAT PUBLIC AU CANADA ET AU QUÉBEC	43
3.1 Les instruments de régulation promus par le Canada.....	47
3.1.1 Rôle et mandat du CRTC	52
3.1.2 Limites et défis du CRTC.....	53
3.2 Les instruments de régulation promus par le Québec	54
3.3 Repenser les instruments de régulation, à la croisée des TIC et de la culture.....	58
3.3.1 Les réponses gouvernementales : bilan.....	59
3.3.2 Engagement et débats au sein du secteur industriel culturel	61
3.3.3 Vers un ajustement numérique du mode de régulation ?	64

CHAPITRE IV QU'EST-CE QUE LA DÉCOUVRABILITÉ ?	68
4.1 Découvrabilité : un néologisme propre à l'environnement numérique	69
4.2 La découvrabilité développée en contexte canadien, un concept exclusif à la culture ?.....	72
4.3 La découvrabilité : gage de pérennité de la diversité des expressions culturelles en ligne.....	82
4.4 Effort de définition et de conceptualisation	85
CHAPITRE V ÉTUDE EMPIRIQUE EXPLORATOIRE DEPUIS LA PLATEFORME <i>NETFLIX</i>	88
5.1 Protocole de recherche du LATICCE et précisions méthodologiques	89
5.2 Relevés empiriques exploratoires sur la plateforme en ligne <i>Netflix</i>	94
5.2.1 Présentation des données collectées	96
5.2.2 Analyse qualitative et limites de l'étude	101
CONCLUSION	107
BIBLIOGRAPHIE	112

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 - Typologie des plateformes numériques, selon Nick Srnicek (2018).....	37
Tableau 2 - Cadre de référence. Stratégie culturelle numérique du Québec	56
Tableau 3 - Cadre stratégique pour un <i>Canada créatif</i>	60
Tableau 4 - Classification des catégories proposées sur Netflix, selon les 4 orientations définies	98

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 3 juillet 2019.....	93
Illustration 2 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 5 juillet 2019.....	96
Illustration 3 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 3 juillet 2019.....	96

LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

AECG	Accord économique et commercial global
ALÉNA	Accord de libre-échange nord-américain
AMI	Accord multilatéral sur les investissements
API	<i>Application Programming Interface</i>
AQPM	Association québécoise de la production médiatique
CALQ	Conseil des Arts et des Lettres du Québec
CCM	Coalition pour la Culture et les Médias
CCUNESCO	Commission canadienne pour l'UNESCO
CDEC	Coalition pour la diversité des expressions culturelles
CMPA	<i>Canadian Media Producers Association</i>
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
ÉPI	Économie politique internationale
FICDC	Fédération internationale des Coalitions pour la diversité culturelle
FMC	Fonds des Médias du Canada
FRQSC	Fonds de Recherche du Québec - Société et Culture
LATICCE	Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique
MCC	Ministère de la Culture et des communications du Québec
Netflix Inc.	Firme transnationale américaine, propriétaire de la plateforme <i>Netflix</i>
<i>Netflix</i>	Plateforme éponyme d'intermédiation, disponible en ligne
OCCQ	Observatoire de la Culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OMC	Organisation mondiale du Commerce
ONF	Office national du Film du Canada
OQLF	Office québécois de la langue française

PNC	Direction des politiques et négociations commerciales
TIC	Technologies de l'information et de la communication
TPS	Taxe sur les produits et services
TVQ	Taxe de vente du Québec
UNESCO	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
VSDA	Vidéo sur demande par abonnement

RÉSUMÉ

Depuis l'entrée en 2010 de la plateforme d'intermédiation *Netflix* sur le marché numérique mondial de la diffusion des produits culturels audiovisuels, sa fulgurante ascension et son incroyable pénétration par le marché fait du géant transnational américain Netflix Inc., un acteur économique incontournable au Québec et au Canada. Toutefois l'absence de cadre de régulation adapté à ce type d'acteurs, numériques et transnationaux, bouleverse indéniablement les secteurs industriels au sein desquels ils s'inscrivent au pays, notamment par le biais d'asymétries concurrentielles entre agents économiques nationaux et transnationaux. En outre l'existence de tels traitements différenciés, permis par le mode de régulation nationale actuel, confirme sa nature désormais obsolète et presse les autorités d'agir pour retrouver l'équilibre. La dimension globale à travers laquelle la diffusion des produits culturels numériques opère aujourd'hui à l'échelle de la planète engendre par ailleurs des questions fondamentales à l'égard de la pérennité de la diversité des expressions culturelles. À la lumière des concepts de *transnationalisme*, *d'interdépendance complexe* et de *puissance structurelle* développés en Économie politique internationale, ce mémoire étudie de manière critique les ressorts de ces dynamiques structurelles numériques dans le but de mettre en exergue les défis de régulation qu'ils soulèvent mais également les opportunités qui s'en dégagent. Mise en contexte avec les apports théoriques de l'École française de la régulation, cette recherche démontre un mode de régulation en crise structurelle, dont les ajustements et le rééquilibrage impérieux nécessitent de mobiliser le concept de *découvrabilité culturelle*, qui intègre à la fois une composante numérique transversale efficiente tout en s'inscrivant dans le respect de nos engagements internationaux à l'égard de la promotion et de la protection de la diversité des expressions culturelles.

Mots clés : Plateformes numériques, intermédiation, découvrabilité culturelle, puissance structurelle, Netflix, régulation, Canada, Québec

INTRODUCTION

« Pour le Canada et plusieurs autres nations avancées sur le plan technologique, les TIC constituent actuellement la pierre angulaire des stratégies industrielles et politiques visant à promouvoir l'économie nationale, à unifier le pays et à se positionner au mieux dans une économie mondiale de plus en plus compétitive. »

L'Encyclopédie canadienne (2006)

Cette recherche s'intéresse à la trajectoire actuelle de l'agent économique transnational Netflix Inc.¹ au Québec et au Canada et plus largement, à l'avenir de la diversité culturelle au pays en contexte de diffusion numérique des produits culturels. La configuration globale que revêt désormais la mondialisation économique inscrit dans son sillage l'émergence de chaînes de valeur mondiales inédites, renforçant ici le lien qui existe entre commerce et culture.

Netflix Inc. est une entreprise américaine fondée en 1997 qui s'est imposée en moins de 2 décennies, comme plateforme *leader* de la diffusion numérique des produits culturels audiovisuels (films et séries TV) sur la scène mondiale, en se hissant notamment à la tête des entreprises américaines ayant la plus forte poussée de croissance pour la période 2018-2019². La stratégie d'internationalisation mise en

¹ Tout au long de ce mémoire, le lecteur remarquera la convention lexicale suivante : la dénomination « Netflix Inc. » renvoie spécifiquement à la firme transnationale en tant qu'agent économique, tandis que l'usage du mot *Netflix* réfère à son extension sociotechnique en tant que plateforme en ligne.

² Statista (2019), « Chiffre d'affaires annuel de Netflix à l'échelle internationale de 2002 à 2018 », disponible en ligne, URL : <https://fr.statista.com/staiques/657353/netflix-recettes-totales-international/> (consulté le 4 septembre 2019)

œuvre par Netflix Inc. depuis 2010, concerne tout particulièrement les acteurs politiques et industriels agissant dans le secteur de la culture au Québec et au Canada, dans la mesure où cette stratégie visait comme premier objectif, le marché canadien de la diffusion numérique des produits culturels. Selon l'enquête *NETendances 2018* réalisée par le CEFRIO³, Netflix Inc. a vu son taux d'abonnement croître de 16 points entre 2016 et 2018 et représente désormais 40 % du marché des abonnements souscrits au Québec pour visionner des séries TV et des films en ligne⁴.

Netflix : acteur incontournable de la (non) diffusion en ligne des produits culturels québécois et canadiens ?

Netflix est donc une plateforme d'intermédiation numérique américaine qui, depuis son entrée au Canada le 22 septembre 2010, a largement pénétré – et ce en quelques années à peine - les marchés québécois et canadien de la diffusion des produits culturels audiovisuels. Cette trajectoire fulgurante n'est pas restée silencieuse, au point où elle est qualifiée - plus souvent qu'autrement - par les médias locaux ou encore par les acteurs traditionnels de l'industrie de la culture, comme un point de rupture dans l'écosystème actuel des industries culturelles au pays⁵.

³ Le CEFRIO est un organisme indépendant et partenaire du Ministère de l'Économie et de l'Innovation (MEI) du Québec. Pour en savoir plus, URL : <https://cefrio.qc.ca/fr/>

⁴ CEFRIO (2018), « Portrait numérique des foyers québécois », enquête *NETendances 2018*, vol. 9, n° 4, p. 17, URL : <https://cefrio.qc.ca/media/2015/netendances2018-portraitnumeriquefoyersquebecois.pdf> (consulté le 4 septembre 2019)

⁵ Une revue de littérature exhaustive du traitement médiatique accordé à *Netflix* au Canada pourrait s'avérer pertinente, dans le cadre spécifique d'une recherche qui porterait sur la portée sociale de ce phénomène, ce qui n'est pas le cas ici. Toutefois et dans l'objectif d'illustrer notre propos, voici quelques morceaux choisis : « Netflix continue de dominer au Québec », *Journal de Montréal*, édition du 14 août 2019, URL : <https://www.journaldemontreal.com/2019/08/14/netflix-continue-de-dominer-au-quebec> ; « La PDG de la SRC compare Netflix à l'Empire britannique », *La Presse.ca*, édition du 31 janvier 2019, URL : <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/medias-et-telecoms/201901/31/01-5213039-la-pdg-de-la-src-compare-netflix-a-lempire-britannique.php> ; « Le dilemme de l'innovateur », *Les Affaires*, édition du 27 septembre 2019, URL : <https://www.lesaffaires.com/blogues/les-investigateurs-financiers/le-dilemme-de-l-innovateur/613043> (consultés le 28 septembre 2019)

À cet égard, il est également intéressant de relever l'existence de sites internet tels que *GratFlix* ou *Netflix Québec*⁶ qui, tout en étant totalement étrangers à la multinationale américaine Netflix Inc., expriment ce point de rupture et contribuent ce faisant, à créer une forme d'institutionnalisation du phénomène « Netflix ».

Chose certaine : *Netflix* est désormais une plateforme d'intermédiation abondamment utilisée par les consommateurs québécois et canadiens de produits culturels numériques. Selon le Rapport de surveillance des communications produit par le CRTC en 2018, Netflix Inc. représente 64,6 % de la part totale des revenus estimatifs générés par les services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) consommés au Canada, suivi (de très loin!) par Amazon Vidéo qui comptabilise pour sa part 8,7 % de ces revenus estimés⁷; l'ensemble des autres acteurs offrant ce type de services (VSDA) se partageant le dernier quart. Aussi, la part de ces services VSDA représentait, à elle seule, 56 % de la part des revenus estimatifs des services vidéo diffusés sur Internet durant l'année 2017, enregistrant une croissance annuelle de plus de 26 %⁸.

Cette interpénétration manifeste du marché de la diffusion des produits culturels par un acteur économique qui opère depuis l'étranger est tout-à-fait inédite. À un point tel que « l'affaire Netflix » en est venue à faire régulièrement les manchettes depuis 2016, dans la foulée des décisions et tractations menées par Mélanie Joly, alors Ministre du Patrimoine canadien. Netflix Inc. bénéficie notamment des termes de l'exemption canadienne relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias, dans le contexte des activités menées par les fournisseurs de services de

⁶ *Netflix Québec*, créé en septembre 2018, présente notamment des listes hebdomadaires de films, séries et documentaires en français, disponibles sur la plateforme en ligne du même nom, URL : <https://netflixquebec.wordpress.com/a-propos/> (consulté le 5 août 2019); tandis que *GratFlix* s'avère être un site illégal de *streaming* permettant un accès gratuit et illicite à du contenu audiovisuel en ligne et en langue française, URL : <http://www.gratflix.com/search/label/Meilleurs%20Films> (consulté le 5 août 2019).

⁷ CRTC (2019), « Rapport de surveillance des communications 2018 », p. 274, URL : <https://crtc.gc.ca/pubs/cmr2018-fr.pdf> (consulté le 4 septembre 2019)

⁸ *Ibid.*, p. 215 et p. 272

programmation par contournement : un état de fait de plus en plus contesté dans le débat public. En dépit des nombreuses critiques auxquelles fait face la multinationale américaine, Netflix Inc. a consenti depuis le 1 janvier 2019 à collecter la TVQ sur les abonnements souscrits au Québec, pour le compte du gouvernement québécois, et déclare être ouvert à l'idée de collecter la TPS au niveau fédéral, le cas échéant. En outre, Netflix Inc. a créé, pour la première fois à l'international, une filiale de production ayant reçu l'autorisation de s'établir au Canada depuis septembre 2017 : Netflix Canada⁹.

Résumé ainsi, le parcours de Netflix Inc. pourrait aisément laisser imaginer un Canada servant de laboratoire à l'international au géant américain, qui diversifie ses activités et les décline désormais au cœur des chaînes de valeur industrielles qui régissent le secteur des industries culturelles au pays : en délocalisant ses activités de production et en opérant ainsi directement depuis le sol canadien, la filiale Netflix Canada s'inscrit-elle comme un gage de pérennité de la production et de la diffusion de la culture nationale et locale ? Les industries de la culture actives au pays peuvent-elles faire l'économie d'un acteur transnational qui s'impose par le marché ?

La restructuration industrielle à laquelle celles-ci font actuellement face, pose des défis de régulation inédits et transnationaux, auxquels les législations jusque-là nationales peinent à répondre. Ces dynamiques s'inscrivent aujourd'hui dans un débat public national vigoureux, où considérations domestiques et internationales

⁹ C'est lors d'un communiqué de presse conjoint entre Netflix Inc. et Patrimoine canadien que Ted Sarandos, responsable en chef du contenu Netflix, s'est exprimé ainsi : « Dans le monde entier, nombreux sont ceux qui tombent sous le charme des œuvres originales de Netflix produites au Canada. L'annonce d'aujourd'hui confirme qu'il y en aura encore plus puisque nous lançons Netflix Canada, notre présence permanente au Canada en matière de production. Nous avons hâte de poursuivre notre travail avec les talents canadiens, les producteurs, les radiodiffuseurs et d'autres partenaires locaux afin de créer des productions originales de Netflix au Canada, et ce, pendant de nombreuses années. » ; Patrimoine canadien (28 septembre 2017), « Lancement de Netflix au Canada : une reconnaissance du talent créatif du Canada et de son solide bilan dans la création d'œuvres pour le cinéma et la télévision », communiqué de presse, disponible en ligne, URL : https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2017/09/lancement_de_netflix_canadaunereconnaissancedutalentcreatifducana.html (consulté le 4 septembre 2019)

apparaissent plus que jamais enchevêtrées. Depuis 2016, « l'affaire Netflix » précédemment évoquée, alimente manifestement l'ardeur d'un débat public national et inaugural de la mise à l'agenda législatif d'une refonte des lois canadiennes concernées par la convergence des industries de la culture et des télécommunications¹⁰.

Netflix au Québec : catalogue différencié et considérations linguistiques

La pénétration du marché québécois de la diffusion en ligne de produits culturels par la plateforme *Netflix* revêt d'autant plus d'intérêt qu'elle s'inscrit dans une tradition de diversité culturelle et linguistique très forte, cette seconde spécificité étant l'un des piliers du caractère « distinct » de la société québécoise. Il apparaît donc impensable d'éluder cet aspect fondamental et une attention particulière sera accordée à la disponibilité des services et produits culturels proposés en ligne, en langue française. Notons ici la déclaration faite par Netflix Inc. à tout internaute souhaitant accéder à l'un de ses services, de l'utilisation de la géolocalisation pour déterminer la langue de communication ainsi que le catalogue qui sera proposé à chaque utilisateur-abonné, en fonction de son lieu de connexion¹¹.

De manière plus précise, qu'en est-il de la place occupée par l'offre de contenu local à l'aune du catalogue proposé aux abonnés de *Netflix* au Québec ? Les contenus internationaux sont-ils disponibles en version française ou, à tout le moins, en version originale sous-titrée en français ? Quel est le degré de représentativité « effective » des produits culturels québécois sur la plateforme ? Peut-on dégager des tendances ?

¹⁰ Cette refonte des lois est une initiative conjointe des Ministres canadiens du Patrimoine canadien et de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique, qui a donné naissance en juin 2018 au *Comité Yale*, un groupe d'experts chargés d'examiner le corpus législatif existant et de formuler des recommandations à cet effet ; le cadre de référence de cet examen législatif est disponible en ligne, URL : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/terms_of_reference_FR.pdf/\\$FILE/terms_of_reference_FR.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/terms_of_reference_FR.pdf/$FILE/terms_of_reference_FR.pdf) (consulté le 4 septembre 2019)

¹¹ Netflix Inc. (24 avril 2019), « Conditions d'utilisation de *Netflix* », point 4.3, disponible en ligne, URL : <https://help.netflix.com/legal/termsofuse> (consulté le 4 septembre 2019)

Si les 10 et 11 mai 2016 à Toronto, s'est tenu le « Sommet de la découvrabilité. Le contenu à l'ère de l'abondance [...] la découvrabilité est essentielle¹² » organisé conjointement par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et l'Office national du film du Canada (ONF), la notion de *découvrabilité* ici évoquée revêt depuis lors des allures de *buzzword*, en étant abondamment reprise dans les médias. Elle traverse également le débat public national qui a pris forme ces trois dernières années : face à son appartenance au champ lexical gouvernemental actuel, il apparaît opportun de la mobiliser.

L'objectif de ce mémoire est d'identifier les enjeux de régulation liés à la découvrabilité culturelle, posés par cette entrée en force des plateformes numériques transnationales d'intermédiation sur le marché national de la diffusion des produits culturels, ici incarnées par la plateforme *Netflix*.

Considérant donc la notion de « découvrabilité » pertinente à mobiliser pour repenser les outils de régulation à mettre en œuvre dans le contexte de cette reconfiguration numérique des pratiques et des usages liés à la diffusion des produits culturels, notre hypothèse de recherche est la suivante : *la pénétration de la firme transnationale Netflix Inc. sur les marchés québécois et canadien de la diffusion numérique des produits culturels audiovisuels, induit la nécessité de réviser le mode de régulation nationale existant, à l'aune de la découvrabilité culturelle.*

Aux fins du présent mémoire, seront visés les objectifs suivants : 1) comprendre le renforcement du lien entre commerce et culture, à travers l'étude et l'analyse de la trajectoire économique de Netflix Inc., en tant que plateforme numérique transnationale d'intermédiation agissant au niveau global (stratégie d'internationalisation), et ce dans le contexte plus spécifique de ses velléités commerciales au pays ; 2) procéder à un état des lieux et à une mise en contexte des

¹² CRTC et ONF (2016), « Le sommet de la découvrabilité », disponible en ligne, URL : <http://decouvrabilite.ca/> (consulté le 4 septembre 2019)

différentes politiques culturelles qui ont cours au Canada et au Québec, afin d'étudier les outils de régulation à l'œuvre et les débats que ceux-ci suscitent actuellement dans le secteur des industries culturelles au pays; 3) effectuer un retour sur la notion de *découvrabilité* dans le double contexte de l'accès aux contenus culturels numériques d'une part et de l'importance d'établir les jalons nécessaires au maintien, voire à l'expansion, de la diversité des expressions culturelles, d'autre part; et enfin, 4) réaliser une étude empirique exploratoire menée depuis la plateforme en ligne *Netflix*, suivie d'une analyse qualitative des données collectées, dans le contexte méthodologique plus large des travaux de recherche menés au sein du LATICCE¹³. En conclusion, plusieurs observations finales seront formulées afin d'évaluer la pertinence de l'hypothèse proposée, à la lumière des enjeux de régulation auxquels sont confrontés nos gouvernements d'une part et d'autre part, des enjeux de transformation industrielle qui préoccupent présentement les acteurs de la scène culturelle nationale.

Dans un contexte où l'absence de disponibilité des données - pourtant détenues par Netflix Inc. - interfère sur la capacité du Canada et du Québec à prendre toute la mesure des transformations en cours dans les secteurs industriels de la radiodiffusion et des télécommunications au pays¹⁴, cette recherche ambitionne de fournir un

¹³ Le *Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique* (LATICCE), sis à l'Université du Québec à Montréal, relève du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM). Dirigé par la professeure Michèle Rioux du département de Science politique de l'UQAM, le LATICCE est une structure multidisciplinaire qui a pour mission l'avancement de la recherche et l'amélioration des pratiques industrielles dans le domaine de la culture au Québec et au Canada. L'objectif de ce laboratoire est de développer un indice de découvrabilité des contenus culturels en ligne sur les grandes plateformes numériques transnationales; pour en savoir plus sur les activités du LATICCE, URL : <https://wiki.uqam.ca/display/CEIMLAT/Accueil+LATICCE>

¹⁴ En effet, par le biais d'une lettre procédurale adressée à Corie Wright (Directrice, Politiques publiques globales Netflix) par les instances du CRTC, en date du 2 février 2018, ce dernier précise : « [...] Le CRTC] sollicite votre aide pour mieux comprendre le marché de distribution de programmation audio et vidéo en ligne au Canada. »; cette requête est, à ce jour, restée lettre morte. Pour en savoir plus, consulter la demande d'informations au complet disponible sur le site du CRTC, URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2018/lb180202m.htm> (consulté le 4 décembre 2019)

éclairage sur les dynamiques structurelles à l'œuvre, dans le but de dégager les opportunités et défis liés au réagencement du mode de régulation existant.

À cet égard, la démarche empirique de cette recherche (chapitre 5) vise à mettre en lumière les mécanismes numériques de diffusion des produits culturels, déployés depuis la plateforme transnationale d'intermédiation *Netflix* opérant au Québec et au Canada. Si le cadrage de cette étude de cas s'inscrit au sein du protocole méthodologique de recherche plus largement développé par Michèle Rioux et son équipe au sein du LATICCE, c'est dans la mesure où j'ai pu bénéficier de l'opportunité d'intégrer ma démarche particulière dans un cadre méthodologique tout particulièrement pertinent pour exposer ma problématique. Par ailleurs, la collecte des données a ainsi pu être menée rigoureusement, dans le cadre des infrastructures déployées au LATICCE notamment ses équipements informatiques.

CHAPITRE I

CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Il s'agit donc ici de mettre en lumière les enjeux de régulation liés à la diffusion numérique des produits culturels audiovisuels depuis la plateforme *Netflix* au Québec et au Canada, une activité économique opérée par un acteur transnational depuis l'étranger, en visant pour objectif principal d'établir la *découvrabilité culturelle* comme un mode de régulation numérique prometteur, à même de répondre aux principes de la diversité des expressions culturelles.

En Science politique, plus précisément dans le champ des Relations internationales, l'Économie politique internationale (ÉPI) « [...] se distingue [des] autres sous-disciplines en raison de l'accent mis sur la dimension économique des problématiques internationales. Elle s'intéresse fondamentalement aux déterminants politiques des questions économiques internationales, aux interactions réciproques entre les États et les marchés, ainsi qu'à leurs effets sur la politique mondiale¹⁵ ».

Qu'il s'agisse de la crise structurelle présentement vécue par les secteurs industriels nationaux concernés ou bien de nos engagements à l'égard de la diversité des expressions culturelles, la pénétration de l'agent économique transnational *Netflix Inc.* sur les marchés québécois et canadien de la diffusion numérique des produits culturels audiovisuels révèle le caractère désormais résolument « intermestique » d'un mode de régulation à redéfinir. Étant donné l'enjeu de gouvernance mondiale que sous-tend ce propos, certains développements théoriques de l'École de la régulation française seront également mobilisés, pour mener l'analyse des trajectoires de régulation, de ses institutions à ses modes, présents et pressentis (Boyer 1986, 2003, 2004; Billaudot 2001, 2009).

¹⁵ Paquin Stéphane (2013), *Théories de l'économie politique internationale : Cultures scientifiques et hégémonie américaine*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 19

Parmi les concepts majeurs spécifiquement développés en ÉPI et cadrant les recherches menées sur la mondialisation, seront retenus aux fins de cette recherche ceux d'*interdépendance complexe* et de *transnationalisme* (Keohane et Nye 1971, 2012 [1977]; Keohane 2002), mis en contexte avec celui de *soft power* (Nye 1990), et enfin celui de *puissance structurelle* (Strange 1988).

1.1 La mondialisation en Économie politique internationale (ÉPI)

Si d'importants débats théoriques ont eu cours quant à la place (voire la légitimité) d'un pan disciplinaire spécifiquement dédié aux objets relevant de l'économie politique internationale¹⁶, la force des transformations de l'économie mondiale au tournant des années 70 a toutefois présidé à la production d'une littérature scientifique foisonnante de part et d'autre de l'Atlantique (Strange 1970, 1988, 1995; Gilpin 1971, 1987, 2000 ; Keohane 1984, 1990, 2005 ; Keohane et Nye 1977, 1987) et à une ouverture disciplinaire certaine des internationalistes, face aux questions touchant non plus seulement à l'analyse du champ traditionnellement couvert des *High politics* (réalisme classique), mais également à l'analyse d'objets relevant des *Low Politics*¹⁷. À travers une reconnaissance croissante de l'importance des dynamiques qui se jouent dans les rapports entre États et marchés¹⁸ et plus généralement, de l'importance de considérer les interactions entre les sphères

¹⁶ Voir le chapitre 13 « L'économie politique internationale » dans Battistella Dario (2015), *Théories des relations internationales*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 455-490

¹⁷ Le concept de *High Politics* (en opposition à *Low Politics*) a été développé en théorie des Relations internationales dans le but de différencier ce qui relève spécifiquement de la sécurité nationale et internationale (enjeux vitaux pour la survie de l'État). Cette dichotomie théorique tend à s'éroder de plus en plus, face à la reconnaissance et à l'usage du concept « d'interdépendance complexe » (développé par Keohane et Nye, 1977 et 1987), qui caractérise et colore aujourd'hui bon nombre des travaux scientifiques menés sur la mondialisation.

¹⁸ *Ibid.* p. 457 ; Battistella fait ici référence à la fois à l'ouvrage de Susan Strange intitulé *States and Markets* (publication originale en 1988) et à la définition défendue par Robert Gilpin quant à l'objet d'étude de l'Économie politique internationale dans son opus *The Political Economy of International Relations* paru en 1987.

politique et économique dans l'environnement mondial, la mondialisation a depuis lors fait l'objet de multiples développements théoriques.

1.1.1 Interdépendance complexe, transnationalisme (et *soft power*)

En ÉPI et contrairement aux réalistes, les tenants du libéralisme admettent une pluralité d'acteurs sur la scène internationale, des organisations internationales aux firmes multinationales ou encore les regroupements criminels¹⁹. En tendant généralement vers l'individualisme méthodologique, cette perspective théorique accorde aux individus rationalité et poursuite d'intérêts différenciés et l'État – en tant qu'institution collective représentant les intérêts et préférences convergents d'un groupe social ainsi réuni – s'avère n'être que l'un des niveaux d'analyse admis, dans un contexte à la fois de coopération et concurrentiel, où les différents acteurs n'ont pas la même capacité d'influence. C'est Robert Keohane qui, en remettant en question le déterminisme de la théorie de la stabilité hégémonique, détaille avec Joseph Nye une vision du monde relatant des interdépendances complexes, soutenues par des enjeux multiples et où la puissance s'avère plus diffuse que selon la perspective réaliste, qui accorde cette prérogative aux seuls États et aux problématiques de guerre et de paix²⁰. En invitant ici à observer la distribution de la puissance de manière plus subtile et en fonction d'enjeux spécifiques (intérêts et préférences différenciés), Keohane et Nye introduisent l'idée d'une mise en concurrence entre les différents acteurs, illustrée par l'introduction de la division entre *hard power* et *soft power*²¹. La puissance militaire stricte, autrement dit l'usage de la force pour imposer et contraindre (*hard power*), n'est plus si efficace qu'auparavant et le niveau d'influence des acteurs s'établit désormais davantage en

¹⁹ Paquin Stéphane (2013), *Théories de l'économie politique internationale : Cultures scientifiques et hégémonie américaine*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 185-187

²⁰ Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (2012), *Power and interdependence, World Politics in Transition* [1^{ère} éd. 1977], New-York, Longman, p. 23

²¹ Nye Joseph S. (1990), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New-York, Basic Books, p. 189

termes de *soft power*, autrement dit l'exercice d'une puissance plus « douce » et plus normative aussi, notamment soutenue par un contrôle de l'agenda et de l'information à l'international, favorisant ainsi l'adhésion des autres acteurs²².

En résumé, la mondialisation est un phénomène loin d'être anodin, dans la mesure où il est le terrain d'expression d'interdépendances de plus en plus complexes et dans un contexte où les transformations globales témoignent d'un *transnationalisme* toujours plus rapide. Pour Keohane et Nye, la mondialisation économique est la manifestation de cette *interdépendance complexe*, où les relations transnationales sont de plus en plus enchevêtrées²³. Elle est ainsi définie d'après trois caractéristiques majeures :

- 1) la multiplicité des canaux de communication entre les acteurs gouvernementaux ou non (dont les organisations transnationales telles que les firmes multinationales comme Netflix Inc.) et ce, y compris les liens informels, qu'ils soient transgouvernementaux, transnationaux ou interétatiques ;
- 2) la multiplicité des enjeux s'illustre par une absence de hiérarchie : ils n'ont pas tous la même importance au même moment et témoignent d'une puissance plus diffuse dans la mesure où...
- 3) ... la primauté des attributs du *hard power* (force militaire et pouvoir de coercition) n'est plus aussi centrale que par le passé, étant affaiblie par le développement d'interdépendances toujours plus complexes²⁴.

Ces auteurs reconnaissent notamment l'impact des changements technologiques sur l'évolution de la distribution de la puissance et notamment la perte de contrôle

²² *Ibid.*, p. 173

²³ Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (1971), « Transnational Relations and World politics: An Introduction », *International Organization*, vol. 25, n° 3, p. 332

²⁴ Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (2012), *Power and interdependence, World Politics in Transition* [1^{ère} éd. 1977], New-York, Longman, p. 20-24

étatique sur les mouvements transnationaux, à travers le développement des filiales des grandes entreprises²⁵.

Ainsi donc, l'interdépendance économique grandissante - autrement dit la mondialisation économique - favorise l'émergence de multiples acteurs transnationaux qui, mieux informés, sont susceptibles d'exercer une influence notable sur l'ordre mondial. Cette approche théorique « élargie » apparaît d'autant plus pertinente qu'il s'agit ici d'étudier les caractéristiques, la portée et les impacts de l'émergence des plateformes transnationales d'intermédiation, fers de lance d'une économie numérique globalisée aujourd'hui inscrite dans le déploiement exponentiel des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

1.1.2 La puissance structurelle selon Susan Strange

L'école britannique, réputée hétérodoxe dans la discipline, s'est construite suite à l'article fondateur de Susan Strange qui, en 1970, enjoignait de « créer des ponts » entre politique et économie internationales²⁶. En proposant de conceptualiser la mondialisation²⁷, Strange a ouvert la voie à son institutionnalisation théorique, par le truchement d'une approche qui se réclame « en opposition »²⁸, notamment à travers la reconnaissance de l'ampleur des transformations globales engendrées par l'intensification de la mondialisation économique. Selon l'auteure, l'expression de la puissance n'est plus réservée aux seuls États : les relations de pouvoir s'expriment dans l'économie politique internationale par d'autres acteurs manifestant également

²⁵ Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (1971), op. cit., « Transnational Relations and World politics: An Introduction », *International Organization*, vol. 25, n° 3, p. 332

²⁶ Paquin Stéphane (2013), *Théories de l'économie politique internationale : Cultures scientifiques et hégémonie américaine*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 262

²⁷ L'auteure se défendait néanmoins de recourir à ce mot, trop galvaudé selon elle; voir Battistella Dario (2015), *Théories des relations internationales*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 460

²⁸ Selon Paquin, c'est en 1994, lors de la publication de l'article de Susan Strange, « *Wake up, Krasner! The World Has Changed* », que l'auteure s'inscrit en faux, en déterminant que l'intensité nouvelle de la mondialisation est un « dénominateur commun » aux changements mondiaux; op. cit. p. 275

de l'autorité, tels que le marché, le monde de la finance ou encore les multinationales²⁹. La puissance n'est plus seulement *relationnelle* mais également *structurelle* ; en outre, cette dernière tend à prendre l'ascendant sur la puissance relationnelle, dans la mesure où elle s'inscrit de différentes façons dans un contexte historique donné, et non plus seulement par les questions de sécurité ou le niveau de coercition³⁰. En prenant l'exemple des États-Unis, Strange valide le principe de *déterritorialisation de la puissance* par le biais du réseau organisé de firmes transnationales américaines exerçant une puissance qui s'exprime à travers la mondialisation et qui, par leur présence institutionnelle, affectent/influencent autant les structures de l'économie (production) et de la finance (accès au crédit) que celles du savoir (recherche scientifique et milieu universitaire) et des communications (sécurité et protection des citoyens contre les menaces)³¹.

En déterminant ainsi quatre dimensions à cette *puissance structurelle*, l'auteure décrit une dispersion des pouvoirs qui engendre une mise en concurrence des États avec d'autres types d'acteurs également en position d'autorité³².

1.1.3 L'approche critique de la Théorie de la régulation

Dans le contexte de cette recherche, le concept de *découvrabilité* est retenu, étudié et approfondi dans la mesure où il est appréhendé comme un potentiel « mode de régulation » applicable à un environnement économique global de diffusion des produits culturels en ligne, au cœur duquel la nécessité de pérenniser la diversité des expressions culturelles s'inscrit comme une priorité pour les gouvernements et les

²⁹ Strange Susan (1988), *States and Markets: An Introduction to International Political Economy*, Londres, Pinter, p. 24-25

³⁰ Strange Susan (1987), « The persistent myth of lost hegemony », *International organization*, vol. 41, n° 4, p. 551-574

³¹ Strange Susan (1988), « The future of the American empire », *Journal of International Affairs*, p. 1-17

³² Strange Susan (1996), *The retreat of the state: The diffusion of power in the world economy*, Cambridge University Press, p. 30-43

sociétés québécoise et canadienne. À cette fin, plusieurs développements théoriques proposés par les tenants de l'École de la régulation française seront ici mobilisés.

Parmi les auteurs les plus marquants de cette école – souvent considérée comme « éclatée » - notons Michel Aglietta, André Orléan et Alain Lipietz ainsi que Robert Boyer et Bernard Billaudot, dont les travaux sont ici repris.

Robert Boyer fut en 1986, avec la publication de son ouvrage « La théorie de la régulation : une analyse critique », l'un des premiers économistes à proposer une approche en termes de régulation, s'inscrivant par le fait même en opposition aux théories macroéconomiques dominantes dans la pensée contemporaine d'alors. Sur le plan analytique, on retrouve une certaine filiation marxiste, dans la mesure où les rapports sociaux sont considérés comme fondamentaux dans la compréhension de l'évolution des sociétés³³. Dans ce contexte, les configurations institutionnelles apparaissent prépondérantes et sont dès lors observées pour appréhender les différentes crises qui traversent le régime économique qu'est le capitalisme. En d'autres termes, les situations économiques dépendent de la congruence entre les différentes *formes institutionnelles*³⁴ et le régime économique au sein desquelles elles s'illustrent. Selon Boyer, il s'agit d'analyser les 5 formes institutionnelles au sein desquelles la puissance publique intervient (la concurrence, la monnaie, l'État, le rapport salarial et l'insertion dans l'économie mondiale) pour déterminer les caractéristiques « factuelles³⁵ » d'un régime économique donné. Boyer définit comment toute modification à l'une de ces formes institutionnelles est susceptible, d'une part d'affecter l'efficacité économique et d'autre part, de devenir inadéquate

³³ Gava Jean-François (2001), « L'école de la régulation « première période » », *Les Temps Modernes*, n° 4, p. 311.

³⁴ Dans la théorie de la régulation, le concept de *formes institutionnelles* est ici déployé et considéré comme nécessaire pour codifier les rapports sociaux de base; pour en savoir plus, lire l'article de Robert Boyer (2003), « les institutions dans la théorie de la régulation », *Cahiers d'économie politique / Papers in Political Economy*, vol. 1, n° 44, p. 79-101

³⁵ L'expression est ici empruntée à Bernard Billaudot (2001), *Régulation et croissance: une macroéconomie historique et institutionnelle*, Paris, L'Harmattan, p. 17

avec les autres formes institutionnelles coexistantes³⁶. L'étude de ces différentes formes institutionnelles permet donc une appréhension plus dynamique des cycles économiques, avec pour objectif de saisir théoriquement les ruptures et d'ainsi expliquer les crises qui surviennent (mécanismes de stabilisation et de déstabilisation). Selon Boyer, toute modification ou création institutionnelle est le fruit de conflits sociaux, qui trouvent résolution dans un contexte de rapports de force, qui s'exercent *in fine* au niveau politique³⁷ (principe d'ajustement ou de désajustement). Cette lecture critique a permis à l'École de la régulation de déterminer le fait que certaines crises sont plus conséquentes que d'autres (typologie des crises³⁸) : en l'occurrence les crises dites « structurelles », outre les causes endogènes, sont également soumises à des facteurs exogènes liés à la transformation numérique du régime d'accumulation, dont les formes de régulation préexistantes sont devenues inadéquates et qui ne permettent pas leur résolution dans le cadre du mode de régulation en place³⁹. Les travaux scientifiques portant sur le capitalisme de plateforme ou encore la « platformisation » de l'économie (selon les auteurs) seront ici mis en contexte analytique avec l'opportunité de mobiliser la *découvrabilité* comme un mode de régulation à développer. À cet effet, nous mobiliserons principalement les considérations énoncées dans l'article scientifique paru en 2007, sous la plume de Robert Boyer⁴⁰. À travers une revue de littérature comparée de la sociologie économique, de la nouvelle économie politique et de la théorie de la régulation, l'auteur revisite le concept de capitalisme en exposant la complémentarité

³⁶ Boyer Robert (2004), *Théorie de la régulation 1. Les fondamentaux*, Paris, Éditions La Découverte, collection Repères, p. 41

³⁷ *Ibid.*, p. 26

³⁸ Pour en savoir plus, voir le chapitre 4 intitulé « Une théorie des crises » ; Boyer, op. cit., p. 75-103

³⁹ Billaudot Bernard (2001), *Régulation et croissance: une macroéconomie historique et institutionnelle*, Paris, L'Harmattan, p. 174 ; Billaudot Bernard (2009), « Les institutions dans la théorie de la régulation : une actualisation », *Revue de la régulation*, n° 6, 2^e semestre, p. 6, URL : <http://journals.openedition.org/regulation/7632> (consulté le 21 août 2020)

⁴⁰ Robert Boyer (2007), « Capitalism Strikes Back. Why and What Consequences for Social Sciences ? », *Revue de la régulation, Capitalisme, Institutions, Pouvoirs*, n° 1, Varia, [En ligne], URL : <http://regulation.revues.org/document1369.html>

de ces différentes approches et propose un nouvel agenda de recherche, dans le contexte d'un renouvellement multidisciplinaire nécessaire des débats théoriques dédiés à la régulation⁴¹.

1.1.4 Considérations épistémologiques

En regard des choix théoriques ici formulés pour cadrer cette recherche, il est important d'en préciser la portée épistémologique. En effet, l'essentiel des travaux recensés dans la littérature, portant notamment sur les concepts d'économie de plateformes et/ou de platformisation, le sont en Économie politique de la communication. Étant largement mobilisés pour l'élaboration de cette recherche, un soin particulier a été accordé à la cohérence épistémologique des remarques analytiques interdisciplinaires qui s'en suivent, afin d'assurer la pertinence de l'ensemble du propos. Analysées ici telle une rupture dans les modes de production, à l'aune d'un contexte explicatif proche de celui de *destruction créatrice*, théorisé par Schumpeter il y a près de soixante-dix ans, il est possible de dégager une filiation épistémologique entre les auteurs, qui s'avère plutôt de bon augure pour parvenir à dégager un espace métadiscursif « productif », pour reprendre l'idée de Craig⁴². En outre, la mobilisation de ces développements théoriques récents, portant sur le concept de « platformisation », sont d'autant plus pertinents qu'ils renvoient plus souvent qu'autrement au défi de régulation auquel les États sont confrontés et, en ce sens, rejoignent les considérations auxquelles je souhaite *in fine* parvenir.

⁴¹ *Ibid.*, p. 21-22

⁴² Craig, Robert T. (2009). « La communication en tant que champ d'études », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, vol. 1, p. 11

1.2 Méthodologie de recherche

L'objectif principal de cette recherche vise à problématiser la diffusion des produits culturels sur la plateforme en ligne *Netflix* au Québec et au Canada, dans la double perspective d'une régulation économique (marché et concurrence) et sociopolitique (politiques publiques) des leviers industriels et technologiques nécessaires à l'application de la *découvrabilité culturelle* comme déterminant d'un mode de régulation en devenir.

Sur le plan méthodologique, la recherche subséquente se décline en quatre temps. Tout d'abord, un portrait de l'agent économique Netflix Inc. sera dressé et analysé à l'aune des concepts de plateformes et/ou de capitalisme de plateforme développés pour rendre compte de cette nouvelle forme d'intermédiation numérique. Cette trajectoire inédite, oscillant entre visée globale (mondiale) et stratégies nationales, sera ensuite plus étroitement détaillée dans le contexte spécifique de ses implications au Canada et au Québec. Les politiques publiques et la réglementation promues au pays à cet égard ainsi que le débat public auquel celles-ci donnent actuellement lieu, seront dans un deuxième temps mis à l'étude, afin de mettre en lumière les enjeux de régulation qui émergent. En troisième lieu, ces considérations seront étudiées dans une perspective de protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles, un engagement international prépondérant pour le Québec et le Canada, à travers une revue de littérature dédiée à la notion de *découvrabilité*, suivie d'un effort de définition et de conceptualisation. Enfin, un relevé exploratoire de données empiriques depuis la plateforme en ligne *Netflix* - effectué dans le cadre du protocole méthodologique établi au sein du LATICCE⁴³ - fera l'objet d'une analyse qualitative,

⁴³ Je remercie chaleureusement la professeure Michèle Rioux qui, en acceptant de diriger ma recherche, m'a également accordé le privilège de contribuer aux travaux menés au sein du LATICCE (sis à l'UQAM et relevant du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation, CEIM) et par le fait même, m'a autorisé à bénéficier des infrastructures du laboratoire qu'elle dirige, afin de mener à bien cette étude de cas.

destinée à évaluer la pertinence de mobiliser le concept de *découvrabilité culturelle*, comme mode de régulation des plateformes numériques d'écoute en ligne.

1.2.1 Économie politique numérique : des réseaux et des plateformes

S'il ne s'agit que d'enfoncer une porte ouverte en affirmant la force transformatrice du numérique sur nos modes de vie, il en est une autre d'affirmer que cette force transformatrice se manifeste tout particulièrement dans le domaine de la culture ; tant au niveau de la création-production que des canaux de diffusion des produits culturels, ces transformations impliquent l'émergence de nouveaux acteurs qui évoluent selon une dimension plus que jamais transnationale, tout en confrontant les modalités d'action préalablement établies. S'intéresser à l'économie politique « numérique » revient, *in fine*, à s'intéresser à la nature nouvelle des activités et flux économiques dans leur globalité : ils se numérisent. Ainsi de nouveaux environnements accueillent et hébergent dorénavant les échanges et transactions de produits et services culturels en ligne, réseaux et plateformes en premier lieu. Dans un tel contexte, l'étude du plan d'affaires développé par la firme numérique Netflix Inc. apparaît opportune.

La méthodologie mobilisée pour cette première partie de la recherche (chapitre II) se décline en trois temps :

- Collecte et analyse des données économiques disponibles concernant Netflix Inc. (activités globales et plus spécifiquement au Québec et au Canada) ;
- Présentation du modèle d'affaires promu par la plateforme et plus spécifiquement sa stratégie d'internationalisation (contexte, objectifs, caractéristiques) ;
- Analyse de l'adaptation de Netflix Inc. aux modes de régulation nationaux et de son dépassement « réglementaire » transnational, un avantage concurrentiel notable pour ces plateformes d'intermédiation numérique.

Les rapports annuels produits par la firme à la demande de l'institution fédérale américaine *U.S. Securities and Exchange Commission* (SEC) seront une source de premier ordre, ainsi que les documents et autres rapports financiers produits et publiés par Netflix Inc. Les quelques statistiques nationales et provinciales rendues disponibles, notamment par le CRTC et le CEFRIO, seront également mobilisées.

1.2.2 Mode de régulation et enjeux liés au numérique

Dans un deuxième temps, les politiques publiques déployées au Québec et au Canada seront étudiées et confrontées à la trajectoire institutionnelle d'agents économiques transnationaux tels que Netflix Inc., au pays. Aussi, une mise en perspective de ces considérations sera proposée à l'aune des obligations internationales qui engagent nos gouvernements, au niveau commercial et culturel. La méthodologie mobilisée pour cette seconde partie de la recherche (chapitre III) se déclinera de la manière suivante :

- Mise en contexte de la notion d'*exemption culturelle* mobilisée dans le cadre de la politique commerciale canadienne et des Directives opérationnelles approuvées en 2017 par le Canada, concernant la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique ;
- Étude du contexte réglementaire canadien et au Québec (politiques publiques, lois, mission du CRTC) et notamment l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, présentement appliquée à Netflix Inc.;
- Analyse du débat public entourant « l'affaire Netflix » et plus largement, la refonte en cours des lois sur la radiodiffusion et les télécommunications (positions des différentes parties prenantes).

1.2.3 Activer la découvrabilité⁴⁴ : les travaux de recherche menés au LATICCE

Créé en septembre 2017 suite à l'obtention d'un financement dans le cadre du programme « actions concertées » mis en œuvre par le FRQSC et le MCC du Québec⁴⁵, le *Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique* (LATICCE) vise comme principal objectif de :

« [...] créer une banque de données spécialisées et divers indices de découvrabilité à partir desquels les milieux culturels, les chercheurs, les fonctionnaires des gouvernements fédéral et provinciaux, les juristes, les représentants des industries du numérique et la société civile, dans son ensemble, pourront améliorer leur compréhension des enjeux et leurs pratiques grâce à la mise à disposition et à la consultation de nouveaux indicateurs de mesure de la présence et de la visibilité de produits musicaux et audiovisuels québécois dans les catalogues des plateformes internationales telles que Netflix, YouTube, Google Play, Spotify et iTunes/AppleMusic⁴⁶ ».

L'état de la recherche au LATICCE

Ce laboratoire explore donc depuis près de deux années les défis méthodologiques qu'un tel dessein implique, dans la mesure où l'absence de données (ou d'accès aux données) est criante, quant à l'offre culturelle (disponibilité et ordonnancement des

⁴⁴ Le LATICCE a organisé le 30 mai 2019 à Montréal un colloque intitulé « Découvrir la culture! » ; l'événement a réuni un parterre de plus de 80 professionnels issus à la fois des milieux culturels québécois et canadien concernés par les transformations industrielles en cours dans ce secteur, mais également des représentants des gouvernements du Québec et du Canada et notamment du CRTC.

⁴⁵ Le Fonds de recherche du Québec - Société et culture (FRQSC) et le ministère de la Culture et des Communications (MCC) collaborent activement dans le cadre du déploiement du Plan culturel numérique du Québec (PCNQ) et ont notamment lancé conjointement en 2017, un « [...] appel de propositions qui vise à améliorer les connaissances sur l'impact du numérique dans l'écosystème culturel québécois. Les connaissances ainsi acquises doivent permettre de trouver des solutions concrètes afin de soutenir le virage numérique entrepris dans les différents secteurs culturels et favoriser l'appropriation du numérique par le réseau de la culture. »; tous les détails de ce programme de recherche sur la culture et le numérique sont disponibles en ligne, URL : <http://www.frqsc.gouv.qc.ca/fr/bourses-et-subventions/consulter-les-programmes-remplir-une-demande/bourse/programme-de-recherche-sur-la-culture-et-le-numerique-b1ptpges1480953745447> (consulté le 5 août 2019)

⁴⁶ LATICCE (2017), « Accueil LATICCE », disponible sur le Wiki UQAM, dernière modification le 8 janvier 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/display/CEIMLAT/Accueil+LATICCE> (consulté le 5 août 2019)

catalogues) proposée par les plateformes transnationales présentes sur le marché québécois de la diffusion des produits culturels en ligne. Les travaux conceptuels exploratoires menés au LATICCE ont notamment permis d'établir la force des transformations liées d'une part, au développement de plus en plus prégnant des pratiques d'écoute et de consommation en ligne et d'autre part, à la pénétration de ces plateformes transnationales sur le marché de la diffusion des produits culturels numériques au Québec :

- les usages et les pratiques de consommation tendent à converger et à s'enraciner dans ces modèles innovants de plateforme d'écoute en ligne ;
- ces transformations ouvrent la voie à une offre culturelle mondiale, susceptible de « diluer » la capacité des internautes québécois d'accéder et de consommer des produits culturels numériques locaux.

Dès 2018, l'équipe du LATICCE a très rapidement démontré l'importance et la nécessité de détailler les modèles d'affaires innovants développés par ces plateformes transnationales, afin d'en comprendre le fonctionnement et les logiques économiques qu'ils sous-tendent. En cherchant à déterminer et à mesurer l'impact de la présence de ces nouveaux diffuseurs en contexte québécois, les travaux menés au sein du LATICCE rappellent l'importance de mesurer l'impact de ces acteurs sur « [...] l'équilibre des flux d'échanges entre l'écosystème culturel local et mondial de contenus culturels⁴⁷. »

Relevés empiriques exploratoires sur la plateforme en ligne Netflix

L'étude de cas proposée aux fins de ce mémoire s'insère dans la phase 2 du programme de recherche dédié aux plateformes numériques d'écoute en ligne⁴⁸, précédemment cité et actuellement en cours au LATICCE.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Ce programme de recherche développé au LATICCE prévoit 4 phases de développement : 1) cadrage théorique et méthodologique : opérationnalisation des méthodologies de recherche testée

La méthodologie mobilisée pour les deux derniers chapitres de ce mémoire se déclinera de la manière suivante :

- La *découvrabilité* : revue documentaire et effort de conceptualisation ;
- Présentation du protocole de recherche et précisions méthodologiques inhérentes à la phase 2 du programme de recherche du LATICCE ;
- Relevés empiriques exploratoires sur la plateforme d'écoute en ligne *Netflix* au Québec ;
- Analyse qualitative des données collectées (faits saillants, établissement d'indicateurs) et mise en perspective des résultats observés, avec pour objectif d'évaluer (confirmer ou infirmer l'hypothèse de recherche) la pertinence de la *découvrabilité culturelle* comme mode de régulation des plateformes numériques de diffusion de contenu culturel.

Cette démarche empirique se veut exploratoire dans la mesure où elle ne répond que partiellement aux objectifs définis dans la phase 2 du programme de recherche du LATICCE au sein de laquelle elle s'insère. L'objectif empirique de ce mémoire demeure ici spécifique à sa question de recherche, à savoir établir la pertinence de mobiliser le concept de *découvrabilité culturelle* dans la redéfinition des modalités de régulation ici mises à l'étude.

par une première opération d'observation et de collecte de données sur la plateforme Netflix ; 2) **perfectionnement et généralisation de la méthode de recherche pour les autres plateformes et harmonisation des indicateurs retenus. Le tri, la sélection et les analyses des données les plus représentatives et fiables seront également effectués afin de mesurer la présence (P), la visibilité (V) et la recommandation (R) des contenus québécois** ; 3) développement des indices de découvrabilité – un indice global et des indices par plateformes (tant au Québec qu'à l'international) et enfin 4) activités de valorisation scientifique et de diffusion des résultats de la recherche, complétées par l'approfondissement de tests visant à développer un indice de découvrabilité de contenu local pour chacune des plateformes sélectionnées avec une analyse des incidences sur les enjeux politiques et réglementaires aux niveaux national et local ; LATICCE (2017), « Programme de recherche établi par Michèle Rioux et financé par le FRQSC-MCC actions concertées », p. 7, *WIKI UQAM espace LATICCE*, disponible en ligne, URL : [https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41087861&preview=/39160136/46631343/FRQSC2017_demandefinale_VF%20\(1\).docx#space-menu-link-content](https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41087861&preview=/39160136/46631343/FRQSC2017_demandefinale_VF%20(1).docx#space-menu-link-content) (consulté le 16 juin 2019)

CHAPITRE II

PORTRAIT DE L'AGENT ÉCONOMIQUE NETFLIX INC. : ENTRE VISÉE GLOBALE ET TACTIQUES NATIONALES

L'infrastructure numérique des technologies de l'information et de la communication (TIC), en permettant l'accès à un marché de taille planétaire, contribue à la transformation et au renouvellement des industries de contenu culturel. Cette évolution s'illustre notamment à travers l'apparition de nouveaux acteurs économiques : les plateformes numériques. De nouveaux modèles d'affaires, plus spécifiquement adaptés à l'environnement numérique, tel que celui développé par Netflix Inc., émergent eux aussi et créent par le fait même les conditions d'une concurrence renouvelée, dans un contexte territorial élargi, aussi nouveau que difficilement appréhendable, voire à ce jour, encore insaisissable.

« Le modèle d'affaire de Netflix est simple : nous offrons à nos membres le contrôle sur leurs choix de divertissement vidéo à domicile. Netflix est un chef de file de la distribution en ligne, mais nous sommes loin d'être seuls. De nombreux distributeurs en ligne offrent une abondance de contenu, y compris du contenu canadien, à la demande, partout, en tout temps, à tous ceux et celles qui ont un accès à Internet. Cette situation est positive en ce qui concerne les choix offerts aux consommateurs. Elle a également étendu la disponibilité du contenu audiovisuel, ce qui a généré de nouveaux auditoires, de nouveaux revenus et une découvrabilité accrue pour les créateurs et les producteurs de ce contenu.⁴⁹ »

C'est en ces termes que le géant américain Netflix Inc. a introduit le mémoire déposé le 11 janvier 2019, à l'attention du Groupe d'experts chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications au Canada. Si la teneur du document ainsi adressé par la compagnie apparaît pour le moins

⁴⁹ Netflix (11 janvier 2019), « Mémoire soumis au groupe d'experts chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications », URL : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf/\\$file/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf/$file/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf) (consulter le 4 décembre 2019)

« politiquement correct » et empli de promesses, il convient toutefois d'explorer plus avant les trajectoires institutionnelles à l'œuvre dans le contexte qui nous intéresse ici.

2.1 L'environnement numérique : un nouveau territoire, de nouveaux acteurs

Éric Brousseau et Nicolas Curien introduisent avec la plus grande simplicité lexicale, leur définition de l'Internet : « [...] ce « réseau des réseaux » une plate-forme mondiale, supportant aussi bien échanges informationnels que transactions commerciales⁵⁰ ». En détaillant son extraordinaire déploiement durant les deux précédentes décennies et ce, au rythme des multiples innovations qui ont présidé à l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication et à leur application dans le cadre d'un éventail toujours plus élargi aux autres domaines économiques, les auteurs mettent en perspective l'avènement et la portée des biens et services numériques informationnels – autrement appelée la « nouvelle économie » - afin de rendre compte de processus tout-à-fait fondamentaux et qui demeurent pourtant souvent sous-jacents aux analyses et perspectives traditionnellement offertes dans la littérature spécialisée.

Selon eux, une lecture inscrite davantage dans la longue durée offre des prolongements scientifiques pertinents à explorer, quant à la portée transformatrice de technologies numériques à même de se réaliser et en passe de devenir des technologies génériques, au sens d'un usage collectif qui détermine la mutation des pratiques de l'ensemble des activités économiques et sociales humaines⁵¹. À cet égard, on peut considérer que Netflix Inc. illustre tout particulièrement bien cette

⁵⁰ Brousseau Éric et Nicolas Curien (2001), « Économie d'Internet, économie du numérique », *Revue économique*, 2001/7, vol. 52, p. 7, DOI : 10.3917/reco.527.0007. URL : <https://www.cairn.info/revue-economique-2001-7-page-7.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

⁵¹ *Ibid.*, p. 8

portée transformatrice, dans la mesure où, au-delà de « l'affaire Netflix », on parle également du « phénomène Netflix » et ce, dans la même veine que des phénomènes récents tels que l'ubérisation, par exemple.

Considérant la nécessité de redéfinir conceptuellement de telles pratiques innovantes, ces auteurs visent l'objectif de dégager les plus notables innovations industrielles liées à l'avènement d'Internet. À cet égard, ils élaborent leur pensée quant à une nouvelle infrastructure pour l'économie et présentent notamment les nombreux débats entourant la notion de *commerce électronique*. Ils opèrent alors une distinction entre les promoteurs d'une acception restreinte aux transactions effectuées en ligne d'une part, et ceux qui estiment que le commerce électronique englobe l'ensemble des pratiques économiques qui ont cours et se réalisent par le biais des réseaux numériques, d'autre part.

En l'occurrence, Netflix Inc. s'inscrit sans conteste dans le champ du *commerce électronique* et ce quelle qu'en soit l'acception, dans la mesure où il s'agit d'une plateforme d'intermédiation offrant des services numériques.

Pour Benghozi (2011), les réseaux socionumériques mettent effectivement en exergue de nouveaux marchés et cet auteur opère un calibrage fondamental en démontrant la nécessité de les considérer comme le lieu d'intégration de cette nouvelle économie et selon des caractéristiques propres à celle-ci, telles que l'abondance de l'offre, la centralité de la prescription ou la variété des modèles d'affaires⁵². Si les débats entourant la « neutralité » du Net sont un bon exemple⁵³, dans un contexte d'économie de l'attention décrit ici par l'auteur comme « surchargé » au niveau

⁵² Benghozi Pierre-Jean (2011), « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue*, 2011/1, n° 59, p. 37, URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

⁵³ Pour plus d'informations, consulter : Gilroy, Angele A. (31 janvier 2019), *CRS Report for Congress, R40616*, Library of Congress, Congressional Research Service, 29 p., URL : <https://www.hsdl.org/?abstract&did=821553>

informationnel⁵⁴, l'ascension/la pénétration de Netflix Inc. au Canada, au Québec et un peu partout dans le monde⁵⁵, en s'imposant par le marché, est tout aussi manifeste. À cet égard, Netflix Inc. répond indéniablement aux critères détaillés ci-dessus.

Par ailleurs, ces considérations rejoignent les développements scientifiques avancés par Strange (1988) dans l'élaboration théorique du concept de *puissance structurelle*. En l'espèce, le rapport intitulé *Digital Trade and U.S. Trade Policy* produit par le service de recherche du Congrès des États-Unis en mai 2019, fait état du fait que l'augmentation du commerce électronique s'inscrit corrélativement à la courbe croissante de l'utilisation de l'Internet au niveau global⁵⁶. Il rapporte également la tendance selon laquelle cette augmentation du volume des flux mondiaux de données numériques, telles que le *streaming video* ou encore l'infonuagique⁵⁷, tend désormais à dépasser la croissance des flux de marchandises ou encore celle des investissements directs étrangers⁵⁸. En insistant sur le rôle grandissant des technologies numériques comme vecteur de transformation de l'économie mondiale (accès à de nouveaux marchés, intégration aux chaînes de valeur mondiales, création de nouveaux produits et services), le rapport rappelle le fait que ces flux transfrontaliers de données et de communication (composante numérique désormais essentielle des échanges

⁵⁴ *Ibid.*, p. 35

⁵⁵ Dans le document suivant, produit par Xn Québec en 2018, les auteurs indiquent la présence de Netflix Inc. sur 212 territoires distincts dans le monde; Fragata Yuani et Francis Gosselin (février 2018), « Qui a dit que la disruption serait facile : les défis économiques et stratégiques de Netflix », Xn Québec, p. 3, URL : https://www.xnquebec.co/pdf/NETFLIX_FG8_FR.pdf (consulté le 6 décembre 2019)

⁵⁶ Library of Congress (21 mai 2019), « Digital Trade and U.S. Trade Policy », Congressional Research Service Report, p. 7, URL : <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R44565> (consulté le 21 août 2019)

⁵⁷ Selon l'OQLF, l'infonuagique est un « modèle informatique qui, par l'entremise de serveurs distants interconnectés par Internet, permet un accès réseau, à la demande, à un bassin partagé de ressources informatiques configurables, externalisées et non localisables, qui sont proposées sous forme de services, évolutifs, adaptables dynamiquement et facturés à l'utilisation. », 2017, URL : http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26501384 (consulté le 21 août 2019)

⁵⁸ Library of Congress (21 mai 2019), « Digital Trade and U.S. Trade Policy », *Congressional Research Service Report*, p. 6, URL : <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R44565> (consulté le 21 août 2019)

commerciaux mondiaux) émanent principalement du territoire étasunien, par le biais des entreprises technologiques américaines⁵⁹. À cet égard et dans le contexte de la mise en œuvre de la politique commerciale numérique américaine, le rapport suggère et recommande aux Congressistes américains d'envisager l'opportunité de promouvoir ou restreindre ces flux de données transfrontaliers, telle une réponse aux obstacles et autres barrières tarifaires au commerce électronique, dans l'objectif affiché de garantir la conformité des règles et normes mondiales, avec les lois et normes américaines :

« Congress has an important role in shaping digital trade policy, including oversight of agencies charged with regulating cross-border data flows, as part of trade negotiations, and in working with the executive branch to identify the right balance between digital trade and other policy objectives.⁶⁰ »

Autrement dit, par une déterritorialisation de la puissance à même de s'exprimer à travers les activités transnationales des entreprises technologiques américaines, ces dernières dévoilent leur présence institutionnelle à l'étranger, y compris dans le cadre des négociations commerciales entre les États.

À cet égard, la partie suivante de ce mémoire (chapitre III) détaillera notamment la notion d'« exemption culturelle », un élément primordial de la politique commerciale canadienne en lien avec les enjeux soulevés ici. Par ailleurs, ces remarques mettent en lumière l'intensification des interdépendances complexes telles que décrites par Keohane et Nye, dans le contexte de relations transnationales de plus en plus enchevêtrées qui témoignent d'un transnationalisme toujours plus intégré.

⁵⁹ Le rapport indique notamment que les exportations des entreprises basées aux États-Unis représentent 45 % du marché mondial des services technologiques, *ibid.*, p. 8

⁶⁰ *ibid.*, p. 5

Enfin Bourreau et Pénard (2016) explorent également « les effets de ces transformations numériques⁶¹ » sur la sphère économique, en posant la question suivante : Qui, aujourd’hui, communique ou vend autrement que par le biais d’Internet ? Ils détaillent ici 3 piliers (technologique, économique et social) qui contribuent à ces transformations sur « [...] les marchés et les organisations, mais aussi l’espace et la société⁶² ». Tout d’abord, la dimension *technologique* liée aux innovations quant aux usages numériques (stockage et traitement des données, mais aussi Internet des Objets et intelligence artificielle) et à leur appropriation par les agents/opérateurs économiques (tant pour le développement des procédés que celui des produits), est énoncée ; ensuite, la dimension *économique* est détaillée à travers l’émergence de puissants acteurs économiques qui modifient l’organisation des chaînes de valeur existantes, d’après de nouveaux modèles d’affaires et d’intermédiation ; et enfin, la dimension *sociale* est y évoquée dans le sens d’une transformation et d’un renouveau des modes de consommation et d’action sociale⁶³.

Fort d’un chiffre d’affaires pour l’année 2019 (sur la période courant de janvier à septembre uniquement!) qui dépasse les 14 milliards USD⁶⁴, là encore, la puissance économique ainsi que la présence mondiale dont bénéficie aujourd’hui Netflix Inc. répond tout particulièrement bien à ces considérations. Cet état de fait entre à nouveau directement en résonance avec le concept de *puissance structurelle* développé par Strange et notamment le principe de déterritorialisation de la puissance, dans un contexte où sa présence institutionnelle a des effets structurels et contribue par le fait même à une dispersion du pouvoir, qui n’est plus seulement étatique.

⁶¹ Bourreau Marc et Thierry Pénard (2016), « Introduction. L’économie numérique en question », *Revue d’économie industrielle*, p. 11, URL : <http://journals.openedition.org/rei/6437> (consulté le 14 juillet 2019)

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*, p. 11-12

⁶⁴ US Securities and Exchange Commission (16 décembre 2019), « FORM 8-K. Netflix, Inc. », p. 3, URL : <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1065280/000106528019000441/a2019regionalreporting.htm> (consulté le 28 décembre 2019)

2.2 Intermédiation numérique : de nouveaux dispositifs

L'architecture ouverte propre au déploiement d'Internet transforme l'organisation des réseaux, qu'il s'agisse des activités économiques ou de leurs usages. La neutralité du « réseau des réseaux » (Internet) entraîne un décroisement (structure sans échelle) qui réactualise la nature des échanges et des relations⁶⁵. Cette désarticulation des infrastructures et services en réseaux existants bouleverse les chaînes de valeur qui les traversent et qui se distribuent désormais autrement, en se réorganisant à travers l'émergence des plateformes numériques : ces nouveaux dispositifs d'intermédiation numérique reconfigurent l'économie *des* réseaux (position des opérateurs) pour une économie *en* réseaux, où le pouvoir de marché⁶⁶ s'inscrit dans les nœuds qui s'y tissent : si un opérateur représente un passage obligé pour desservir une multitude d'autres, cela lui confère une position dominante et un degré certain quant au pouvoir de négociation qu'il détient. En renforçant et bénéficiant ainsi des effets de réseau, ces détenteurs des plus innovantes technologies tendent à accentuer le déséquilibre concurrentiel qui s'illustre au niveau infrastructurel, tant la dépendance des autres acteurs est accrue.

C'est le cas de Netflix Inc. qui dévoile ici une trajectoire disruptive d'intermédiation à l'égard des structures traditionnelles du secteur audiovisuel au Québec et au Canada, tant au travers de ses investissements directs étrangers au pays (création/production) qu'au bénéfice d'un avantage comparatif inédit au pays : la plateforme en ligne s'est imposée par le marché (distribution/diffusion).

⁶⁵ Pénard Thierry et Alain Rallet (2014), « De l'économie des réseaux aux services en réseaux. Nouveau paradigme, nouvelles orientations », *Réseaux*, 2014/2, n° 184-185, p. 76. DOI : 10.3917/res.184.0071. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-71.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

⁶⁶ Colombier Nathalie, Zouhaïer M'Chirgui et Thierry Pénard (2010), « Une analyse empirique des stratégies d'interconnexion des opérateurs internet », *Revue d'économie industrielle*, p. 34, URL : <http://journals.openedition.org/rei/4178> (consulté le 14 juillet 2019)

De plus, ces considérations renvoient également aux développements théoriques de Susan Strange car au-delà des avantages comparatifs que représentent la mobilité ou encore la flexibilité de ces firmes transnationales numériques, c'est leur capacité à investir des capitaux à l'étranger qui demeure recherchée par les États « hôtes » : le pouvoir structurel de ces acteurs privés transnationaux à l'égard de la puissance publique s'illustre indubitablement par le fait que la plupart des États, en l'occurrence le Canada, redoutent avant tout d'être « délaissés » par ces investisseurs étrangers. Les politiques d'attractivité des investissements directs étrangers (IDE) déployées ces dernières décennies illustrent fort bien cet état de fait, qui s'inscrit aujourd'hui comme une condition *sine qua non* à l'intégration et au maintien d'une économie canadienne florissante au sein des chaînes de valeur mondiales.

À cet égard, la trajectoire de Netflix Inc. au Canada sert indéniablement sa légitimité dans la mesure où la firme, en s'imposant par le marché, bénéficie d'un pouvoir de négociation évident qu'elle n'hésite d'ailleurs pas à faire valoir, tant auprès des autorités publiques (entente conclue entre Ottawa et la firme en septembre 2017, pour la création de la filiale Netflix Canada⁶⁷) qu'auprès des acteurs du secteur industriel de la culture au pays (rencontres entre les représentants de Netflix Inc. et les producteurs du Québec lors du Congrès annuel 2018 de l'AQPM⁶⁸). Autrement dit Netflix Inc., en raflant la majorité des abonnements numériques d'écoute de produits culturels audiovisuels en ligne, a créé les conditions d'un déséquilibre concurrentiel à même de lui conférer un degré inédit de puissance structurelle.

⁶⁷ Patrimoine canadien (28 septembre 2017), « Lancement de Netflix au Canada : une reconnaissance du talent créatif du Canada et de son solide bilan dans la création d'œuvres pour le cinéma et la télévision », communiqué de presse, disponible en ligne, URL : https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2017/09/lancement_de_netflix_canadaunereconnaissancedutalentcreatifducana.html (consulté le 4 septembre 2019)

⁶⁸ AQPM (14 mai 2018), « Netflix : Rencontres à Montréal les 30 et 31 mai », rubrique *Nouvelles de l'AQPM*, disponible en ligne, URL : <https://www.aqpm.ca/nouvelles-aqpm/574/netflix-rencontres-a-montreal-les-30-et-31-mai> (consulté le 4 septembre 2019)

En s'illustrant à la fois comme promoteurs de systèmes techniques avancés et acteurs stratégiques dans le commerce des biens et services numériques, l'étude de ces plateformes numériques comme *lieu de pouvoir* est abondamment décryptée dans la littérature de cette dernière décennie. Beuscart et Flichy (2018) en examinent les ressorts et notamment leur « rôle » d'organisateur des relations entre les différents agents économiques de l'industrie numérique. L'approche économique qu'ils adoptent permet de détailler les enjeux stratégiques qui sous-tendent l'activité de ces plateformes pour en dégager les dynamiques concurrentielles qui se jouent⁶⁹. Le développement des biens et services numériques dans l'ensemble des secteurs industriels traditionnels contribue à en modifier la nature des activités⁷⁰ (ex. : ubérisation) et libéralise les échanges commerciaux à l'échelle globale en permettant des interconnexions préalablement compromises.

On retrouve également cette idée dans les travaux de recherche menés par Gillespie (2010, 2017, 2018) à propos des plateformes, ces intermédiaires de contenu en ligne, et notamment en terme de « métaphore structurale⁷¹ ». Il distingue ainsi quatre champs sémantiques au sein desquels le mot plateforme s'est illustré : 1) au niveau computationnel, autrement dit une infrastructure qui assure le design et l'utilisation d'applications particulières ; 2) au niveau architectural, à l'instar des plateformes de métro ou encore pétrolières ; 3) sur le plan figuratif, dans le sens métaphysique d'un usage conceptuel autour des notions de base, fondation ou conditions d'une action donnée ; et enfin 4) à un niveau politique, dans le cadre des campagnes électorales, où

⁶⁹ Beuscart Jean-Samuel et Patrice Flichy (2018), « Plateformes numériques », *Réseaux*, 2018/6, n° 212, p. 13, URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-6-page-9.htm> (consulté le 15 juillet 2019)

⁷⁰ *Ibid.*, p. 14

⁷¹ Gillespie Tarleton (2010), « The Politics of 'Platforms' », *New Media & Society*, vol. 12, n° 3, p. 349, URL : <https://ssrn.com/abstract=1601487>; Gillespie Tarleton (2017), « Regulation of and by Platforms », *The SAGE handbook of social media*, chapitre 14, URL : <http://sk.sagepub.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/reference/download/the-sage-handbook-of-social-media/i2081.pdf> ; Gillespie Tarleton (2018), « Platforms are not intermediaries », *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 19p., URL : <https://georgetownlawtechreview.org/wp-content/uploads/2018/07/2.2-Gillespie-pp-198-216.pdf> (consultés le 16 juillet 2019)

chaque parti ou candidat dispose d'une plateforme, qui s'avère en l'occurrence orientée idéellement, par opposition à son caractère « neutre » souvent implicite dans le cas des acceptions précédemment évoquées⁷². À cet égard, il rappelle d'une part la valeur de deux caractéristiques inhérentes aux plateformes telles que Netflix Inc., à savoir leur flexibilité et leur spécificité, et d'autre part le fait que certaines dynamiques sont similaires à celles observées dans les médias traditionnels en termes de liberté d'expression et de discours public, face au discours rassurant de neutralité technique et d'ouverture progressive, souvent avancé dès lors qu'il est question de plateforme⁷³.

Suivant cette logique, le pouvoir de négociation détenu par Netflix Inc. au Canada est donc double voire triple : l'acceptabilité sociale de la plateforme (la firme s'est imposée par le marché) adjointe à la politique nationale d'attractivité des investissements étrangers au pays, viennent renforcer l'avantage comparatif « technologique » inhérent à l'émergence de telles plateformes numériques d'intermédiation. En imposant ici une révision des modalités d'action, d'application et d'interaction dans les secteurs industriels de la production et de la diffusion des produits culturels audiovisuels au pays, Netflix Inc. fait montre de toute la puissance structurelle dont elle bénéficie présentement.

2.3 Économie politique des plateformes numériques

Les plateformes en ligne développent des activités d'intermédiation et évoluent selon des écosystèmes technologiques et territoriaux interconnectés. À travers leurs services intégrés et en proposant également des services et contenus fournis par des tiers, les acteurs majeurs de cette réorganisation industrielle contribuent à renouveler l'architecture des réseaux préalablement établis, leurs activités économiques autant que

⁷² Gillespie Tarleton (2010), « The Politics of 'Platforms' », *New Media & Society*, vol. 12, n° 3, p. 349-350, URL : <https://ssrn.com/abstract=1601487> (consulté le 16 juillet 2019)

⁷³ *Ibid.*, p. 359

les usages qui y ont cours⁷⁴. Tirant avantage des innovations qu'elle génère, cette architecture ouverte – basée sur la technologie IP (*Internet Protocol*) – a également vu le développement de relations horizontales, où les utilisateurs-consommateurs, notamment, sont mis à contribution et interviennent comme coproducteurs des services offerts, dans la mesure où leurs actions produisent des effets de réseaux dont ils peuvent également bénéficier (les systèmes de recommandations en étant l'illustration la plus flagrante). Ce modèle d'innovation ouverte permet la création de valeur à partir du réseau lui-même et selon une logique d'interdépendance des acteurs agissant au sein d'un même écosystème : le réseau de valeur se traduit *in fine* par un agrégat d'externalités⁷⁵.

S'il est possible de dénombrer différents types de plateformes en ligne enracinées dans l'économie collaborative, il est toutefois nécessaire d'opérer une distinction entre l'économie dite « du partage » basée sur une relation *peer to peer* (partage et/ou production d'actifs) et l'économie des plateformes de biens et services marchands, basée sur une relation triangulaire, établie selon une logique lucrative et où les plateformes interviennent comme agent économique intermédiaire des échanges de biens et services entre l'offre et la demande (B2C, *business to consumer*)⁷⁶.

Netflix Inc. s'insère indubitablement dans ce second type d'économie et dans ce contexte, le déploiement de ses catalogues nationaux apparaît à deux égards, tout-à-fait stratégique. [Rappelons ici le fait que Netflix Inc. opère et segmente son marché mondial selon le principe de géolocalisation des usagers, dès lors qu'ils sont connectés à la plateforme en ligne *Netflix*]. En effet, une telle déclinaison des produits culturels

⁷⁴ Pénard Thierry et Alain Rallet (2014), « De l'économie des réseaux aux services en réseaux. Nouveau paradigme, nouvelles orientations », *Réseaux*, 2014/2, n° 184-185, p. 76-77. DOI : 10.3917/res.184.0071. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-71.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

⁷⁵ *Ibid.*, p. 78

⁷⁶ Montel Olivia (août 2017), *L'économie des plateformes : enjeux pour la croissance, le travail, l'emploi et les politiques publiques*, DARES, document d'études n° 213, p. 7, URL : <http://www.epsilon.insee.fr/jspui/bitstream/1/60973/1/DE213.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)

disponibles selon des catalogues différenciés révèle une double opportunité : cela représente certes un avantage comparatif indéniable pour Netflix Inc., dès lors en mesure de conforter sa position dominante, mais cela crée également les conditions favorables pour la mobilisation d'un « levier » de régulation prometteur pour les autres acteurs (puissance publique et/ou acteurs privés).

Benghozi rappelle toutefois que cette forme d'hybridation des réseaux sociotechniques [les plateformes] préexistait : il précise alors que la nouveauté réside dans le fait qu'Internet a permis à ce modèle de devenir l'un des acteurs majeurs de la création de valeur, non seulement économique mais également sociale⁷⁷. De son côté, Jacob T. Matthews s'est lui aussi tout particulièrement penché sur les évolutions des industries culturelles à l'aune du Web collaboratif et soutient l'idée d'une reconfiguration de l'industrialisation de la culture, articulée autour de ces plateformes d'intermédiation⁷⁸. Ainsi, il accorde aux usagers-consommateurs un rôle clé, au titre de la collaboration, et les considère ici comme « parties prenantes » de la production de la culture et *in fine*, il estime qu'ils contribuent à la valoriser au bénéfice des quelques acteurs qui se partagent aujourd'hui ce segment du marché. Sans complètement rejeter cette trajectoire, que l'auteur et d'autres estiment « plausible » dans un premier temps⁷⁹, Matthews invite toutefois à mener davantage d'analyses empiriques à l'avenir, afin d'approfondir l'examen des différents usages dans le temps et d'y examiner tout particulièrement les processus susceptibles de masquer la dimension d'exploitation de cette catégorie d'usagers-consommateurs.

⁷⁷ Benghozi Pierre-Jean (2011), « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue*, 2011/1, n° 59, p. 33, URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

⁷⁸ Matthews Jacob T. (2015), « Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives. Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2015/1, n° 16/1, p. 58, URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-1-page-57.htm> (consulté le 16 juillet 2019)

⁷⁹ Matthews cite notamment Fuchs pour entériner le caractère « plausible » d'une telle configuration qui, au moins dans un premier temps, peut s'avérer salutaire, dans la mesure où ce type de collaboration est établie comme « authentique »; *Ibid.* p. 68

Par ailleurs, Matthews évoque plus récemment (2019) la « plateformisation⁸⁰ » des industries de la culture et de la communication, en réaffirmant le fait que le principe d'intermédiation n'est pas nouveau en soi et précède les plateformes, telles qu'elles s'illustrent désormais à l'ère numérique. L'auteur questionne plus particulièrement les rapports de production tels qu'ils interviennent à travers le ré-ordonnement des pratiques industrielles dans ce secteur et défend l'hypothèse selon laquelle ces plateformes sont à la fois des institutions susceptibles de produire de l'idéologie et des instruments d'organisation du travail, deux caractéristiques socio-économiques qui lui apparaissent à la fois fondamentales et tout particulièrement imbriquées⁸¹. À cet égard, il s'interroge sur les stratégies des plateformes et avance l'idée de différentes formes d'intermédiation observables, tant au niveau des gestionnaires à l'interne qu'au niveau des partenaires commerciaux, qu'ils soient publics ou privés⁸². Cette proposition tend à vouloir démontrer la logique de reproduction de l'ordre capitaliste qui s'illustre.

À propos des plateformes numériques, Beuscart et Flichy (2018) invitent finalement à dépasser le lieu commun qu'elles représentent en tant que « lieu de pouvoir » afin de les observer plus spécifiquement, d'après leur caractère computationnel : autrement dit, dans quelle mesure le code y structure à la fois les actions et les interactions⁸³. Ils évoquent notamment plusieurs auteurs (Gerlitz et Helmond, Plantin ou encore Kelkar) qui invitent à réfléchir le concept de *platformization* selon une logique technoculturelle⁸⁴ à même de rendre compte des stratégies des acteurs, de la division du travail ou encore de la construction de tels écosystèmes.

⁸⁰ Matthews Jacob T. (2019), « À propos de la « plateformisation » des industries de la culture et de la communication » dans George Éric (dir.), *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques 1*, Londres, ISTE Éditions, chapitre 9

⁸¹ *Ibid.*, p.118

⁸² *Ibid.*, p.124

⁸³ Beuscart Jean-Samuel et Patrice Flichy (2018), « Plateformes numériques », *Réseaux*, 2018/6, n° 212, p. 13, URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-6-page-9.htm> (consulté le 15 juillet 2019)

⁸⁴ *Ibid.*, p. 13-14

Ce faisant, ces auteurs rappellent ici un élément central, à savoir le fait que les institutions, par leur architecture différenciée et par leur existence même, orientent les comportements. C'est sans nul doute plus effectif encore dans l'économie numérique qu'ailleurs, dans la mesure où les protocoles, les systèmes d'exploitation, les algorithmes et autres logiciels, contribuent à l'organisation de ce champ économique.

Par ailleurs, l'ouvrage de Nick Srnicek paru en 2018⁸⁵ et intitulé *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, aborde de front le sujet et propose de distinguer cinq catégories de plateformes qui, en contribuant à complexifier l'économie numérique, produisent des effets délétères⁸⁶. Ce constat nous ramène manifestement aux considérations théoriques de Keohane et Nye sur l'essor du transnationalisme, à même de s'étendre par la création d'interdépendances complexes de plus en plus enchevêtrées.

Voici les caractéristiques qu'il en dégage, présentées ici sous la forme d'un tableau typologique comparatif :

Figure 1. - Typologie des plateformes numériques, selon Nick Srnicek (2018)

Type de plateforme	Type d'activité	Type de transaction
Publicitaire (ex. : Google, Facebook)	Analyse des informations recueillies sur ses usagers	Vente des informations collectées à des annonceurs
Nuagique (ex. : Amazon Web Services)	Repose sur la propriété d'équipements et de logiciels informatiques en ligne	Location des équipements aux particuliers ou aux entreprises, selon leurs besoins

⁸⁵ Nick Srnicek est un universitaire canadien qui enseigne au King's College de Londres et dont l'ouvrage original *Platform Capitalism* a été initialement publié en anglais en 2017 (Polity Press) et traduit en français en 2018 par Philippe Blouin (éditions Lux Canada).

⁸⁶ Srnicek, Nick (2018), *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux éditeur, coll. « Futur proche », p. 43

Industrielle (ex. : Siemens, General Electrics)	Production de logiciels permettant l'adaptation de la production traditionnelle aux processus en ligne	Vente (et service après-vente) des logiciels aux acteurs économiques traditionnels
De produits (ex. : Spotify, Netflix)	Propose des services en ligne à ses usagers	Vente par abonnement aux particuliers (souscription)
Allégées (ex. : AirBnB, Uber)	Externalise les services proposés, en les confiant à certains de ses usagers (propriétaires, automobilistes, etc.)	Vente de services externalisés « à la pièce »

Srnicek évoque ici l'accentuation des asymétries d'information générées par la « course » aux données, devenues ici la principale ressource d'acteurs économiques devenus majeurs (les « Géants » du Web). Il dénonce notamment la tendance oligopolistique - voire monopolistique ⁸⁷ - qui émerge des multiples fusions-acquisitions qui ont cours dans ce secteur de l'économie numérique (ex. : le rachat de LinkedIn par Microsoft ou encore l'absorption de What'sApp par Facebook).

Notons toutefois à cet égard le fait que ce secteur spécifique ne constitue pas une exception car il s'inscrit ici dans des trajectoires tout-à-fait similaires aux autres firmes transnationales, issues de secteurs économiques plus traditionnels et non spécifiquement « numériques », notamment détaillées et analysées par Strange dans les années 90 pour rendre compte de leur *puissance structurelle*.

Dans le même esprit, les travaux de recherche menés par Frédéric Marty questionnent les logiques qui sous-tendent l'économie de ces plateformes. Dans un premier temps, Marty différencie les plateformes collaboratives dont la logique relève du modèle d'économie du partage (qu'il considère comme alternatif au marché), des plateformes d'intermédiation – telles que Netflix Inc. - qui s'inscrivent pleinement dans la logique

⁸⁷ *Ibid.*, p. 50

de l'économie de marché⁸⁸. Il va ainsi considérer ces dernières et en étudier les ressorts, en opposition à l'économie de la rente. Selon l'auteur, tout semble en apparence différencier ces deux modèles économiques, dans la mesure où les plateformes numériques d'intermédiation agissant selon une logique lucrative, permettent toutefois des effets positifs en termes de surplus collectif. Ainsi, l'écueil résiderait dans le principe d'accaparement de ces plateformes à l'égard de ce surplus collectif généré par les utilisateurs, et met en exergue le degré de « contestabilité » qui peut potentiellement en découler, quant à la position de marché⁸⁹ de ces plateformes : menace de rupture technologique avec les chaînes de blocs et ouverture vers des modèles de concurrence étendue par le biais de modèles d'affaires innovants, par exemple. L'auteur rappelle que si « l'ultra-dominance⁹⁰ » est traditionnellement salubre et admise dans un contexte d'émergence de nouveaux segments économiques sur le marché, elle n'est admise⁹¹ que dans la mesure où cette position monopolistique est basée sur la notion de mérites⁹². Ainsi donc à l'égard de cette ultra-dominance, il considère que la question fondamentale concerne « l'irréversibilité » du pouvoir de marché, dans un contexte où la configuration actuelle ne rend pas la technologie disponible à tous les opérateurs, limite l'accès aux marchés financiers ou encore dans le cas où l'opérateur dominant contrôle des ressources susceptibles de verrouiller

⁸⁸ Marty Frédéric (2017), « L'économie des plateformes : dissipation ou concentration de la rente ? », *Sciences Po OFCE, Working Paper n° 13*, p. 1, URL : www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf (consulté le 17 juillet 2019)

⁸⁹ L'auteur détermine le fait que « [...] le pouvoir économique privé peut être apprécié au travers de la notion de pouvoir de marché » et ce, d'après trois degrés de signification : 1) risque d'abus d'exploitation, face à la capacité d'agir unilatéralement sur les prix sans véritablement risquer de perdre des parts de marché; 2) risque d'abus d'éviction, face à la capacité de verrouillage du marché; et enfin 3) risque de se soustraire du jeu concurrentiel, face à la capacité à s'extirper de la relation d'interdépendance stratégique traditionnellement admise ; *Ibid.*, p. 2-3

⁹⁰ *Ibid.*, p. 3

⁹¹ Elle n'est alors pas considérée comme de l'abus de position dominante, dans le contexte spécifique de l'émergence d'un nouveau marché.

⁹² *Ibid.*; la notion de « mérites », selon la Cour Suprême des États-Unis, intervient dans le contexte d'une situation de position dominante justifiée par la logique du « premier arrivé, premier servi », soutenue par les innovations et destinée à porter la croissance et le développement d'un secteur industriel donné.

l'accès au marché de concurrents potentiels⁹³. Enfin l'auteur évoque également la nécessité de rester alerte aux ruptures technologiques (la technologie *blockchain*, par exemple), susceptibles d'interférer sur le pouvoir de marché en place.

2.4 Synthèse analytique

Ces évolutions récentes de l'économie mondiale sont loin d'être anodines dans le contexte qui nous intéresse ici, à savoir la diffusion des produits culturels québécois et canadiens sur les plateformes numériques transnationales. Dans la mesure où les statistiques disponibles démontrent une forte évolution des modes et tendances de consommation des produits culturels au Québec et au Canada, la mise en lumière des dynamiques de pouvoir qui traversent les activités et relations économiques numériques du secteur culturel s'avère primordiale, dès lors que l'objectif recherché est d'appréhender les lignes de tension industrielles et culturelles qui émergent dans la foulée de ces transformations majeures de la diffusion culturelle numérique. De plus, observer vigoureusement les trajectoires institutionnelles de ce type de plateforme transnationale de diffusion numérique des produits culturels, désormais présent dans le quotidien culturel des Canadien.ne.s, offre également des perspectives pertinentes à explorer en regard des engagements internationaux du Québec et du Canada pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, y compris dans le contexte des mécanismes de régulation dédiés à l'exportation de biens et services culturels numériques canadiens et de leur insertion dans les circuits mondiaux de diffusion, à l'aune d'une économie numérique de la culture désormais globalisée.

La mise en lumière d'un degré certain de *puissance structurelle*, exercée sur notre écosystème culturel national et attribuable à la pénétration de la firme transnationale étasunienne Netflix Inc. sur le marché de la diffusion des produits culturels

⁹³ *Ibid.*, p. 5-6

numériques au pays, n'est pas anodine et rejoint autant les développements théoriques de Susan Strange que ceux énoncés par Keohane et Nye, concernant les attributs d'une puissance décrite comme plus « douce » [car elle s'exerce en pénétrant les usages, les institutions ou encore la culture] et d'autant plus *déterritorialisée* qu'elle opère dans le contexte d'infrastructures numériques de communication internationale actuellement configurées pour permettre un échange ouvert de biens et services numériques, culturels en l'occurrence ; la culture étant en outre le vecteur de prédilection du *soft power* tel que développé par Nye⁹⁴. À cet égard une analyse plus approfondie lui est consacrée dès le début du prochain chapitre, venant confirmer la pertinence de mobiliser le concept de *découvrabilité culturelle* pour garantir une révision adéquate du mode de régulation à appliquer dans le cadre de la diffusion de produits culturels numériques au pays.

Si, historiquement, les réglementations relatives à la radiodiffusion ont pour objet d'assurer un service public favorable à la culture et à l'éducation, celles dédiées aux télécommunications abordent des aspects plus techniques destinés à assurer l'efficacité de l'infrastructure au service d'intérêts surtout économiques. Cette dichotomie apparaît pour le moins désuète à l'heure où l'infrastructure *désormais numérique* permet et voit l'émergence de plateformes transnationales, à la fois exclusivement destinées à la diffusion de contenus culturels (Netflix et Spotify, par exemple) et capables de dégager de la valeur à partir d'innovations technologiques propres au secteur des télécommunications (diffusion en flux continu, *streaming*).

Cette ligne de fracture structurelle constitue vraisemblablement l'un des fondements à l'origine du débat public qui s'illustre encore vigoureusement au pays, à travers l'engagement et la mobilisation des différentes parties prenantes au projet gouvernemental annoncé de refonte des lois concernées. Dans un tel contexte, l'étude des trajectoires de régulation actuellement à l'œuvre, plus particulièrement la

⁹⁴ Nye Joseph S. (1990), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New-York, Basic Books, p. 173

réglementation en vigueur (lois, décrets, règlements, politiques publiques, traités internationaux, etc.) dans le cadre théorique de l'École de la régulation française, se révèle tout particulièrement éclairante car elle permet de mettre en exergue la crise structurelle qui traverse présentement le mode de régulation : tel que préconisé par Boyer (2003), le décryptage analytique des interactions avec la sphère politique permet en effet de mettre en lumière les changements institutionnels qui s'y illustrent, autant que les conditions d'émergence de nouveaux compromis institutionnels, tels des marqueurs de transformation et de réajustement du mode de régulation.

CHAPITRE III

POLITIQUES CULTURELLES ET DÉBAT PUBLIC AU CANADA ET AU QUÉBEC

À l'instar de l'Australie et des États-Unis, le système fédéral canadien prévoit une répartition de la compétence législative qui se décline tant au niveau fédéral, que provincial et territorial. La question du partage des compétences entre les différents paliers de gouvernement fait traditionnellement débat au sein de la Fédération canadienne, et tout particulièrement les questions relatives à la culture, dont il n'est d'ailleurs fait mention qu'à une seule reprise dans la Constitution du Canada⁹⁵. Si quelques tentatives de définition ont été élaborées au fil du temps pour tenter de circonscrire la notion de « culture » afin d'en dégager les caractéristiques d'un nouveau domaine de responsabilité, la structure complexe et multidimensionnelle qu'elle revêt aujourd'hui, dans un contexte d'interpénétration de l'économie et de la culture, rend la tâche d'autant plus ardue. Pour les besoins de la discussion, retenons ici son acception telle que formulée par la Commission de l'Unité canadienne en 1979 :

« Le mot culture sert souvent à désigner le côté intellectuel et artistique de la vie en communauté ou en société. Il prend, cependant, un sens plus large lorsqu'on l'utilise pour caractériser l'ensemble d'une communauté. Dans ce contexte, la culture est la somme des traits distinctifs qu'une communauté acquiert par l'éducation, la formation technique et l'expérience sociale. Elle comprend alors la langue, des connaissances dans tous les domaines du savoir, des traditions, des valeurs de toutes sortes, etc. Elle devient une façon collective de penser, de sentir et d'agir, une manière d'être. La culture rapproche les individus, les dispose à rechercher des buts communs, nourrit la pensée, le jugement et l'action

⁹⁵ Gouvernement du Canada (1982), *Loi constitutionnelle de 1982, Annexe B de la Loi de 1982 sur le Canada (R-U)*, c11, disponible en ligne, URL : <http://canlii.ca/t/q3x8> (consulté le 5 août 2019)

dans une communauté particulière, lui confère une personnalité qui la distingue des autres communautés⁹⁶ ».

Si la prérogative provinciale du Québec en matière de culture apparaît ici évidente [éducation, langue, personnalité qui la distingue des autres communautés], une telle définition révèle toutefois l’omniprésence de la culture dans de multiples champs de compétence et nous renvoie – d’autant plus aujourd’hui – à celui de la réglementation des « communications » en tant que vecteur de la culture, autrement dit le secteur de la radiodiffusion ainsi que celui des télécommunications, deux compétences législatives qui incombent au palier fédéral⁹⁷.

Soumettre nos politiques culturelles à l’étude implique donc nécessairement de considérer cette double perspective. Par ailleurs, eu égard à la problématique de régulation exposée dans cette recherche, il importe de replacer cette analyse dans le contexte des velléités et autres obligations internationales qui engagent le Canada et le Québec. En effet, les trajectoires de régulation dédiées à réglementer le secteur canadien des industries culturelles sont multiples et s’élaborent également à partir du cadre juridique international qui régit d’une part les relations économiques internationales (ententes commerciales entre les États) et d’autre part, les relations socioculturelles internationales (conventions internationales rattachées au système onusien). En outre, depuis ces dernières décennies et tel qu’indiqué en citation dès les premières lignes de ce mémoire, le Canada promeut le développement d’une économie nationale basée sur les TIC et à même de « cimenter » le pays au niveau sociopolitique et ce, par le biais d’une compétitivité adéquate sur l’échiquier

⁹⁶ Commission de l’unité canadienne (1979), *Définir pour choisir : Vocabulaire du débat*, Ottawa, p. 4, URL : http://publications.gc.ca/collections/collection_2014/bcp-pco/CP32-35-1979-1-fra.pdf (consulté le 5 août 2019)

⁹⁷ Si la question du partage de ces compétences a été l’objet d’âpres batailles judiciaires devant la Cour suprême du Canada il y a près d’un siècle, l’Arrêt intitulé *In the Regulation and Control of Radio Communication in Canada* datant de 1932 a consacré la préséance de la juridiction fédérale pour légiférer à cet égard. Pour en savoir plus, lire Rémillard Gil (1973), « Le partage des compétences législatives en matière de radio-télécommunication », *Les Cahiers de droit*, 14 (2), p. 299–320, URL : <https://doi.org/10.7202/041749ar> (consulté le 5 août 2019)

économique mondial. À cet égard deux éléments prépondérants nécessitent d'être énoncés, à la fois pour éclairer la compréhension des enjeux de régulation ici soulevés, autant que pour permettre une analyse probante, qui tienne compte de ces enchevêtrements.

Il s'agit de la notion d'*exemption culturelle* mobilisée par le gouvernement fédéral dans le contexte des négociations commerciales internationales (ci-dessous présentée), ainsi que la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, adoptée en 2005 lors de la Conférence générale de l'UNESCO, un instrument juridique international dont nos deux ordres de gouvernement sont les fervents promoteurs. Cette dernière (ainsi que les Directives opérationnelles auxquelles elle a donné lieu en 2017 pour sa mise en œuvre dans l'environnement numérique) sera davantage décrite et mise en lumière dans le chapitre suivant (chapitre IV, section 4.3) consacré à l'étude du concept de *découvrabilité* et à son potentiel en tant qu'outil de régulation numérique.

La notion d'exemption culturelle

Dans le cadre de la politique commerciale déployée par le Canada, la question de la diversité culturelle est importante et bénéficie à ce titre d'un traitement particulier⁹⁸. À cet égard, l'une des trajectoires institutionnelles empruntées par le palier fédéral a donné naissance à la Direction des Politiques et négociations commerciales (PNC) qui, sous l'égide du ministère du Patrimoine canadien, porte le mandat de garantir la flexibilité nécessaire aux ajustements permettant la mise en œuvre des politiques culturelles, autant que la conformité de celles-ci avec les ententes commerciales qui engagent le pays à l'international⁹⁹. À cet effet, la PNC collabore et appuie Affaires

⁹⁸ Affaires mondiales Canada (19 juin 2013), « Culture. Focus sur la politique commerciale. », 1 p., disponible en ligne, URL : <https://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/ip-pi/culture.aspx?lang=fra> (consulté le 20 juillet 2019)

⁹⁹ Gouvernement du Canada (9 août 2017), « Politiques et négociations commerciales », 3 p., disponible en ligne, URL : <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/politiques-commerciales.html> (consulté le 20 juillet 2019)

mondiales Canada qui est, pour sa part, en charge de l'élaboration de la politique commerciale et de sa mise en œuvre, notamment les négociations internationales auxquelles elle donne lieu. Par son expertise et sa participation aux plus importants forums internationaux¹⁰⁰ (OMC, UNESCO, CNUCED, OCDE), la PNC vise donc l'objectif de parvenir à un équilibre entre exigences commerciales et pérennité de la diversité culturelle.

Depuis la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) dans les années 90, l'*exemption culturelle* est une disposition mise de l'avant et obtenue par le Canada pour régir les aspects liés à la culture dans ses traités commerciaux¹⁰¹. Elle permet notamment de soustraire les industries culturelles aux dispositions commerciales généralement émises dans les accords, créant ainsi des exceptions. Reprise dans tous les accords internationaux signés par le Canada avec ses partenaires économiques durant ces trois dernières décennies, cette stratégie culturelle internationale voit désormais l'introduction de telles exceptions (approche par chapitres de l'accord) être liée à la Convention de 2005 de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et dont il est explicitement fait référence dès le préambule, à l'instar de l'Accord économique et commercial global (AECG) signé avec l'Union européenne en 2016 :

« [...] AFFIRMANT leurs engagements en tant que parties à la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO, faite à Paris le 20 octobre 2005, et reconnaissant que les États ont le droit de maintenir, d'établir et de mettre en œuvre leurs politiques culturelles, de soutenir leurs industries culturelles dans le but de renforcer la diversité des expressions culturelles, et de préserver leur identité culturelle, y compris par le recours à des mesures de réglementation et à un soutien financier;¹⁰² »

¹⁰⁰ *Ibid.*

¹⁰¹ Affaires mondiales Canada (27 novembre 2015), « La culture canadienne dans le contexte de la mondialisation », p. 19, URL : <https://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/ip-pi/canculture.aspx?lang=fra> (consulté le 20 août 2019)

¹⁰² Gouvernement du Canada (2016), *Texte de l'Accord économique et commercial global – Préambule*, Affaires mondiales Canada, disponible en ligne, URL :

Ainsi énoncée, une telle disposition générale autorise en outre chacune des Parties à s'en prévaloir, renforçant ici les capacités de mise en œuvre d'un tel instrument international, voué à la diversité culturelle.

3.1 Les instruments de régulation promus par le Canada

Parmi l'arsenal réglementaire actuellement en vigueur, trois lois fédérales se démarquent en ce qui a trait à la régulation des industries reliées à la culture à l'heure du numérique : la *Loi sur la radiodiffusion*, la *Loi sur les télécommunications* et la *Loi sur la radiocommunication*. Si cette dernière est également incluse dans la refonte actuelle de la réglementation canadienne à cet égard, elle ne concerne que très relativement les enjeux soulevés ici et ne sera donc pas formellement détaillée. Face aux multiples défis auxquels sont aujourd'hui confrontés les professionnels du secteur industriel de la culture au pays, nous privilégierons par contre une présentation succincte des débats entourant la *Loi sur la modernisation du droit d'auteur*, un aspect qui nous apparaît plus crucial à évoquer. En outre, dans le contexte spécifique qui nous intéresse ici, il convient d'observer avec attention les termes de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, une disposition réglementaire édictée en 2009 et sujette à de multiples débats au pays.

La Loi sur la radiodiffusion

La politique canadienne de radiodiffusion – réglementée et surveillée par le CRTC¹⁰³ - prend appui sur la *Loi sur la radiodiffusion* édictée le 1^{er} février 1991. Mis en œuvre depuis près de trois décennies ce texte législatif, qui modifie également certaines lois

<https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/ceta-aecg/text-texte/PRE.aspx?lang=fra> (consulté le 19 juillet 2019)

¹⁰³ Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes

appliquées à la radiocommunication¹⁰⁴, demeure à ce jour tout particulièrement pertinent en certains points et ce, en dépit d'un contexte de transformations majeures des pratiques, tant d'écoute que de diffusion. Ainsi l'article 3 détermine le fait que le système de radiodiffusion canadien est et doit demeurer la propriété des Canadiens, lesquels en exercent le contrôle effectif, tel un service public essentiel destiné au maintien et à la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle¹⁰⁵. En outre, le texte prévoit un système de radiodiffusion canadien en mesure de « sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada [... en fournissant notamment] de l'information et de l'analyse concernant le Canada et l'étranger considérés d'un point de vue canadien¹⁰⁶ » et ce dans le respect des valeurs et des aspirations de l'ensemble de la société canadienne. L'objet de la Loi est donc d'encadrer les éléments d'un système destiné à concourir autant à la création qu'à la présentation d'une programmation nationale d'excellence - tant en langue française qu'en langue anglaise -, et soumet l'ensemble des entreprises de radiodiffusion¹⁰⁷ présentes au pays à solliciter principalement des ressources canadiennes à cette fin. Tout en rappelant l'impérieuse nécessité de mobiliser les producteurs canadiens indépendants, le texte fait également mention de l'importance de maintenir un système qui puisse commodément être modulé selon les progrès scientifiques et techniques futurs¹⁰⁸. La majeure partie subséquente de cette Loi détaille les caractéristiques de ce système et prévoit

¹⁰⁴ Pour un accès au texte intégral de la Loi sur la radiodiffusion, consulter en ligne l'URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/b-9.01/>

¹⁰⁵ Gouvernement du Canada (1^{er} février 1991), *Loi sur la radiodiffusion* (L.C. 1991, ch. 11), site web de la législation (Justice), p. 3, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/b-9.01/page-1.html#h-33229> (consulté le 20 juillet 2019)

¹⁰⁶ *Ibid.*

¹⁰⁷ La Loi canadienne sur la radiodiffusion définit comme entreprise de radiodiffusion (*broadcasting undertaking*), notamment toute « [...] entreprise de distribution ou de programmation, ou d'un réseau »; voir la *Partie I Dispositions générales. Article 2 Définitions* de ladite Loi, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/b-9.01/page-1.html#h-33229> (consulté le 20 juillet 2019)

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 4

notamment à cet effet, les prérogatives dues au CRTC ainsi qu'à la Société Radio-Canada, celle-ci étant considérée au titre de radiodiffuseur public national.

Fait notable à relever, l'application de cette loi est étendue aux réseaux et entreprises de programmation complémentaires - autrement dit, privés -, lesquels doivent s'efforcer de proposer « des acquisitions [et non seulement] des productions propres¹⁰⁹ », dans le respect des considérations énoncées dans la présente Loi.

La Loi sur les télécommunications

Entrée en vigueur en 1993, la *Loi sur les télécommunications* régit aujourd'hui les entreprises de communications au Canada (câble, satellite et protocole Internet), autrement dit l'essentiel des services de télécommunications, y compris les technologies sans-fil et les fournisseurs d'accès à Internet (FAI). Visant comme objectif principal de « [...] favoriser le développement ordonné des télécommunications partout au Canada en un système qui contribue à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure sociale et économique du Canada et de ses régions¹¹⁰ », la loi prévoit notamment la promotion des fournisseurs de services établis au Canada et contrôlés par des Canadiens et poursuit l'objectif de développer et favoriser l'efficacité et la compétitivité du secteur des télécommunications canadiennes, tant au niveau national qu'international¹¹¹.

La mise en œuvre de cette réglementation, également assurée par le CRTC, s'est vue confrontée ces trois dernières décennies, par les nombreux changements technologiques qui sont intervenus dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le rapport de surveillance des télécommunications établi en 2018 par le CRTC présente l'évolution des pratiques de

¹⁰⁹ *Ibid.*, p. 6

¹¹⁰ Gouvernement du Canada (2013), *Loi sur les télécommunications*, L.C. 1993, ch. 38, mise à jour le 29 juillet 2019, Ministère de la Justice, p. 4, URL : <https://laws.justice.gc.ca/PDF/T-3.4.pdf> (consulté le 11 août 2019)

¹¹¹ *Ibid.*

consommation au pays et détaille par ailleurs deux types de fournisseurs de services de télécommunication, à savoir les fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires d'une part – agissant localement et en situation de monopole avant l'arrivée de la concurrence internationale sur le marché canadien – et d'autre part, une seconde catégorie de FST qui englobe l'ensemble des entités restantes (notamment les entreprises de câblodistribution qui ont désormais élargi leurs activités à la fourniture de services de télécommunication ou encore les compagnies assurant de tels services, par le biais d'installations régies par des entités tierces)¹¹². Cette distinction apparaît fondamentale dans la mesure où elle a conditionné d'importantes décisions réglementaires, à commencer par l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, actuellement applicable aux plateformes transnationales de programmation par contournement/d'intermédiation détaillées précédemment.

L'Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias

Initialement édictée en 1999 sous l'appellation *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de télédiffusion mobile*, la définition relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias y a été revue et élargie en 2009, avec pour objectif de s'adapter aux évolutions technologiques en matière de radiodiffusion et de réviser la portée d'une telle exemption, notamment à travers l'exigence de production de rapports périodiques pour les compagnies concernées, à soumettre au CRTC sur simple demande, ou encore les modalités liées au règlement des différends susceptibles d'émerger¹¹³.

¹¹² CRTC (2019), *Rapport de surveillance des télécommunications 2018*, p. 107-108, URL : <https://crtc.gc.ca/pubs/cm2018-fr.pdf> (consulté le 11 août 2019)

¹¹³ Gouvernement du Canada (26 juillet 2012), *Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409*, CRTC, p. 1-10, URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-409.htm> (consulté le 11 août 2019)

Il est à noter que Netflix Inc. bénéficie toujours actuellement des termes de cette exemption.

Cette ordonnance est d'autant plus cruciale qu'elle définit en outre dans son Annexe les considérations suivantes¹¹⁴ :

1. les modalités de fourniture (tarifs et obligations contractuelles) établies pour un service de programmation fourni par une entreprise de radiodiffusion à une autre;
2. les services de radiodiffusion fournis sont distribués par Internet et accessibles par le biais de la technologie point par point (*peer to peer*) depuis des appareils mobiles;
3. les entreprises concernées par cette exemption ne peuvent accorder de préférences indues, tant à elles-mêmes qu'à des tiers, sous peine de devoir en justifier la légitimité;
4. les conditions d'exclusivité inhérentes aux droits de diffusion préalablement acquis.

La Loi sur la modernisation du droit d'auteur

Tel qu'évoqué en début de chapitre, et dans la mesure où ce mémoire questionne les effets de la diffusion transnationale des produits culturels numériques sur les secteurs industriels de la culture au pays, la refonte réglementaire actuellement à l'agenda fédéral engage également de nombreux débats quant aux questions de propriété intellectuelle et tout particulièrement à l'égard des termes prévus dans la *Loi sur le droit d'auteur* concernant les modalités de rémunération des artistes nationaux. C'est en 2012 que la *Loi sur la modernisation du droit d'auteur*, communément appelée

¹¹⁴ Gouvernement du Canada (26 juillet 2012), *Annexe à l'Ordonnance d'exemption de radiodiffusion CRTC-409*, CRTC, p. 11-13, URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-409.htm> (consulté le 11 août 2019)

« l’exception YouTube »¹¹⁵ (projet de loi C-11), a été édictée afin d’encadrer et de requalifier la définition de « retransmetteur » dans le contexte des défis et possibilités créés par Internet¹¹⁶, afin de circonscrire les termes en vigueur quant à la violation du droit d’auteur : en l’occurrence, il a été établi comme une exception au principe de violation du droit d’auteur, tout contenu numérique généré à des fins non commerciales par un utilisateur sur la Toile, et ce y compris lorsque le dit contenu intègre en son sein du contenu préalablement « protégé » au titre du droit d’auteur ; cette exception est toutefois particulièrement encadrée par des considérations très précises telles que : 1) la mention obligatoire de l’œuvre empruntée, 2) le fait que celle-ci n’est pas une contrefaçon, et enfin, 3) le fait que l’existence d’un tel contenu ne doit pas occasionner d’effet négatif notable sur le marché de l’œuvre originale¹¹⁷.

En septembre 2017, le gouvernement fédéral a également lancé une série de consultations publiques concernant les options de réforme de la Commission du droit d’auteur du Canada, avec pour objectif d’actualiser et d’augmenter l’efficacité des processus décisionnels en son sein et notamment, un cadre de protection plus « robuste » de l’intérêt public¹¹⁸.

3.1.1 Rôle et mandat du CRTC

C’est en 1968, dans la foulée de l’adoption de la *Loi sur la radiodiffusion*, que le Conseil de la radio-télévision canadienne (CRTC) fut créé en tant qu’organisme indépendant de réglementation destiné à l’époque à superviser l’ensemble des

¹¹⁵ Bergeron Vincent et Jean-François Normand (12 novembre 2018), « Le droit d’auteur et le contenu diffusé sur les plateformes de partage de vidéo: où en est le Canada? », article publié en ligne, *FMC Veille*, URL : <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/le-droit-dauteur-et-le-contenu-diffuse-sur-les-plateformes-de-partage-de-video-ou-en-est-le-canada/> (consulté le 14 juillet 2019)

¹¹⁶ Gouvernement du Canada (29 juin 2012), *Loi sur la modernisation du droit d’auteur*, L.C. 2012, ch. 20, 68 p., disponible en ligne, URL : https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/LoisAnnuelles/2012_20/page-1.html (consulté le 14 juillet 2019)

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ Gouvernement du Canada (31 octobre 2018), *Fiche d’information : Réforme de la Commission du droit d’auteur*, Innovation, Sciences et Développement économique Canada, disponible en ligne, URL : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/693.nsf/fra/00168.html> (consulté le 15 juillet 2019)

prérogatives liées à l'établissement du réseau national canadien de radiodiffusion¹¹⁹. Ayant vu ses pouvoirs élargis en 1972 aux entreprises de télécommunications, traditionnellement réglementées à l'échelon fédéral, l'acronyme CRTC demeure, tout en étant redéfini comme étant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, sa dénomination actuelle. Depuis 1985, la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (L.R.C. (1985) ch. C-22), définit la structure du Conseil, détermine ses pouvoirs et prévoit le mécanisme de nomination des commissaires par le gouverneur en conseil¹²⁰. Cette loi détermine notamment leurs responsabilités, à commencer par l'élaboration et la mise en œuvre des règles et des politiques en ce qui a trait aux licences ; elle prévoit également leur participation à des consultations ainsi qu'à des audiences publiques et définit notamment le rôle du CRTC quant à la consultation des membres de l'industrie de la radiodiffusion et des télécommunications autant que la consultation du public et d'autres parties prenantes le cas échéant, dans le respect des directives du Cabinet du Ministre du Patrimoine canadien, sous la gouverne duquel il rend compte auprès du Parlement¹²¹.

3.1.2 Limites et défis du CRTC

Si tel qu'évoqué ci-haut, le CRTC est réputé être un organisme indépendant et apparaît, à ce titre, avoir les coudées franches pour interagir, le fait est que le gouvernement du Canada conserve toutefois le pouvoir de modifier, dénoncer ou renvoyer pour examen l'ensemble des décisions prises par le Conseil dans le domaine

¹¹⁹ Encyclopédie canadienne (L') (16 octobre 2011), *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, URL : <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/conseil-de-la-radiodiffusion-et-des-telecommunications-canadiennes> (consulté le 14 juillet 2019)

¹²⁰ Gouvernement du Canada (1985), *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (L.R.C. (1985) ch. C-22)*, article 3 (1), URL : <https://laws.justice.gc.ca/fra/lois/c-22/page-1.html#h-73056> (consulté le 14 juillet 2019)

¹²¹ Encyclopédie canadienne (L') (16 octobre 2011), *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, URL : <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/conseil-de-la-radiodiffusion-et-des-telecommunications-canadiennes> (consulté le 14 juillet 2019)

des télécommunications. Par exemple, l'exécutif fédéral a ordonné en 2006 au CRTC de limiter la régulation du marché afin de laisser la libre concurrence intervenir et ce, dans l'objectif de réduire les tarifs appliqués aux consommateurs¹²². En outre, les prérogatives du CRTC prévoient que celui-ci assure la mise en œuvre de toute réglementation nécessaire pour répondre aux défaillances du marché et ce uniquement, après avoir laissé les forces du marché et la libre-concurrence opérer¹²³. La marge de manœuvre du CRTC apparaît ici très délimitée, d'autant plus que l'ensemble de ses décisions doit avoir reçu l'aval, tant des représentants de la société civile que des secteurs industriels concernés.

3.2 Les instruments de régulation promus par le Québec

Tel que précisé en début de chapitre, le pouvoir de légiférer s'inscrit ici dans l'exercice des compétences fédérales. Toutefois l'importance de la culture pour le Québec, et le statut de société distincte qui le caractérise au sein de la Fédération canadienne, s'exprime à travers la mise en œuvre de réglementations destinées à encadrer et soutenir le développement des secteurs industriels qui œuvrent pour la diversité culturelle québécoise. Ces dernières sont principalement définies dans le cadre de deux politiques publiques, destinées à établir les jalons nécessaires pour un développement cohérent des industries culturelles québécoises en contexte numérique.

¹²² *Ibid.*

¹²³ Gouvernement du Canada (2006), *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication (DORS/2006-355)*, article 1, p. 1, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-355/page-1.html> (consulté le 14 juillet 2019) ; l'actualisation récente de ce décret (juillet 2019) conforte ces positions et se veut désormais encore plus précise quant à l'importance « [...] de promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation » et notamment le développement d'offres de services différenciées rendues possible par les innovations technologiques ; voir Gouvernement du Canada (2019), *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation (DORS/2019-227)*, article 1, p. 1, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2019-227/page-1.html> (consulté le 11 août 2019)

Le rapport du Conseil des Arts et des Lettres du Québec

Suite à une demande du Ministère québécois de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, le Conseil des Arts et des Lettres du Québec (CALQ) a publié un rapport destiné à promouvoir la culture québécoise en contexte numérique. En mettant en lumière dès 2011 les mutations qui s'opèrent dans la chaîne de production de l'industrie culturelle québécoise, le CALQ a notamment identifié l'importance stratégique d'un accès à Internet efficient ainsi que les évolutions majeures qui traversaient d'ores et déjà le secteur de la production culturelle : évolution des pratiques artistiques et émergence d'usagers producteurs de contenus¹²⁴. Établi selon des principes de développement structurant et durable à mettre en œuvre, le CALQ y relève l'importance de réviser les politiques publiques d'alors et de redéfinir les prérogatives des organismes gouvernementaux dédiés au soutien du secteur culturel québécois à l'ère numérique¹²⁵. Le Conseil suggère ainsi de « [...] développer une stratégie numérique de la culture ayant la création comme axe majeur¹²⁶ » en déployant des politiques publiques concertées et cohérentes les unes avec les autres - partenariats interministériels et institutionnels¹²⁷ - et en adaptant le réseau gouvernemental de la culture aux technologies numériques, dans un contexte d'arrimage renouvelé entre la création artistique et l'industrie culturelle.

La Stratégie culturelle numérique du Québec

C'est en mars 2014, que le gouvernement du Québec a présenté la stratégie culturelle numérique du Québec *Pour occuper l'espace numérique*. En proposant le déploiement

¹²⁴ Conseil des Arts et des Lettres du Québec (2011), *Faire rayonner la culture québécoise dans l'univers numérique. Éléments pour une stratégie numérique de la culture*, Rapport déposé à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec le 11 novembre 2011, p. 3, URL : https://www.calq.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/2016/05/calq_numerique2011_1111_rapportalon.pdf (consulté le 25 août 2019)

¹²⁵ Citons notamment : l'importance de la veille numérique, la prise en compte de nouvelles valeurs (décloisonnement, interactivité, accès aux contenus culturels) ou encore des nouveaux modèles de développement culturel et économique (formes émergentes et arts numériques) ; *ibid.*, p. 9-17

¹²⁶ *ibid.*, p. 18

¹²⁷ *ibid.*

d'une stratégie autour de trois orientations « [...] enrichir l'offre, assurer l'accès, rendre l'environnement convivial ¹²⁸ », le Ministère de la Culture et des communications du Québec définit les axes d'intervention suivants : 1) s'assurer d'une mise à niveau des outils et des pratiques, dans le but d'éviter l'écueil d'une fracture numérique; 2) favoriser l'appropriation des pratiques numériques émergentes à travers un soutien concret aux acteurs des secteurs culturels d'ores et déjà engagés dans la transition numérique; et enfin, 3) à l'instar des effets spéciaux numériques, s'assurer de rester à la pointe de l'innovation pour pérenniser une économie culturelle à venir qui soit viable¹²⁹.

Tableau 2 - Cadre de référence. *Stratégie culturelle numérique du Québec*

CADRE DE RÉFÉRENCE			
Orientations Axes d'intervention	A Enrichir l'offre de contenus culturels numériques	B Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus	C Créer un environnement propice au développement du numérique
1 Mettre à niveau les outils et pratiques	Rendre disponible l'offre culturelle existante	Intégrer les logiques émergentes de demande et de multiplication des accès	Adapter les outils publics d'intervention
2 Déployer nos forces actives	Soutenir la création numérique originale	Investir l'espace culturel global avec des contenus québécois	Assurer des conditions d'exercice adaptées pour l'ensemble des milieux
3 Innover pour assurer l'avenir	Favoriser les pratiques émergentes et inédites	Encourager la collaboration entre les acteurs d'une chaîne plus intégrée	Favoriser une culture numérique contribuant à l'économie du savoir

Source : Gouvernement du Québec (2014), *Pour occuper l'espace numérique. Stratégie culturelle numérique du Québec*, p. 9

¹²⁸ Gouvernement du Québec (2014), *Pour occuper l'espace numérique. Stratégie culturelle numérique du Québec*, Ministère de la Culture et des communications du Québec, p. 7, URL : https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Strategie_culturelle_numerique/MCC-StrategieNumerique-HR.pdf (consulté le 25 août 2019)

¹²⁹ *Ibid.*, p. 7-8

La Politique culturelle du Québec

Dans la lignée du cadre de référence précité, le Ministère de la Culture et des communications (MCC) du Québec a dévoilé en 2018 son plan d'action en culture pour le quinquennat à venir. Intitulée *Partout, la culture. Politique culturelle du Québec*, ce plan d'action établit les priorités gouvernementales en la matière selon une logique d'intervention transversale, impliquant près d'une cinquantaine de ministères, organismes et sociétés d'État¹³⁰. Piloté par le MCC, ce plan d'action présente une vision holistique qui tend à répondre à la nécessité de faire face à :

« [...] une] offre culturelle abondante et mondialisée – notamment en ce qui concerne les films, les livres et la musique –, ce plan d'action vise l'atteinte d'objectifs cruciaux pour la culture québécoise : attirer l'attention sur elle et la rendre accessible à tous, pour que chacun puisse découvrir les produits culturels québécois et les apprécier.¹³¹ »

À travers quatre orientations majeures¹³², le gouvernement provincial prévoit donc une mobilisation concertée sur la base d'une vision partagée :

- 1. Contribuer à l'épanouissement individuel et collectif grâce à la culture**
 - L'apport croisé des secteurs culturels, éducatifs et sociaux
 - Une vie culturelle en français, participative et engagée
- 2. Façonner un environnement propice à la création et au rayonnement des arts et de la culture**
 - Le déploiement de la création et de la production
 - La diffusion de la culture québécoise et sa notoriété à l'international
 - L'accès équitable à une vie professionnelle gratifiante et évolutive
- 3. Dynamiser la relation entre la culture et le territoire**

¹³⁰ Gouvernement du Québec (2018), *Partout, la culture. Politique culturelle du Québec*, Plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023, Ministère de la Culture et des communications du Québec, p. 1, URL : https://mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique_culturelle/Plandactionculture20182023_web.pdf (consulté le 25 août 2019)

¹³¹ *Ibid.*

¹³² *Ibid.*, p. 3-17

- La culture et le patrimoine, éléments fondamentaux de la vitalité du territoire
- La puissance de l'action locale et régionale

4. Accroître l'apport de la culture et des communications à l'économie et au développement du Québec

- L'entrepreneuriat culturel et l'originalité des modèles organisationnels
- La performance sur les marchés nationaux et internationaux
- Les clés de l'économie numérique (compétences numériques, connaissance et maîtrise des données)

Ce document est d'autant plus intéressant à consulter qu'il précise en outre les budgets alloués ainsi que l'engagement des différentes institutions gouvernementales mobilisées pour mener à bien l'opérationnalisation et ce, pour chacune des 41 mesures prescrites. Notons également qu'une attention particulière est accordée aux spécificités culturelles et linguistiques autochtones, afin d'intégrer pleinement l'ensemble des acteurs de la scène culturelle québécoise¹³³.

3.3 Repenser les instruments de régulation, à la croisée des TIC et de la culture

Dans un contexte où les formes que revêt la mondialisation, tant économique que culturelle et sociale, tendent à se globaliser et à opérer une interpénétration manifeste de la culture avec les nouvelles technologies numériques de l'information et de la communication, la nécessité de repenser les instruments de régulation en tenant compte de tels impératifs fait l'objet de toutes les attentions.

¹³³ *Ibid.*, p. 18

3.3.1 Les réponses gouvernementales : bilan

À l'instar du Plan d'action gouvernemental du Québec décrit ci-dessus, la nécessité de repenser les instruments de régulation en prenant en compte la ligne de tension qui s'illustre entre le déploiement numérique des technologies de l'information et de la communication (TIC) et la pérennité de la diversité des expressions culturelles, s'exprime d'elle-même. À cet égard, le palier fédéral n'est pas en reste et a présenté en 2017 son cadre stratégique pour un *Canada créatif* qui traduit ses aspirations quant aux industries créatives au pays ainsi que la vision canadienne pour la croissance de ce secteur industriel, désormais au cœur de sa stratégie économique globale. En mettant en avant les concepts de créativité et d'innovation, en tant que moteurs du rayonnement canadien à l'international, Ottawa mise sur la nécessité de rester concurrentiel sur la scène mondiale¹³⁴. Établi d'après le processus de consultation publique engagé en 2016 par le ministère du Patrimoine canadien et dédié au contenu canadien dans un monde numérique, ce cadre stratégique est également le fruit des travaux menés par un groupe d'experts-conseils, spécialistes des secteurs culturel et technologique au pays¹³⁵. En optant pour une vision « élargie¹³⁶ » des industries culturelles, autrement appelées les *industries créatives*, Patrimoine canadien présente les 3 piliers qui orienteront à l'avenir la nécessaire et ambitieuse refonte des outils réglementaires promus par le fédéral (programmes, politiques, institutions et lois). Ce chantier de modernisation s'enracine dans l'objectif annoncé de s'adapter à la réalité numérique par le biais des « créateurs¹³⁷ », placés au cœur de cette nouvelle approche. Notons le fait que les

¹³⁴ Patrimoine canadien (2017), *Cadre stratégique pour un Canada créatif*, p. 5, URL : <https://www.canada.ca/content/dam/pch/documents/campaigns/creative-canada/CCCadreFramework-FR.pdf> (consulté le 25 août 2019)

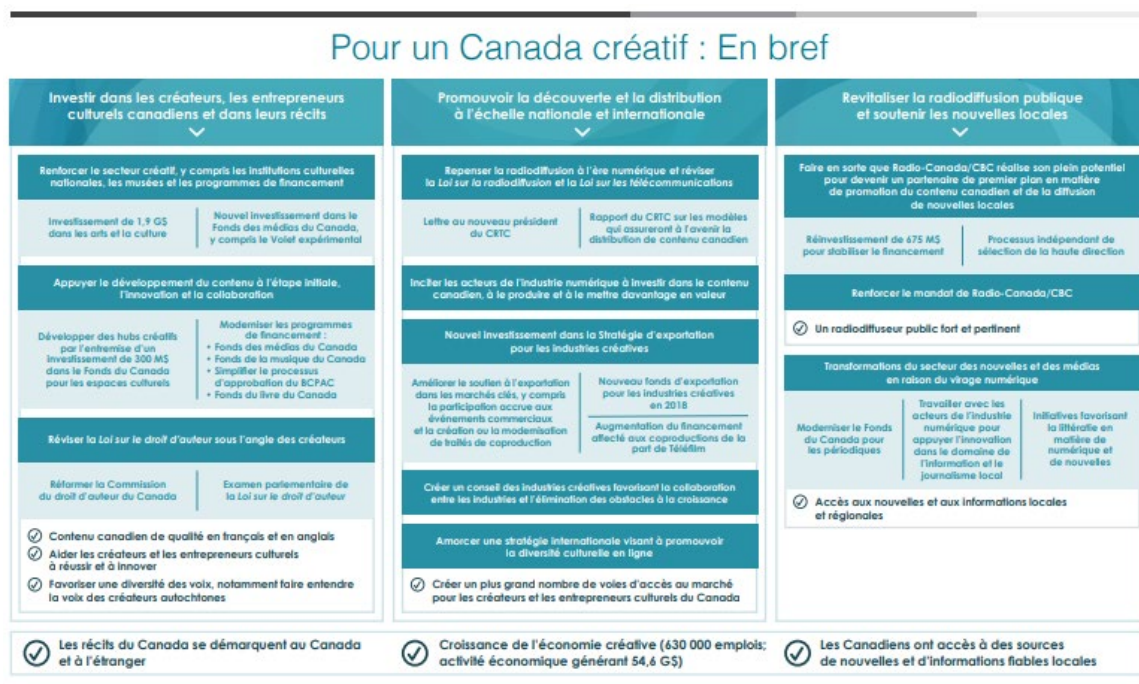
¹³⁵ *Ibid.*, p. 10

¹³⁶ *Ibid.*, p. 12

¹³⁷ *Ibid.*, p. 11 : « [...] Ainsi, selon notre vision, le mot « créateurs » désigne, entre autres, les fonctions créatives, depuis les artistes jusqu'aux réalisateurs, en passant par les scénaristes, les producteurs, les auteurs-compositeurs, les interprètes, les auteurs et les créateurs de contenu numérique. »

deux paliers de gouvernement convergent sur ce point, apportant ici une cohérence stratégique qui s'avère de bon augure.

Tableau 3 – Cadre stratégique pour un *Canada créatif*



Source : Patrimoine canadien (2017), *Cadre stratégique pour un Canada créatif*, p. 38

Relevons également, pour les besoins de cette recherche, le fait que le pilier n° 2, destiné à « promouvoir la découverte et la distribution à l'échelle nationale et internationale¹³⁸ », considère d'une part la diversité de la population canadienne tel un avantage concurrentiel sur lequel miser, puis établit d'autre part le fait que les plateformes en ligne transnationales font partie intégrante de l'écosystème créatif canadien¹³⁹.

¹³⁸ *Ibid.*, p. 38

¹³⁹ *Ibid.*, p. 26

3.3.2 Engagement et débats au sein du secteur industriel culturel

L'engagement et le dynamisme qui s'expriment à travers les prises de position et l'implication des milieux culturels québécois et canadiens sur ces questions cruciales, sont à la hauteur de la réputation internationale du Canada en termes de mobilisation citoyenne active. Agissant en tant que parties prenantes, dans le cadre des multiples consultations publiques et autres comités d'experts mis sur pied au pays ces dernières années¹⁴⁰, ils prennent part également au débat public de manière collective, à travers les coalitions déployées à cet effet.

La Coalition pour la Culture et les Médias

Créée en 2017, la Coalition pour la Culture et les Médias (CCM) regroupe près d'une quarantaine d'organisations provinciales et nationales (alliances, fédérations, syndicats et autres guildes notamment) agissant dans les milieux culturel et médiatique au pays. En dévoilant son *Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère numérique*, la CCM rappelle le rôle d'avant-garde devant être endossé par le palier fédéral pour répondre aux adaptations nécessaires face aux transformations induites par le processus de « [...] numérisation de l'économie et des moyens d'accéder à la culture et aux médias¹⁴¹ » et ainsi garantir le principe de souveraineté culturelle et médiatique au Canada. *Continuité, Équité et Soutien* sont les trois maîtres-mots adressés par la CCM aux pouvoirs publics, et visent l'objectif de mettre aux agendas gouvernementaux l'importance de reconnaître la richesse collective représentée par la production culturelle et d'information : ces biens et services spécifiques « [...] n'étant] pas une marchandise comme les autres. Il

¹⁴⁰ À l'instar du Comité Yale, issu du nom de sa présidente Janet Yale, le Groupe d'experts mandaté depuis juin 2018 par le CRTC pour formuler des recommandations dans le contexte de la révision du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications et dont le dépôt du rapport est prévu en janvier 2020. Pour en savoir plus, consulter le cadre de référence dédié, disponible en ligne, URL : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/fra/00001.html> (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁴¹ Coalition pour la Culture et les Médias (2017), *Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère numérique*, disponible en ligne, URL : <https://www.manifestepourlaculture.info/> (consulté le 25 juillet 2019)

faut la protéger, encourager son développement et favoriser son accessibilité afin qu'elle puisse rayonner dans le nouvel environnement numérique¹⁴² ». Bénéficiant de près de 5.000 appuis, les membres de cette Coalition représentent plusieurs centaines de milliers d'acteurs œuvrant dans le secteur des industries culturelles, tant au Québec qu'au Canada¹⁴³.

La CCM a notamment produit en janvier 2019 un mémoire à l'attention du Comité Yale, dans le cadre de l'examen en cours concernant le cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, dans lequel la coalition préconise d'une part des **mesures intérimaires** (face à l'urgence à laquelle sont présentement confrontés de nombreux acteurs de la scène culturelle et médiatique) et d'autre part, des **modifications législatives** afférentes à la diversité culturelle et à la gouvernance du diffuseur public et du CRTC¹⁴⁴.

La Coalition pour la diversité des expressions culturelles

La Coalition pour la diversité des expressions culturelles (CDEC) a pour sa part été créée au Québec en 1998, dans le contexte des débats entourant d'une part, l'Accord multilatéral sur les investissements (AMI) quant à la libéralisation des biens et services culturels, alors négocié par le Canada au sein de l'OMC, puis d'autre part, dans le cadre des discussions qui ont précédées la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO de 2005, relative à la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, en renouvelant à cette occasion sa raison « d'être »¹⁴⁵. Dès 1999, la CDEC s'est démarquée par son rôle fédérateur, en ouvrant notamment ses activités aux organisations professionnelles canadiennes, tant francophones

¹⁴² *Ibid.*

¹⁴³ Pour une liste exhaustive des organisations actives dans la coalition, consulter la page d'accueil de la CCM, disponible en ligne, URL : <https://coalitionculturemedias.ca/> (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁴⁴ Coalition pour la Culture et les Médias (11 janvier 2019), *Mémoire présenté au Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications*, Canada, 42 p., URL : https://coalitionculturemedias.ca/files/2019/01/190111-M%C3%A9moire-CCM_Groupe-dexamen-de-la-%C3%A9gislation-FINAL.pdf (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁴⁵ Coalition pour la diversité des expressions culturelles (2019), « Histoire et mission », disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/a-propos/#mission> (consulté le 25 juillet 2019)

qu'anglophones : elle défend aujourd'hui les intérêts de plus d'une trentaine de parties prenantes issues de la société civile canadienne¹⁴⁶ (notamment auprès des instances gouvernementales) pour laquelle elle s'érige en tant que « voix du milieu culturel¹⁴⁷ » et assure notamment le secrétariat de la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle (FICDC).

Depuis maintenant plus de deux décennies, la CDEC s'évertue donc à délivrer une expertise éclairante sur les enjeux en lien avec la diversité des expressions culturelles en ligne, tant au niveau national qu'international, tout en favorisant le dialogue entre les différentes parties prenantes (milieux culturels, sphère universitaire et gouvernements), et vise l'objectif central de « [...] permettre aux artistes, créateurs et producteurs du pays d'enrichir le patrimoine culturel national dans les meilleures conditions possibles à l'ère numérique¹⁴⁸ ».

À cet effet, la CDEC a notamment produit de multiples rapports, communiqués et autres recommandations à l'attention des instances gouvernementales et s'avère omniprésente dans les débats qui ont cours au pays. Qu'il s'agisse des négociations commerciales menées à l'international par le Canada ou encore des projets de révision des lois et autres règlements afférents à la culture - et plus précisément destinés à garantir l'avenir et la pérennité du secteur industriel de la culture au pays -, la CDEC informe, représente et défend les intérêts de ses membres avec vigueur.

En résumé, la CDEC définit son action à l'égard de la diversité des expressions culturelles en ligne de la manière suivante :

« En veille permanente de l'actualité relative aux politiques culturelles, la Coalition se place à l'avant-garde des enjeux de la diversité des

¹⁴⁶ Une liste exhaustive des organisations représentées par la CDEC est disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/membres/> (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁴⁷ Coalition pour la diversité des expressions culturelles (2019), « Histoire et mission », disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/a-propos/#mission> (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁴⁸ *Ibid.*

expressions culturelles et de ses acteurs. Son champ d'action reflète la transversalité de la Convention de l'UNESCO et les priorités de sa mise en œuvre à l'ère numérique. Forte de son partenariat avec le milieu universitaire et de ses rapports privilégiés avec les opérateurs culturels et bailleurs de fonds, ainsi que de sa collaboration avec les décideurs publics, la Coalition contribue à la production de connaissances qui éclairent les débats au sein des milieux culturels¹⁴⁹ ».

3.3.3 Vers un ajustement numérique du mode de régulation ?

L'étude de ces différentes trajectoires institutionnelles destinées à réguler les secteurs industriels de la culture au pays démontre autant la complexité des enchevêtrements institutionnels qui composent notre écosystème culturel, que la ferveur et l'engagement des parties prenantes à mener ces débats importants concernant la pérennité de nos valeurs culturelles et sociétales face à ces transformations numériques et notamment, la montée en puissance des plateformes transnationales d'intermédiation et de diffusion des produits culturels audiovisuels.

Selon Boyer (2003) chaque mode de régulation est particulier à un régime d'accumulation (ou de croissance) donné et s'exprime par un ensemble de procédures et de comportements, individuels et collectifs, à travers la conjonction des 5 formes institutionnelles (ou « structurelles », d'après l'auteur) qui le représentent, à savoir : le régime monétaire, la configuration du rapport salarial, la forme de la concurrence, l'adhésion au régime international et enfin, la forme institutionnelle que revêt l'État. Cette dernière correspond à l' « ensemble des compromis institutionnalisés [...qui...] une fois noués, créent des règles et des régularités dans l'évolution des dépenses et recettes publiques¹⁵⁰ ». Or à la lumière des remarques analytiques formulées précédemment (chapitres II et III), une altération des paramètres structurels qui

¹⁴⁹ Coalition pour la diversité des expressions culturelles (2019), « Publications », disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/publications/> (consulté le 25 juillet 2019)

¹⁵⁰ Boyer Robert (2003), « les institutions dans la théorie de la régulation », *Cahiers d'économie politique / Papers in Political Economy*, vol. 1, n° 44, encadré 1, p. 81-82

interviennent dans la composition de ces formes institutionnelles apparaît dorénavant à l'œuvre, éprouvant ici la résilience du mode de régulation jusque-là en place. Tout d'abord, la forme de la concurrence apparaît désarticulée dans un tel contexte « d'accaparement » du marché de la diffusion numérique des produits culturels audiovisuels au pays, par un agent économique transnational opérant depuis l'étranger : Netflix Inc. En outre, cette pénétration « transnationale » de la firme américaine dans l'écosystème culturel canadien intervient également comme un mécanisme de déstabilisation du mode de régulation en place, en contribuant par ailleurs à rendre inadéquate la configuration actuelle que revêt la forme institutionnelle du rapport salarial.

Si Marty (2017) relève le fait qu'une telle ultra-dominance de la part d'un agent économique comme Netflix Inc., peut intervenir de manière à limiter les marges de manœuvre en matière de régulation publique, voire l'empêcher toute bonnement¹⁵¹, Soriano (2016) dénonce quant à lui « un modèle d'affaires qui « dévore le monde »¹⁵² » et évoque le concept, non pas de désintermédiation, mais de « ré-intermédiation¹⁵³ » pour décrire la montée en puissance de ces plateformes numériques. Son propos est tout particulièrement intéressant dans la mesure où il aborde justement la question de leur régulation. Concernant les outils à mettre en œuvre, il considère la nécessité de penser en termes de co-construction et de les inscrire au-delà d'une action uniquement nationale, susceptible de limiter les actions possibles à l'égard des acteurs transnationaux et d'ainsi mener à une défragmentation du marché numérique¹⁵⁴. Il relève notamment l'importance de penser les nouveaux outils de

¹⁵¹ Marty Frédéric (2017), « L'économie des plateformes : dissipation ou concentration de la rente ? », *Sciences Po OFCE, Working Paper* n° 13, p. 4, URL : www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf (consulté le 17 juillet 2019)

¹⁵² Soriano Sébastien (2016), « Quelle régulation pour les plateformes ? », *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2016/3 (Août 2016), p. 47, URL : <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue-realites-industrielles-2016-3-page-47.htm> (consulté le 16 juillet 2019)

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 50

régulation dans leur capacité à mettre en œuvre des mécanismes en mesure de régler les litiges avec efficacité et promptitude - il évoque le terme « agile¹⁵⁵ » - eu égard à la rapidité avec laquelle les innovations transforment l'économie numérique. En proposant une logique de décentralisation, adjointe à un système de notation¹⁵⁶ plutôt qu'à un système d'obligations contraignantes qu'il considère prématuré, Soriano expose notamment l'importance de procéder à « [...] un travail de collecte et de publication d'informations pour recenser, analyser et aussi comparer les pratiques des plateformes en ligne¹⁵⁷ ». Selon l'auteur, cette étape intermédiaire serait en effet susceptible dans un avenir ultérieur, d'asseoir une meilleure cohérence globale, quant à des modalités de régulation plus contraignantes.

Srnicek (2018) rappelle pour sa part l'écueil du système fiscal actuel, face à ces plateformes transnationales, surtout américaines, qui engrangent désormais une proportion de réserves en dollars hors de leurs frontières nationales (de l'ordre de 80 à 90 % selon l'auteur)¹⁵⁸ et déplore la précarisation de l'emploi liée à une numérisation et une externalisation de plus en plus prégnantes des services proposés, entraînant ici une baisse des coûts de main-d'œuvre et des salaires en général : « [...] la tendance lourde vers une sous-traitance du travail non-qualifié, à l'exception d'un noyau restreint de travailleurs hautement qualifiés et bien rémunérés¹⁵⁹ ». En conclusion et fort de ces constats, il prône donc une plus grande régulation de ces acteurs de l'économie numérique, dont il dénonce les effets délétères sur l'économie réelle, à travers la mise en œuvre de « plateformes publiques postcapitalistes¹⁶⁰ » à même de capitaliser sur l'innovation numérique. Autrement dit, l'auteur invite les États à

¹⁵⁵ *Ibid.*, p. 47

¹⁵⁶ L'auteur, qui étudie le contexte en France, propose la création d'un Conseil national du numérique qui assurerait la promotion d'un tel système de notation des plateformes, tout en assurant une stratégie de promotion - voire de protection - des valeurs promues dans la société; voir p. 50

¹⁵⁷ *Ibid.*, p. 50

¹⁵⁸ Srnicek, Nick (2018), *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux éditeur, coll. « Futur proche », p. 37

¹⁵⁹ *Ibid.*, p. 95

¹⁶⁰ *Ibid.*, p. 131

s'approprier ce modèle économique innovant, en visant l'objectif public de servir l'intérêt des citoyens et de la démocratie.

Ainsi menées à la lumière des travaux scientifiques portant sur la « plateformes », l'ensemble de ces observations révèle un mode de régulation en crise structurelle et dont le renouvellement nécessite un ajustement *numérique* qui pourrait trouver résolution à partir du concept de découvrabilité.

CHAPITRE IV

QU'EST-CE QUE LA DÉCOUVRABILITÉ ?

C'est le 3 novembre 2015 que Jean-Pierre Blais, alors président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), annonçait publiquement et conjointement avec l'Office national du Film du Canada (ONF), la tenue d'une série de trois événements pancanadiens destinés à « amorcer la conversation sur la découvrabilité du contenu [audiovisuel]¹⁶¹ ». S'il est plus souvent qu'autrement attribué au CRTC, la paternité du mot découvrabilité dans le contexte canadien qui nous intéresse ici, le vocable *discoverability* lui est pourtant préexistant dans la littérature scientifique anglophone, tel que cela est exposé dans les sous-parties subséquentes.

En 2016, l'Office québécois de la langue française (OQLF) crée une fiche terminologique dédiée au mot « découvrabilité », ici rattaché aux domaines respectifs des sciences de l'information et de l'informatique, et spécifie sa définition en ces termes : « Potentiel pour un contenu, un produit ou un service de capter l'attention d'un internaute de manière à lui faire découvrir des contenus autres¹⁶² ». L'OQLF l'adjoint en outre d'une note précisant que « L'emploi, notamment de métadonnées, d'algorithmes de recherche, de mots-clés, d'index, de catalogues augmente la découvrabilité d'un contenu, d'un produit ou d'un service¹⁶³ ». Si cette acception considère un large spectre de contenus, sans se limiter à ceux réputés spécifiquement

¹⁶¹ Gouvernement du Canada (3 novembre 2015), « Contenu. Abondance. Découvrabilité : Le CRTC et l'ONF organisent conjointement « En route vers le Sommet de la découvrabilité » à Vancouver », communiqué de presse conjoint du CRTC et de l'ONF, URL : <https://www.canada.ca/fr/radiodiffusion-telecommunications/nouvelles/2015/11/contenu-abondance-decouvrabilite-le-crtc-et-l-onf-organisent-conjointement-en-route-vers-le-sommet-de-la-decouvrabilite-a-vancouver.html> (consulté le 14 juillet 2019)

¹⁶² OQLF (2016), « Découvrabilité », fiche terminologique, URL : http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?ld_Fiche=26_541675 (consulté le 14 juillet 2019)

¹⁶³ *Ibid.*

« culturels », elle circonscrit toutefois formellement son usage au contexte particulier de l'environnement numérique.

4.1 Découvrabilité : un néologisme propre à l'environnement numérique

La littérature la plus ancienne évoquant la notion de « découvrabilité » que cette recherche a permis, date de 1984 et s'inscrit dans le contexte de la force d'une découverte scientifique à l'époque où les débats sur l'apport des études empiriques dans la Science, entre les XVII^e et XIX^e siècles, animaient les plus grands esprits¹⁶⁴. C'est en effet à cet égard que Thomas Nickles, professeur de philosophie aux États-Unis, a eu recours au terme *discoverability* pour évoquer la considération d'un lien étroit entre justification et découverte scientifique. La découvrabilité y est alors définie telle une possibilité de découverte, une découverte potentielle¹⁶⁵. Si le contexte explicatif de ce concept par Nickles s'avère relativement étranger à celui qui nous préoccupe ici, cet article demeure toutefois pertinent au regard de la portée épistémologique qui s'en dégage. Quant à l'usage de la notion de découvrabilité dans le contexte numérique, il a émergé depuis le début des années 2000 et l'apparition d'une multitude d'applications ludiques désormais disponibles en ligne. L'exponentialité de l'offre sur la Toile apparaissant alors fulgurante, bon nombre de chercheurs se sont ainsi intéressés au phénomène.

C'est en effet avec la démocratisation de l'Internet et plus précisément l'avènement des téléphones intelligents, que la littérature scientifique – essentiellement anglophone – s'est enrichie de nombreuses études intégrant le concept *discoverability* dans leurs analyses. Si le mot est de plus en plus utilisé, une revue rapide des articles scientifiques révèle toutefois le fait que peu d'entre eux s'efforcent de définir son acception. Nous nous limiterons donc ici à ne faire mention que de ceux-là, à l'instar

¹⁶⁴ Nickles Thomas (1984), *Positive Science and Discoverability*, PSA: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association, volume 1, p. 13-27

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 19

de Sommerville et Conrad qui, en 2014, en ont proposé une définition dans le contexte spécifique des contenus académiques :

« [...] *discoverability, or the description or measure of an item's level of successful integration into appropriate infrastructure maximizing its likelihood of being found by appropriate users.*¹⁶⁶ »

Cette définition apporte des éléments intéressants à relever, notamment l'idée de mesure ainsi que la nécessité d'une infrastructure appropriée qui puisse permettre à un contenu en ligne de rejoindre les utilisateurs finaux, en d'autres mots, le public visé. En outre, ces auteurs établissent 4 recommandations susceptibles de soutenir une infrastructure collaborative de découvrabilité : 1) l'établissement de normes et standards généralisés d'optimisation des contenus favorisant l'interopérabilité ; 2) la transparence, dans le sens où l'élaboration, la mise en œuvre et l'application de ces normes et standards exigent un écosystème de relations ouvertes à travers le monde, guidées par les meilleures pratiques, dans l'intérêt collectif ; 3) l'utilisation de métadonnées de qualité, établies selon les normes et standards préétablis ; et enfin 4) la mise en œuvre de partenariats industriels étroits à même de favoriser le développement d'innovations permettant une découvrabilité enrichie, et d'ainsi créer de nouveaux canaux intégrés¹⁶⁷. En dépit du contexte différent dans lequel s'insèrent les recherches menées par Sommerville et Conrad, l'effort de conceptualisation mené par ces auteurs est à souligner, tant pour sa rareté que pour sa pertinence heuristique.

S'il ne propose pas véritablement de définition de la découvrabilité, l'article *Application Discoverability On Multipurpose Public Displays: Popularity Comes at a Price*, paru en 2013 sous la plume de Hosio, Goncalves et Kostakos s'avère toutefois notable, en regard du potentiel explicatif qu'il propose. En effet, en étudiant la

¹⁶⁶ Somerville Mary M. et Lettie Conrad (2014), "Collaborative improvements in the discoverability of scholarly content: Accomplishments, aspirations, and opportunities", *SAGE White Paper*, Los Angeles, SAGE Publications Ltd, DOI: [10.4135/wp140116](https://doi.org/10.4135/wp140116), p. 3

¹⁶⁷ Somerville Mary M. et Lettie Conrad (2014), « Toward Improved Discoverability of Scholarly Content: Cross-Sector Collaboration Essentials », *Collaborative Librarianship*, Vol. 6, Issue 1, article 5, URL : <https://digitalcommons.du.edu/collaborativelibrarianship/vol6/iss1/5>, p. 43

découvrabilité des applications dans le contexte du développement des « vitrines » publiques polyvalentes [capacité d'un écran, mis à disposition du public en libre accès, à proposer de multiples applications simultanément], les auteurs poursuivent l'objectif de comprendre comment la découvrabilité des applications – autrement dit et selon les auteurs, l'effort nécessaire à la localisation ou à la découverte d'une application parmi d'autres¹⁶⁸ - est susceptible d'affecter l'adoption et le succès potentiel de la dite application, par le biais d'une compréhension éclairée de la dimension économique des mécanismes de découvrabilité. À cet effet, ils proposent d'étudier les effets de la découvrabilité d'une application selon deux aspects de l'utilisation qui peut en être faite, à savoir son utilité relative et son taux de conversion¹⁶⁹. Le processus de découvrabilité incrémentielle qu'ils présentent dans cette étude est ainsi établi selon la disposition de l'affichage dans l'interface et se décline de la manière suivante : 1) *Low discoverability*, nécessité de trois actions successives pour lancer l'application depuis la page d'accueil ; 2) *Medium discoverability*, ajout d'un assistant sur la page d'accueil, offrant ainsi un second « chemin » - et un accès plus rapide - permettant d'ouvrir la dite application ; et enfin 3) *High discoverability*, ajout supplémentaire d'un écran de démarrage (*splashscreen*) de l'application directement sur la page d'accueil, permettant son ouverture immédiate¹⁷⁰. Les résultats de cette étude sont tout particulièrement intéressants à examiner car ils détaillent et analysent ces « mécanismes de la découvrabilité¹⁷¹ » afin d'en mesurer les effets quant à une utilisation significative du produit; autrement dit, le comportement de chaque utilisateur est observé en fonction de la façon dont il

¹⁶⁸ Hosio Simo, Jorge Goncalves et Vassilis Kostakos (2013), « Application discoverability on multipurpose public displays: popularity comes at a price », Proceedings of the 2nd ACM International Symposium on Pervasive Displays, *Association for computing Machinery*, p. 31

¹⁶⁹ *Ibid.*; l'utilité relative correspond au ratio entre le nombre de fois où l'application observée est lancée et le nombre de fois où l'ensemble des applications disponibles sur ce même écran sont utilisées, tandis que le taux de conversion correspond au rapport entre les utilisateurs ayant effectivement lancés l'application et le nombre total des utilisateurs ayant été « exposés » à la possibilité d'ouvrir la dite application.

¹⁷⁰ *Ibid.*, p. 33

¹⁷¹ *Ibid.*, p. 32

découvre une application et y accède. Ils valident notamment une augmentation de l'utilité relative – à l'instar des travaux plus généralement menés sur la navigation en ligne et l'impact positif d'une structure où des pages liées affectent la façon dont elles sont visitées¹⁷² - et attestent de l'efficacité de la mise en œuvre de raccourcis (permettant d'éviter une suite de clics) quant à l'objectif de découvrabilité. L'usage plus fréquent des *splashscreens* notamment - *high discoverability* - est tout particulièrement révélateur car il s'illustre aussi dans les cas où l'utilisateur a pourtant débuté son action à partir des mécanismes de découvrabilité établis aux deux premiers niveaux *low* et *medium*. Autrement dit, quel que soit le moment où l'utilisateur comprend qu'il peut avoir accès à cette application, il choisit de mobiliser le *splashscreen* mis à sa disposition (1 seul clic) pour la lancer. Par ailleurs les résultats de cette étude mettent également en lumière une tendance à la baisse du taux de conversion, révélant le fait que les deux aspects - ici observés - de l'utilisation qui peut en être faite, sont inversement corrélés¹⁷³. Selon l'analyse des auteurs, cela confirme le fait que la mise en œuvre de mécanismes de découvrabilité est favorable à la découverte du produit par l'utilisateur, tout en permettant de valider également le constat selon lequel les utilisateurs ont généralement un objectif en tête dès lors qu'ils naviguent en ligne. En dépit du fait que de nombreuses limites à cette étude soient évoquées, cet article s'avère éclairant dans la mesure où il étudie les mécanismes de découvrabilité dans un contexte d'utilité publique, une dimension par ailleurs distinctive de la diffusion des produits culturels.

4.2 La découvrabilité développée en contexte canadien, un concept exclusif à la culture ?

Tel qu'évoqué précédemment, l'utilisation du vocable *découvrabilité* par les représentants du CRTC a fortement contribué à la « popularisation » du mot dans les

¹⁷² *Ibid.*, p. 34

¹⁷³ *Ibid.*, p. 35, figure 6

secteurs culturels locaux au pays. Ainsi introduite, la notion de découvrabilité a induit de multiples questionnements et fait l'objet de plusieurs efforts de définition.

Les travaux menés par Danielle Desjardins pour le FMC

C'est en 2016 que Danielle Desjardins, mandatée par le Fonds des médias du Canada (FMC)¹⁷⁴, s'est penchée sur la notion de découvrabilité, circonscrite volontairement au seul contenu audiovisuel¹⁷⁵. Dans le cadre d'une étude intitulée « Découvrabilité : vers un cadre de référence commun », l'auteure y décrit notamment un continuum en trois temps¹⁷⁶ (la découverte, le choix et l'accès), établi selon la logique d'une étude de marché, autrement dit en ciblant le consommateur et en visant l'objectif de consommation du contenu culturel numérique. À travers la volonté de construire un référentiel commun, susceptible de stimuler les discussions et les échanges quant aux enjeux de découvrabilité au sein des différents secteurs industriels concernés au pays, Danielle Desjardins évoque notamment le « renversement » qui s'est opéré au sein des chaînes de valeur, la rareté ne se rapportant plus aux contenus eux-mêmes – désormais très prolifiques - mais bel et bien à « l'attention » des consommateurs numériques, dorénavant objet de toutes les convoitises¹⁷⁷. Afin de structurer sa proposition, elle présente en outre un panorama tout-à-fait exhaustif des différentes composantes concernées : d'une part, les leviers institutionnels (réglementations) et industriels (innovations) et d'autre part ceux qu'elle détermine comme étant « les acteurs de la découvrabilité¹⁷⁸ », à savoir l'industrie des contenus audiovisuels et le

¹⁷⁴ Cette étude, consultable en ligne sur le site internet du FMC, est le fruit d'un financement conjoint du Fonds des médias du Canada (FMC), de l'Office national du film du Canada (ONF) et de Téléfilm Canada. Réalisée avec le soutien de CBC/Radio-Canada et de l'Observateur des technologies médias, elle présente également un second volet dédié au parcours de l'auditoire. Pour plus d'informations, consulter la section *Livres blancs et études* à l'adresse suivante, URL : <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/livres-blancs-et-etudes/>

¹⁷⁵ Desjardins Danielle (2016), *Découvrabilité : Vers un cadre de référence commun*, Fonds des médias du Canada, p. 9, URL : <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/blog/decouvrabilite-vers-un-cadre-de-referance-commun> (consulté le 14 juillet 2019)

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 49

¹⁷⁷ *Ibid.*, p. 15

¹⁷⁸ *Ibid.*, p. 8

public visé, de plus en plus friand de ces nouvelles technologies émergentes. En répertoriant ainsi les différentes parties prenantes ainsi que la complexité des enjeux auxquels elles sont confrontées, l'auteure démontre avec force la nécessité d'abstraction de la notion de découvrabilité ainsi que l'importance de parvenir à une définition conceptuelle de la découvrabilité.

Les travaux menés au sein de l'OCCQ

Face à la disponibilité et l'importance grandissante des données massives produites grâce aux progrès technologiques, l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec (OCCQ) a produit en 2017 une étude dédiée à l'usage des métadonnées par les industries culturelles québécoises. Ayant pour velleité de contribuer à l'amélioration des méthodes statistiques pour la société dans son ensemble et face à cette explosion de données disponibles (publiques et privées) dans l'univers numérique, l'OCCQ a en effet déterminé comme un enjeu fondamental, la capacité d'accès et de production de « métadonnées numériques¹⁷⁹ » de qualité pour parvenir à tirer profit de cette manne. En outre, cet aspect rejoint indubitablement l'enjeu majeur d'interopérabilité, précédemment évoqué dans le contexte de l'économie politique des réseaux, et constitue l'une des clefs de voûte de sa mise en œuvre et de son effectivité dans l'environnement numérique global. Considérons donc ici le fait que si la notion de découvrabilité est ici rapportée dans le seul contexte culturel, cette réalité est avant tout conjoncturelle et tient au fait que le

¹⁷⁹ Il s'agit de données normées destinées à décrire et spécifier les caractéristiques propres à chaque contenu numérique; si l'existence des métadonnées précède celle de l'environnement numérique – notices bibliographiques des livres, par exemple -, elles sont désormais généralement inscrites dans le domaine émergent du Web sémantique, qui vise à l'avènement d'un champ lexical commun, destiné à « étiqueter » et décrire les données et les éléments se rapportant à l'environnement informatique et numérique, dans le but de faciliter intrinsèquement leurs liens : on parle alors de données liées, rendues possibles par un langage commun. Pour en savoir plus, se référer notamment aux écrits de Tim Berners-Lee et *al.* (2001), "The semantic web", *Scientific American* 284/5, p. 28-37; Amit Sheth et Matthew Perry (2008), "Traveling the semantic web through space, time, and theme", *IEEE Internet Computing* 12/2: p. 81-86; David De Roure, Nicholas R. Jennings et Nigel Shadbolt (2003), "The semantic grid: A future e-science infrastructure", *Grid Computing-Making the Global Infrastructure a Reality*, p. 437-470.

secteur culturel est l'un des premiers à avoir été touché par l'explosion des usages de la technologie numérique au quotidien. Face à cette urgence, le secteur culturel apparaît ici comme faisant office de « laboratoire » destiné à l'avancement des savoirs et des bonnes pratiques, impérieusement nécessaires *in fine*, à la société québécoise dans son ensemble. Ainsi, l'OCCQ y définit la notion de découvrabilité dans les termes suivants :

« Capacité, pour un contenu culturel, à se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le cherche et à se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence¹⁸⁰ ».

Au-delà de cette caractéristique exclusivement culturelle, cette acception présente l'écueil de « personnifier » le contenu culturel, en lui accordant une « capacité » traditionnellement propre aux êtres vivants et non aux objets. Cette vision quelque peu réductrice ne permet donc pas de considérer l'action intelligente - qu'elle soit humaine ou artificielle - indispensable à tout processus, et par le fait même, en limite le potentiel d'observation.

Les travaux menés sous l'égide du ministère du Patrimoine canadien et de la Commission canadienne pour l'UNESCO

Une rencontre internationale dédiée à la diversité des contenus à l'ère numérique s'est déroulée à Ottawa en février 2019, sous l'égide du ministère du Patrimoine canadien et de la Commission canadienne pour l'UNESCO. Organisé dans l'objectif de stimuler les échanges et les discussions concrètes en réunissant, durant deux journées de réflexion, des spécialistes internationaux offrant une multitude de points de vue et de perspectives, cet événement prévoyait notamment la tenue d'un atelier intitulé « Création, accès et découvrabilité ». Les travaux et rapports qui en ont découlé apportent un éclairage supplémentaire sur l'importance de circonscrire la notion de

¹⁸⁰ Observatoire de la culture et des communications du Québec (2017), *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*, Institut de la statistique du Québec, p. 23, URL : http://www.bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01600FR_MetadonneesCulturel2017H00_F00.pdf (consulté le 14 juillet 2019)

découvrabilité, dans le contexte de l'engagement de la Commission canadienne pour l'UNESCO de mettre en œuvre tous les moyens disponibles pour favoriser l'application de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles ¹⁸¹. Là encore, si les cinq spécialistes universitaires réunis ont exprimé leur vision de la découvrabilité, dans le contexte spécifiquement culturel, aucune définition du mot n'a véritablement émergé sur le plan conceptuel. Il convient cependant d'évoquer ici les propos et idées les plus avancés, dans l'objectif annoncé en introduction du présent mémoire de procéder à un effort de définition et de conceptualisation de la découvrabilité.

Ainsi, Mira Burri aborde la question de la découvrabilité des contenus culturels locaux, régionaux et nationaux en ligne, en proposant une lecture cartographiée des obstacles à leur accès ainsi que des pistes de solution concernant de nouveaux outils destinés à orienter la recherche :

« [à propos de l'espace numérique/Internet] Un de ces défis a de sérieuses conséquences pour la diversité culturelle et concerne la découvrabilité de contenus locaux, régionaux et nationaux – c'est-à-dire la possibilité pour l'utilisateur individuel de trouver du contenu d'une qualité particulière et d'y avoir accès ¹⁸² ».

Face à la complexité de l'environnement médiatique et la rapidité des transformations observables, l'auteure relève notamment l'importance d'observer les dynamiques dans le temps long et d'en répertorier les évolutions, afin de parvenir à déterminer le « contenu de service public ¹⁸³ », tout en tenant compte de l'importance d'accéder à des contenus numériques canadiens établis selon une perspective canadienne, tant

¹⁸¹ Pour plus de détails sur la Convention de 2005 et l'avancement de sa mise en œuvre, consulter notamment le nouveau site web de l'UNESCO qui lui est spécifiquement dédié, URL : <https://fr.unesco.org/creativity/> (consulté le 14 juillet 2019)

¹⁸² Burri Mira (2019), « Découvrabilité de contenus locaux, régionaux et nationaux en ligne: Cartographie des obstacles à l'accès et possibilité de nouveaux outils d'orientation », *Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO*, p. 2, URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)

¹⁸³ *Ibid.*, p. 8

pour un auditoire canadien que pour l'ensemble des internautes¹⁸⁴. À cet égard, l'auteure revient sur la notion de découvrabilité en précisant qu'un tel contenu présente, entre autres caractéristiques intrinsèques, le fait d'être « découvrable et accessible » s'il souhaite atteindre son public. En résumé, si Burri exprime à plusieurs reprises l'importance de la découvrabilité, elle étudie plus particulièrement la question de la diversité et de l'accès à des contenus dont elle estime qu'il importe surtout d'appréhender les différents types, de manière différenciée¹⁸⁵.

Pour sa part, si Mazziotti - en étudiant la question spécifique de la rémunération des créateurs de contenus diffusés dans l'espace numérique¹⁸⁶ - n'utilise à aucun moment l'acception « découvrabilité », il explique toutefois certaines mécaniques à l'œuvre dans le contexte des marchés numériques, qui s'avèrent intéressantes à explorer dans le cadre de ce mémoire, car indéniablement liées à l'enjeu de découvrabilité. Ainsi, dans le chapitre 3 portant sur les défis économiques observés et la diversité des œuvres rendues disponibles en ligne, notamment dans le contexte des services de contenu sur demande, l'auteur précise :

« Du point de vue de la diversité du contenu mis à la disposition du public, le fonctionnement des plateformes de contenus sous licence exacerbe les inégalités préexistantes en matière de succès et de distribution des œuvres [...] Néanmoins, pour les œuvres telles que les films et les émissions de télévision, un modèle essentiellement territorial de diffusion en ligne, tant pour les services de téléchargement que de diffusion en continu, facilite l'accès à du contenu culturellement et linguistiquement divers. [...] Toutefois] Il est intéressant de noter que, compte tenu de leur capacité à remplacer en partie la diffusion télévisuelle et à rivaliser pour les mêmes auditoires, ces services en ligne ont commencé, dans certaines juridictions, à être assujettis à certaines des obligations traditionnelles des radiodiffuseurs titulaires de licence. Dans

¹⁸⁴ *Ibid.*, p. 15-16, note 52

¹⁸⁵ *Ibid.*, p. 9

¹⁸⁶ Mazziotti Giuseppe (2019), « Rémunération des créateurs de contenus dans l'espace numérique: défis, obstacles et un langage commun pour favoriser la viabilité économique et la diversité culturelle », *Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO*, 36 p., URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)

un environnement culturel et linguistique diversifié comme l'Union européenne, par exemple, les fournisseurs de services de vidéo sur demande sont tenus, en vertu d'une directive sur les médias récemment modifiée, de promouvoir la production et l'accès aux œuvres audiovisuelles européennes. Cela signifie que des entreprises telles qu'Amazon et Netflix devront apporter des contributions financières à la production de contenus européens [...], inclure une part minimale (30 %) d'œuvres européennes dans leurs catalogues et assurer une place importante à ces œuvres dans leurs offres¹⁸⁷ ».

En bref, l'auteur établit 3 caractéristiques déterminantes de la diffusion des produits culturels sur les grandes plateformes numériques, en lien avec la notion de découvrabilité : 1) si la diversité des contenus culturels accessibles au public semble souffrir d'un déficit accru à l'ère de la diffusion numérique en ligne, cette tendance n'en est pas pour autant nouvelle et préexistait d'ores et déjà dans les circuits de distribution et de diffusion traditionnels ; 2) la modélisation territoriale des catalogues rendus disponibles par ces plateformes transnationales sert toutefois le potentiel de diffusion des produits culturels numériques locaux, tout en leur offrant la possibilité supplémentaire d'une diffusion de portée mondiale ; et 3) en s'inscrivant dans le même segment économique que les services traditionnels de diffusion télévisuelle et en augmentant leur part de marché quant aux auditoires visés, ces plateformes transnationales s'insèrent dans le cadre réglementaire propre aux radiodiffuseurs traditionnels et sont, à tout le moins théoriquement, tenus aux mêmes obligations.

Philip M. Napoli aborde quant à lui la question de la disponibilité et de la diversité des produits culturels diffusés numériquement et rendus disponibles tant au niveau local, que régional ou national. Là encore, l'auteur n'aborde pas de front la question de la découvrabilité mais en proposant de revisiter le principe de la *longue traîne*, il relève le fait - à l'instar de Mazziotti - que la diffusion en ligne augmente la disponibilité et la consommation de produits culturels diversifiés, tout en répertoriant

¹⁸⁷ *Ibid.*, p. 12-13

plusieurs barrières institutionnelles susceptibles de renverser cette tendance¹⁸⁸. Il insiste notamment sur l'importance de parvenir à une définition consensuelle de la découvrabilité, qu'il détermine comme l'un des enjeux fondamentaux auquel la recherche doit s'attarder :

« [...] nous devons en savoir beaucoup plus sur la façon dont les auditoires interagissent avec les systèmes de recherche et de recommandation des plateformes numériques, la dynamique de la navigation, la façon dont l'utilisation de ces systèmes diffère chez différents groupes démographiques et la mesure dans laquelle tout préjugé intégré à ces systèmes a effectivement une incidence sur les comportements. Ces recherches pourraient aussi explorer la question essentielle à savoir à quel point ces systèmes stimulent ou nuisent à la demande de contenu diversifié. Le travail dans cette direction peut tirer profit du concept central, mais encore vaguement défini, de la découvrabilité qui est au cœur des préoccupations à l'égard des perspectives du contenu national sur les marchés internationaux et les plateformes médiatiques mondiales¹⁸⁹ ».

Enfin McKelvey et Hunt, dont le titre de l'article - *Discoverability: Toward a Definition of Content Discovery Through Platforms* – laissait pourtant présager une réflexion plus aboutie sur le plan conceptuel, s'illustre finalement davantage pour l'intérêt qu'il représente à viser l'objectif d'établir un cadre d'analyse destiné à étudier la nature des processus de découverte de contenu qui ont cours sur les plateformes. Les auteurs y déterminent notamment trois dimensions pertinentes à relever, à savoir : 1) la conception et la gestion du choix des interfaces par les plateformes ; 2) les chemins empruntés par les utilisateurs pour trouver un contenu ; et enfin 3) les « vecteurs », à savoir les effets produits par ces choix, afin d'en

¹⁸⁸ Napoli Philip M. (2019), *Diversité de contenus à l'ère numérique : découvrabilité de contenu diversifié aux échelons local, régional et national*, Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO, p. 5, URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)

¹⁸⁹ *Ibid.*, p. 19

dégager les différentes expériences qui en résultent¹⁹⁰. L'objectif poursuivi dans cet article est donc de rendre compte de ces nouveaux processus, désormais dynamiques et personnalisés, dans le but d'ouvrir de nouvelles perspectives de régulation qui prendraient en considération le principe de « découverte de contenu » dans le cadre de la mise en œuvre d'une gouvernance des dites plateformes.

En reprenant notamment le concept de « flux » développé par Williams en 1974 pour analyser les médias en tant que forme culturelle¹⁹¹, les auteurs établissent un parallèle entre l'usage de la télécommande, à l'époque de l'âge d'or de la télévision, et les systèmes de recommandation qui ont cours aujourd'hui. Ils mettent en avant l'influence limitée des utilisateurs en termes de découverte de contenu, au-delà de l'apparente liberté de choix qui semble désormais s'offrir à eux. Ils mettent également en relief différents types de flux auxquels les utilisateurs sont aujourd'hui exposés en ligne, afin de différencier les multiples expériences de découverte de contenu sur les plateformes en ligne. Ils relèvent le fait que ces différents types de découvrabilité ainsi que la façon dont ils sont coordonnés, impactent autant la sphère des consommateurs que celle des créateurs de contenu, dans le sens où les plateformes en ligne sont aujourd'hui l'un des lieux de prédilection par lequel ils peuvent rejoindre leur public¹⁹². Ainsi, McKelvey et Hunt mettent en lumière les différenciations de coordination de chaque plateforme tel un pouvoir d'action, selon des interfaces à la fois uniques et analogues, dans la mesure où elles sont toutes dotées de composantes algorithmiques nécessaires, par exemple, aux systèmes de recommandation.

¹⁹⁰ McKelvey Fenwick et Robert Hunt (2019), *Discoverability: Toward a Definition of Content Discovery Through Platforms*, p. 1, URL : <https://doi.org/10.1177%2F2056305118819188> (consulté le 16 juillet 2019)

¹⁹¹ *Ibid.*, p. 2

¹⁹² *Ibid.*

Les travaux menés en 2016 par la Canadian Media Producers Association (CMPA)

L'étude *Canadian Content In A Digital World*, présentée par la CMPA au Ministère du Patrimoine canadien¹⁹³ en 2016, s'est illustrée par la volonté de procéder à une évaluation de l'environnement réglementaire canadien, dans le contexte de l'impact des changements liés au développement de l'environnement numérique au sein duquel les citoyens accèdent et consomment de plus en plus de contenus culturels. En relevant l'importance de pallier au risque de « déconnexion réglementaire » prégnant, cette étude recommande notamment, et en tout premier lieu, l'établissement d'une « stratégie nationale de découvrabilité¹⁹⁴ ». Sans toutefois définir plus avant le concept de découvrabilité, cette étude dresse un portrait exhaustif des réalités, enjeux et défis auxquels sont confrontés les secteurs industriels canadiens concernés : la pertinence des réglementations en vigueur tend à s'amoinrir dans un contexte où de nombreuses mutations structurelles ont cours, notamment l'apparition de multiples services transnationaux par contournement¹⁹⁵, opérant directement par le réseau Internet depuis l'étranger et ce, sans nécessité de recourir aux services des opérateurs traditionnels d'accès au réseau national, encore aujourd'hui soumis à des régulations quant à la distribution et à la diversité des contenus culturels proposés au public canadien (système de quotas). L'avènement et la prolifération de ces nouveaux canaux transnationaux non régulés créent ici un déséquilibre concurrentiel qui nécessite des ajustements réglementaires adaptés à l'expansion de ce nouvel écosystème transnational de diffusion des contenus culturels propre à l'environnement numérique, tant au niveau des usages de consommation qu'en regard des conditions de financement et de soutien à la production et à la diffusion des produits culturels locaux. Ces considérations apparaissent ici fondamentales à relever, dans le cadre de la présente démarche destinée à circonscrire le concept de

¹⁹³ Canadian Media Producers Association (novembre 2016), *Canadian content in a digital world*, CMPA submission to the Department of Canadian Heritage, 30p., URL : https://cmpa.ca/wp-content/uploads/2018/04/CMPA_Submission-CanadianContentInADigitalWorld-ONLINE.pdf

¹⁹⁴ *Ibid.*, p. 4

¹⁹⁵ *Over the top media service*, en anglais (OTT)

découvrabilité, car elles sont révélatrices des tensions qui s'exercent au niveau industriel et de l'importance de procéder à un réexamen des régulations existantes, dont l'objectif premier - ici présenté - tend à rejoindre les principaux enjeux auxquels le concept de découvrabilité semble être voué : disponibilité, accessibilité, diversité, pérennité.

4.3 La découvrabilité : gage de pérennité de la diversité des expressions culturelles en ligne

Le Québec et le Canada sont traditionnellement de fervents promoteurs de la diversité des expressions culturelles, tant au pays qu'à l'international : sur le plan institutionnel, tout d'abord, en plaçant dès 1957 la Commission canadienne pour l'UNESCO (CCUNESCO) sous l'égide du Conseil des Arts du Canada puis en recevant en son sein l'Institut de statistique de l'UNESCO¹⁹⁶.

Leur implication respective a notamment été notable dans le cadre des négociations internationales ayant mené à la signature de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles en 2005. En effet, la province du Québec, avec comme spécificité l'usage de la langue française et la reconnaissance d'une culture unique, bénéficie du statut de société distincte dans l'ensemble canadien et s'avère tout particulièrement proactive quant aux débats et avancées en la matière sur la scène internationale. Le gouvernement du Québec fut d'ailleurs le premier à entériné le texte de cette convention et le Canada le premier État à procéder

¹⁹⁶ L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), dont le Canada est l'un des membres fondateurs, est la seule agence spécialisée du système onusien dont l'architecture institutionnelle prévoit l'existence d'un réseau de commissions nationales destinées à soutenir son mandat (favoriser l'établissement et le maintien de la paix par la coopération internationale dans les domaines de l'éducation, de la science et de la culture); voir en ligne, URL : <https://fr.ccunesco.ca/a-propos> (consultés le 16 juillet 2019)

à sa ratification, suivi à ce jour par 144 pays ainsi que par l'Union européenne¹⁹⁷. C'est également dans ce contexte qu'en 2006 les deux paliers de gouvernement ont signé l'Accord Canada-Québec relatif à l'UNESCO¹⁹⁸, qui prévoit entre autre la participation active du gouvernement du Québec dans le cadre des travaux menés à l'UNESCO, en lui conférant un rôle de représentation permanente au sein de la délégation canadienne auprès de l'UNESCO à Paris et en lui assurant une accréditation diplomatique auprès de l'organisation¹⁹⁹.

Retenons ici, aux fins de ce travail documentaire, deux définitions fondamentales inscrites dans le texte de cette convention :

« [...] « Diversité culturelle » renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. [...] La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisés²⁰⁰ ».

« [...] « Activités, biens et services culturels » renvoie aux activités, biens et services qui, dès lors qu'ils sont considérés du point de vue de leur qualité, de leur usage ou de leur finalité spécifiques, incarnent ou transmettent des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale qu'ils peuvent avoir. Les activités culturelles peuvent être

¹⁹⁷ Gouvernement du Québec (mise à jour le 18 avril 2019), *La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Ministère des relations internationales et de la francophonie, URL : https://www.mrif.gouv.qc.ca/fr/relations-du-quebec/organisations-et-forums/repre_sentation-unesco/diversite-culturelle (consulté le 16 juillet 2019); il est à noter qu'à ce jour, les États-Unis ne sont pas Partie à cette Convention.

¹⁹⁸ Gouvernement du Canada (5 mai 2006), *Accord entre le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada relatif à l'organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)*, 3p., URL : <http://www.mrif.gouv.qc.ca/Content/documents/fr/unesco.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)

¹⁹⁹ *Ibid.*, p. 2

²⁰⁰ *Ibid.*, article 4, p. 14

une fin en elles-mêmes, ou bien contribuer à la production de biens et services culturels²⁰¹ ».

Cette convention internationale est considérée comme un instrument international de premier ordre dans la mesure où son texte prévoit des dispositions qui, face à la libéralisation des marchés, rejoignent la volonté des États Parties de réaffirmer leur droit à établir et mettre en œuvre des politiques culturelles; en reconnaissant la spécificité des activités et des biens et services culturels à l'égard des identités et des valeurs dont ils sont les vecteurs, la Convention de 2005 considère leur traitement (existence et circulation) au-delà de leur seule valeur marchande; elle prévoit en outre des mécanismes institutionnels vigoureux de coopération internationale, tel que le Fonds international pour la diversité culturelle destiné à protéger et promouvoir la diversité culturelle, ici reconnue dans le texte au titre de patrimoine commun de l'humanité²⁰².

Par ailleurs, la mise en œuvre de cette Convention a donné lieu à l'émission de Directives opérationnelles spécifiques à son déploiement dans l'environnement numérique. Approuvées en 2017 par la Conférence des Parties à la Convention, ces directives préconisent différentes mesures à prendre en compte à l'étape de la distribution/diffusion des œuvres culturelles en ligne. Relevons également le fait que le mot découvrabilité y est mentionné. Il s'agit principalement des mesures suivantes :

« [...] 16.1 - Encourager la diversité des médias numériques, y compris la multiplicité des distributeurs numériques de biens et services culturels et des acteurs du numérique (plateformes en ligne, fournisseurs d'accès à Internet (FAI), moteurs de recherche, réseaux sociaux), tout en garantissant la visibilité et la découvrabilité des contenus culturels nationaux et locaux ;

²⁰¹ *Ibid.*, p. 15

²⁰² UNESCO (20 octobre 2005), *La convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, p. 1, URL : https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246264_fre?posInSet=2_&queryId=6d9361d8-0353-4140-ae3a-f2b7e2341320 (consulté le 16 juillet 2019)

[...] 16.2 promouvoir le dialogue entre opérateurs privés et autorités publiques afin de valoriser une plus grande transparence dans la collecte et l'utilisation des données qui génèrent des algorithmes, et encourager la création d'algorithmes qui assurent une plus grande diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique et qui favorisent la présence et la disponibilité d'œuvres culturelles locales ;

[...] 16.7 promouvoir la coopération entre les plateformes en ligne (vidéo, audio et autres agrégateurs) et les titulaires des droits relatifs à ces biens et services (y compris des accords de licences et le déploiement d'outils techniques) pour améliorer la distribution en ligne des biens et services culturels et mieux trouver les contenus diffusés²⁰³ ».

En résumé, la notion de découvrabilité telle que recensée jusqu'ici, tend à se démarquer à travers des caractéristiques qui suggèrent de la considérer comme une « boîte à outils » régulatrice, susceptible de garantir avec prédilection tant la promotion que la protection de la diversité des expressions culturelles; en d'autres mots, une mesure culturelle telle que la mise en œuvre de « mécanismes de découvrabilité » est à même de s'illustrer tel un gage de pérennité de la diversité des expressions culturelles, y compris dans le cadre d'un marché numérique globalisé²⁰⁴.

4.4 Effort de définition et de conceptualisation

Comme il a été possible de l'observer précédemment, c'est essentiellement dans le contexte de la littérature anglophone que le vocable *discoverability* a été

²⁰³ UNESCO (2017), *Directives sur le numérique. Directives opérationnelles sur la mise en œuvre de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique*, 11 p., URL : https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital_guidelines_fr_full-2.pdf (consulté le 16 juillet 2019)

²⁰⁴ Retenons également ici la définition énoncée dans la Convention de 2005 à propos des politiques et mesures culturelles, notamment la fin, en surbrillance pour les besoins de ce rapport : « [...] renvoie aux politiques et mesures relatives à la culture, à un niveau local, national, régional ou international, qu'elles soient centrées sur la culture en tant que telle, ou destinées à avoir un effet direct sur les expressions culturelles des individus, groupes ou sociétés, **y compris sur la création, la production, la diffusion et la distribution d'activités, de biens et de services culturels et sur l'accès à ceux-ci.** »; *Ibid.*

exploré. Il apparaît plutôt réducteur et inopportun, face à ce constat, de chercher à définir la découvrabilité comme étant propre au domaine culturel ou à la réalité canadienne, et ce en dépit des récents travaux menés au pays en la matière. À la lumière de la revue de littérature ici menée, il apparaît davantage pertinent d'élargir – à tout le moins – son champ d'application à l'ensemble des contenus originaux présents *en ligne* et favorables à la distinction des sociétés québécoise et canadienne dans l'environnement numérique mondial, et ce quelle que soit leur nature : culturelle, académique ou encore reconnue d'utilité publique par exemple. Cela étant dit, dans le but de rejoindre l'effort de conceptualisation indispensable à la démarche de recherche attenante à ce mémoire, voici la définition proposée :

La découvrabilité est un processus incrémentiel de régulation propre à l'espace numérique, défini par trois niveaux d'action : faible, moyen et avancé, chacun de ces niveaux déterminant la nature des mécanismes à mettre en œuvre pour y parvenir. Dans le contexte spécifique de la production de biens et services culturels en ligne, le concept de « découvrabilité culturelle » sera privilégié et renverra à l'importance d'encadrer à la fois la création artistique, la production, la diffusion et l'accès à ces biens et services, dans le respect des termes énoncés dans la Convention de 2005 de l'UNESCO, tel un gage de pérennité de la diversité des expressions culturelles à l'échelle globale.

Une telle définition permet de considérer la découvrabilité comme un mode de régulation à déployer dans l'environnement numérique. Plus spécifiquement, la *découvrabilité culturelle* pourrait s'avérer un outil de régulation probant, tel un socle idéal à partir duquel développer/programmer des mécanismes efficaces de contrôle et de garantie du respect de la diversité culturelle, dans le contexte de la diffusion/distribution des produits culturels audiovisuels numériques. Le prochain et dernier chapitre de ce mémoire porte ainsi le dessein de parvenir à

déterminer sa pertinence dès lors qu'elle est mise en pratique et confrontée à la trajectoire d'acteurs économiques transnationaux tels que Netflix Inc. qui - pour l'heure - parviennent à faire fi de tels engagements, en bénéficiant notamment d'une situation concurrentielle asymétrique qui conforte chaque jour un peu plus leur présence « dérégulée » au pays.

CHAPITRE V
ÉTUDE EMPIRIQUE EXPLORATOIRE DEPUIS LA PLATEFORME
NETFLIX

Si les chapitres II et III de ce mémoire, consacrés à l'étude des trajectoires institutionnelles de l'agent économique Netflix Inc. au Québec et au Canada, ont permis d'étudier les lignes de tension structurelle exercées sur l'agencement du mode de régulation dédié à la pérennité de nos industries créatives, le cadre théorique retenu a mis en lumière un contexte de régulation complexe et plus enchevêtré que jamais, qui demeure pourtant inopérant face à la pénétration d'acteurs transnationaux, tels que ces plateformes d'intermédiation, qui contribuent à redéfinir autant les usages que les processus industriels d'une diffusion désormais numérique de la culture au pays. Le chapitre IV, visant l'objectif de parvenir à une définition conceptuelle robuste de la découvrabilité, a permis d'en démontrer tout l'à-propos et se veut une introduction à la démonstration empirique qui s'ensuit, dans la mesure où l'hypothèse de recherche de ce mémoire questionne la pertinence de considérer la *découvrabilité culturelle* comme un outil fondamental de réajustement numérique du mode de régulation. Dans un tel contexte de tensions structurelles et face à l'absence criante de données probantes pour procéder, le mandat pour lequel le Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique (LATICCE) a été créé, revêt tout son sens : la création d'un indice de découvrabilité (programme de recherche sur 3 ans, destiné au développement et à la construction de l'indice). Autrement dit et de manière complémentaire à l'hypothèse de recherche soutenue dans ce mémoire, les travaux menés au sein du LATICCE vont donc plus loin en déclinant le concept de découvrabilité comme un mécanisme numérique effectif (un indice) de régulation culturelle des plateformes transnationales de diffusion numérique; la pertinence de l'une renforçant mutuellement celle de l'autre, dans le contexte d'un réajustement inéluctable des formes institutionnelles qui composent notre mode de régulation.

5.1 Protocole de recherche du LATICCE et précisions méthodologiques

Intitulé « À la découverte des variables », le protocole de recherche établi par le LATICCE vise donc pour objectif de développer un indice de découvrabilité des produits culturels numériques locaux (PCNL) sur les principales plateformes numériques transnationales d'écoute en ligne (PNEL), afin de déterminer l'offre de contenu proposée à l'aune des catalogues rendus disponibles aux internautes.

Considérant cet indice de découvrabilité comme étant la variable dépendante, l'équipe de recherche du LATICCE s'attelle, dans la phase 2 de sa démarche, à identifier les variables indépendantes nécessaires à la construction d'un outil de mesure dédié spécifiquement à l'offre de contenu et propose à cet égard de jalonner le concept de découvrabilité d'après trois éléments fondamentaux : la présence (P), la visibilité (V) et la recommandation (R)²⁰⁵.

Les réflexions méthodologiques menées par l'équipe à cet égard ont permis de déterminer le fait que si la mesure de la présence (P) s'avère relativement rudimentaire (application d'un mode binaire), les mesures inhérentes à la visibilité (V) et la recommandation (R) s'avèrent davantage complexes et fastidieuses à mettre en œuvre. C'est dans ce contexte que le protocole de recherche ici présenté²⁰⁶, prévoit dans sa phase 2 une expérimentation en ligne depuis les PNEL, afin de déterminer la pertinence des différentes variables à considérer, par le biais d'une observation préliminaire de chacune des plateformes retenues (*Netflix*, *Amazon Prime Video* et *Google Play*), et d'en établir les indicateurs probants.

²⁰⁵ LATICCE (2017), « À la découverte des variables », protocole de recherche, Projet de recherche actions concertées FRQSC-MCC, document interne au LATICCE; informations générales également disponibles sur le WIKI UQAM du LATICCE, dernière modification le 12 avril 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41076494> (consulté le 16 juin 2019)

²⁰⁶ Ce protocole de recherche a spécifiquement été établi dans le cadre des travaux de recherche menés sous la responsabilité de Jean-Robert Bisailon, codirecteur du LATICCE pour le secteur de l'enregistrement sonore et dont les travaux menés au sein du LATICCE sont, à ce jour, les plus avancés.

En effet, lors de la phase 1 de l'étude, qui s'est déroulée durant l'année 2018, les travaux de recherche menés depuis la plateforme en ligne *Netflix* par l'équipe de Martin Tétu, codirecteur du LATICCE pour le secteur audiovisuel et mon superviseur dans le cadre de la collecte de données subséquente, ont dans un premier temps permis de tester l'indicateur de présence (P) par le biais d'un outil de collecte automatisée et de traitement de données par API (*Application Programming Interface*). À cet effet, les tests informatiques ont été réalisés d'après deux listes de référence : tout d'abord la liste des 29 films québécois produits en 2016 ainsi que la liste complète (1985-2018) des films produits au Québec. À partir de la construction de deux sous-indices, (P1) qui révèle l'absence/présence du PCNL sur *Netflix* et (P2) qui reflète le PCNL présent dans le catalogue proposé en ligne par *Netflix* ainsi que le ratio de présence des listes de référence québécoises retenues pour l'étude depuis l'ensemble du répertoire mondial (critères d'année de parution et de catégorie de contenus similaires), cette méthode de captation automatisée et par simulation d'utilisateur à travers une interrogation par mots-clés, a permis de vérifier la disponibilité réelle des PCNL québécois sur la plateforme *Netflix*²⁰⁷.

Les résultats issus de cette phase 1 du protocole de recherche sont à la fois probants et inquiétants ; en effet, ils ont permis de démontrer l'absence « chronique » des PCNL québécois dans les catalogues mis à disposition du public par Netflix Inc²⁰⁸. Cette partie de l'étude a notamment permis de confirmer le fait que Netflix Inc. applique un

²⁰⁷ LATICCE (4 octobre 2018), « Bilan collecte et audiovisuel », document interne.

²⁰⁸ En effet, les résultats observés et recueillis d'après le sous-indice (P1) au printemps 2018 démontrent qu'aucun film québécois inscrit sur la liste de référence de 2016 n'est présent sur la plateforme en ligne *Netflix*, tant au Canada qu'en France, tandis que la recherche empirique menée depuis les plateformes en ligne *Itunes* et *YouTube*, seuls 10 et 19 films québécois y étaient respectivement présents. La seconde phase de cette démarche empirique depuis le sous-indice (P2) préétabli (captation quotidienne et automatisée durant la période puis codage manuel) a pour sa part permis de déterminer le fait que seulement 4 films et 5 séries TV québécois ont été accessibles de manière constante sur la plateforme *Netflix* au Canada. Pour connaître l'ensemble des résultats de recherche inhérents à la phase 1 du protocole de recherche : LATICCE (2017), « Accueil LATICCE », disponible sur le Wiki UQAM, dernière modification le 8 janvier 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/display/CEIMLAT/Accueil+LATICCE> (consulté le 5 août 2019)

catalogue différencié selon la zone géographique où s'établit la connexion de l'utilisateur avec la plateforme en ligne *Netflix*.

En l'état, chacune des plateformes étant définie par des spécificités et des caractéristiques qui lui sont propres, cette démarche exploratoire nominale validée par un codage manuel - plateforme après plateforme – s'est en effet révélée indispensable pour consolider et unifier l'ensemble de la démarche méthodologique subséquente et ce, à partir de données primaires²⁰⁹.

Questions de recherche inhérentes à la phase 2

Tel que précisé au chapitre I du présent mémoire, cette étude empirique exploratoire s'insère dans la phase 2 du programme de recherche établi au LATICCE à savoir :

« [...] perfectionnement et généralisation de la méthode de recherche pour les autres plateformes et harmonisation des indicateurs retenus. Le tri, la sélection et les analyses des données les plus représentatives et fiables seront également effectués afin de mesurer la présence, la visibilité et la recommandation des contenus québécois.²¹⁰ »

Parmi les cinq questions de recherche établies par ce protocole²¹¹, deux ont été retenues pour ce mémoire :

- Quelle est la part des œuvres québécoises visibles immédiatement après l'inscription, sans que les utilisateurs aient interagi avec les PCNL ?

²⁰⁹ *Ibid.*

²¹⁰ LATICCE (2017), « Programme de recherche établi par Michèle Rioux et financé par le FRQSC-MCC actions concertées », p. 7, *WIKI UQAM espace LATICCE*, disponible en ligne, URL : [https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41087861&preview=/39160136/46631343/FROSC2017_demandedfinale_VF%20\(1\).docx#space-menu-link-content](https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41087861&preview=/39160136/46631343/FROSC2017_demandedfinale_VF%20(1).docx#space-menu-link-content) (consulté le 16 juin 2019)

²¹¹ Nous retenons ici, pour les besoins de ce mémoire et en correspondance avec les relevés empiriques effectués durant la période indiquée, les questions de recherche n° 1 et n° 4 formulées dans le protocole commun aux différents pôles de recherche en cours au LATICCE (secteur de l'enregistrement sonore, secteur de l'audiovisuel et secteur du livre). Pour connaître l'ensemble des questions formulées dans le protocole de recherche : *Ibid.*, p. 1

L'objectif visé est de déterminer si les algorithmes de recommandation tiennent compte dès le départ de la localisation des utilisateurs et des préférences indiquées (ou non) lors de l'inscription.

- Lorsque deux utilisateurs ont des comportements distincts, l'un amateur de films et séries TV québécois et l'autre, amateur de produits culturels issus de la culture populaire américaine, quelle est la part des PCNL québécois visibles par chacun d'entre eux et quelle est la part des œuvres qui se retrouvent systématiquement sur les deux profils ?

Il s'agit ici de déterminer dans quelle mesure il est possible pour un internaute québécois friand de culture populaire américaine, de se faire « proposer » des PCNL (niveau de découvrabilité).

Le protocole de recherche du LATICCE définit 3 étapes de vérification nécessaires à la réalisation de cette phase exploratoire :

1. établir la variabilité de l'offre initiale promue par *Netflix*, en fonction de l'âge, du sexe et de la localisation ;
2. procéder à l'inscription en ligne de deux profils utilisateurs « jumelles » (caractéristiques socioéconomiques identiques, 2 femmes dans la vingtaine) afin de tester si l'offre de contenu proposée est similaire ou se différencie malgré des profils rigoureusement identiques ;
3. procéder à l'inscription en ligne de 2 *persona* différenciées, après réinitialisation selon les réglages d'usine des ordinateurs mobilisés²¹².

La présente étude de cas relève et s'insère dans cette troisième et dernière étape de vérification.

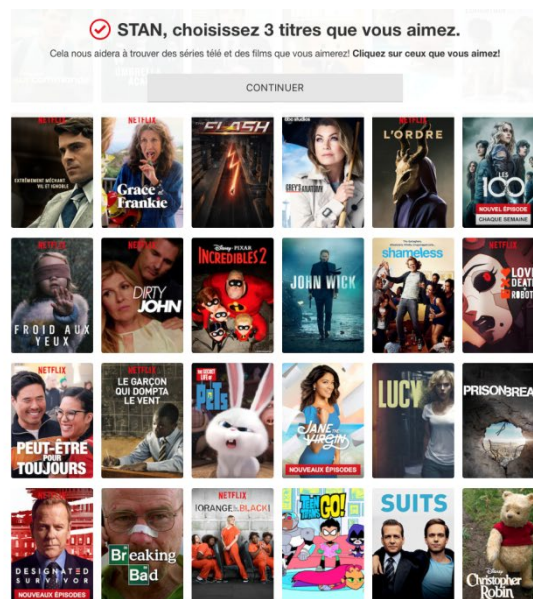
²¹² LATICCE (2017), « À la découverte des variables », protocole de recherche, Projet de recherche actions concertées FRQSC-MCC, document interne au LATICCE; informations générales également disponibles sur le WIKI UQAM du LATICCE, dernière modification le 12 avril 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41076494> (consulté le 16 juin 2019)

C'est donc à partir de ces deux questions principales [et de la méthodologie déjà éprouvée lors de l'élaboration de la phase 2 de la recherche dédiée au secteur de l'enregistrement sonore] que 2 *persona* différentes (Stan et Laticcia) ont été créées pour effectuer ces relevés empiriques :

1. Stan représente un jeune homme québécois dans la trentaine, passionné par les productions américaines et notamment les films et séries TV de super-héros (*mainstream*).
2. Laticcia représente une jeune femme québécoise, également dans la trentaine, qui affectionne particulièrement les productions québécoises et cherche à les visionner.

Ces 2 *persona* ont ainsi été créées sur la plateforme en ligne *Netflix*, à partir des infrastructures du LATICCE et dans le contexte d'une connexion internet établie depuis le réseau de l'UQAM. Lors de la création de ces deux profils, il a été prévu de ne pas identifier de préférences à l'inscription, dans le cas où la PNEL autoriserait la possibilité de ne pas s'y soumettre. En l'occurrence, ce fut le cas de *Netflix*.

Illustration 1 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 3 juillet 2019



5.2 Relevés empiriques exploratoires sur la plateforme en ligne *Netflix*

L'étude empirique s'est déroulée sur une période de 9 semaines, à raison de 2 relevés par semaine, du 3 juillet 2019 au 30 août 2019. Seule la première semaine (création des 2 *persona* + premières observations générales de la plateforme) a fait l'objet de relevés empiriques durant 3 journées consécutives. Tel qu'indiqué précédemment, chaque PNEL propose des interfaces et des fonctionnalités particulières et différenciées, ce qui a nécessité une application méthodologique singulière ; cette étape initiale s'est avérée indispensable et a notamment permis de définir plus précisément les hypothèses de travail préétablies pour tester les indicateurs (V) et (R) : cette première exploration de *Netflix* visait donc l'objectif de se familiariser avec les spécificités de cette PNEL (présentation, fonctionnalités, types de contenu), afin de procéder à la sélection de variables pertinentes destinées à assurer des observations probantes. L'étude s'inscrit donc dans une logique de comparaison des deux *persona* différenciées ainsi créées.

Cette première phase de l'étude empirique a notamment permis de déterminer le fait que *Netflix* présente et ordonnance les produits culturels présents dans le catalogue proposé de la manière suivante : 1) possibilité d'accès différencié selon s'il s'agit d'un film ou d'une série TV par le biais de sous-onglets (première catégorisation) ; 2) multiples catégories proposées (plus d'une trentaine) sur la page d'accueil.

Concernant ces dernières et après analyse et discussion au sein de l'équipe de recherche, il a été décidé de les regrouper selon quatre orientations : 1) contenus originaux de *Netflix*, 2) genre, 3) ligne éditoriale et enfin 4) contenu personnalisé. Afin de parvenir à référencer chacune des catégories proposées par *Netflix* selon ces 4 orientations (notamment les deux dernières plus difficilement différenciables), nous avons considéré le contexte de classement/renommée (*ranking*) de chacune des catégories concernées. Par exemple, les catégories, telles que « Succès éprouvé », « Films acclamés par la critique », ou encore « Films primés » ont ainsi été retenues,

tandis que celles n'évoquant aucunement cette dimension de *ranking*, telles que « À dévorer en une fin de semaine » ou encore « Films basés sur la vraie vie » ont été rattachées à l'orientation « genre ».

Plus spécifiquement donc, et suite à cette première phase de découverte des interfaces et fonctionnalités proposées par *Netflix*, les quelques hypothèses d'observation suivantes ont été formulées pour baliser cette étude de cas :

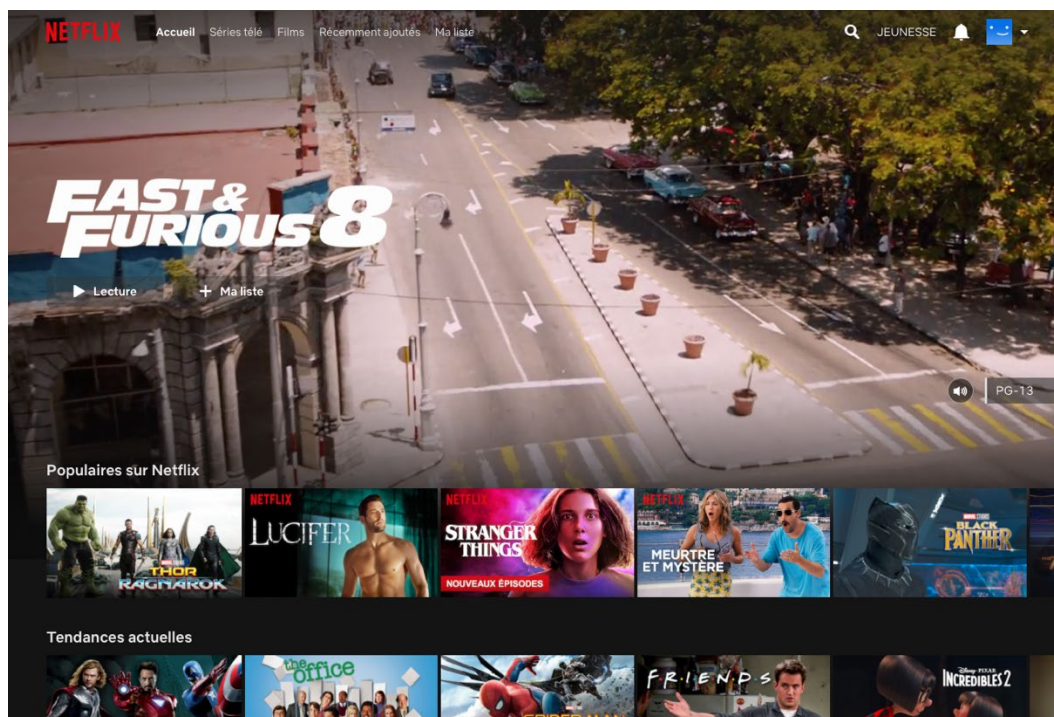
- Est-ce que les catégories proposées sur la page d'accueil de *Netflix*, sont initialement identiques, d'un profil à l'autre ?
- Si tel n'est pas le cas, comment se différencient-elles ?
- Quel est l'impact de la géolocalisation sur le catalogue mis à disposition par *Netflix* au Québec?
- Dans quelle mesure la recommandation (R) intervient-elle sur la mise en visibilité (V) des catégories/produits culturels proposés ?
- Peut-on déterminer quel est le temps de réactivité de la plateforme (algorithme de recommandation) pour ajuster les catégories/produits culturels proposés au fur et à mesure des connexions établies avec la plateforme et au gré des interactions et des visionnements de chaque *persona* ?
- Est-ce que le fait de visionner dans son entièreté (ou non) le produit culturel sélectionné, affecte la réactivité algorithmique de la plateforme ?
- Laticcia, qui cherche à visionner des PCNL y parvient-elle ?
- Stan, qui ne cherche pas *a priori* à visionner des PCNL s'en fait-il proposer ?

L'étude a ainsi été réalisée par le biais de captures d'écran depuis *Netflix* et de manière simultanée pour les 2 *persona*. Une attention particulière a également été accordée, lors de chacun de ces relevés et des visionnements effectués, à la disponibilité des produits culturels en langue française ou en version sous-titrée en français.

5.2.1 Présentation des données collectées

D'emblée et systématiquement, dès le haut de la page d'accueil, un produit culturel est proposé aux internautes, en version large :

Illustration 2 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 5 juillet 2019



Dans un second temps, l'usage de multiples catégories proposées par *Netflix* pour ordonnancer et différencier l'offre de contenu offerte à chaque internaute (personnalisation) depuis son catalogue nous a particulièrement interpellés. Nous avons donc cherché à mettre en lumière les changements apportés par *Netflix* à cet ordonnancement, à quelle fréquence ces changements ont lieu et ce, dans l'objectif de parvenir à dégager des tendances.

Passée la première semaine d'observation exploratoire de la plateforme, nous avons donc procédé à douze relevés empiriques réguliers à raison de deux fois par semaine jusqu'à la fin de l'étude²¹³.

D'une manière générale et systématique, nous avons procédé par captures d'écran successives de la page d'accueil (nécessité de faire défiler - *scrolling* - plusieurs fois la page d'accueil pour parvenir à capturer l'ensemble des catégories proposées par *Netflix* à chaque internaute) à deux moments distincts : 1) dès l'ouverture du compte *Netflix* de chacune des *persona*, et 2) juste avant de fermer l'application *Netflix*, après avoir interagi avec la plateforme.

À chaque journée durant lesquelles ces captations ont été faites, chacune des *persona* a visionné - au minimum - un ou plusieurs produits culturels selon les préférences désignées au préalable (qu'il s'agisse de films long-métrage ou d'épisodes de Séries TV). Il est toutefois à noter que durant les 3 premières semaines de relevés, le visionnement des titres sélectionnés n'a pas été réalisé dans son intégralité : des « sauts » ont été effectués, dans le cas de films annonçant par exemple plus de 2h d'écoute. Cependant, dans l'objectif de tester l'impact d'une telle procédure, les semaines suivantes ont fait l'objet de visionnements au complet et il nous a dès lors été possible de constater que la plateforme (et son algorithme) apparaissait plus réactive. Nous avons dès lors validé ce choix méthodologique jusqu'à l'issue de l'étude, le 30 août 2019.

Si la *persona* Stan n'a pas eu le besoin ou la nécessité d'utiliser les fonctionnalités « rechercher » ou encore *Séries TV* et *Films* - qui proposent respectivement un sous-

²¹³ Ces relevés empiriques ont été effectués sur *Netflix* à partir des 2 *persona* créées, depuis 2 ordinateurs indépendants (connexion internet partagée) et de manière simultanée, les 9, 11, 16, 19, 26 et 31 juillet 2019 ainsi que les 7, 9, 14, 16, 23 et 30 août 2019. Je tiens ici à remercier chaleureusement Hector Benito Torres Parra, collègue étudiant-chercheur au LATICCE, dont la participation active a permis le travail en binôme tout au long de cette étude de cas.

onglet *genres* - pour trouver du contenu suscitant son intérêt, tel ne fut pas le cas pour Laticcia, qui dès la création du profil sur la plateforme, a dû procéder ainsi.

De façon relativement stable, on a pu constater le fait que 38 catégories sont systématiquement proposées aux internautes depuis la page d'accueil. Par contre, il est apparu très rapidement que l'ordonnancement de ces catégories ainsi que le titre des catégories proposées se trouvaient modifiés, plus souvent qu'autrement, entre chacune journée de captation. Les différences qui ont pu être relevées entre les captures d'écran effectuées à l'ouverture de l'application et celles effectuées juste avant la fermeture de l'application, et ce le même jour, se sont avérées peu significatives au niveau de la répartition par orientation, tel que l'indiquent les relevés effectués du 26 juillet au 30 août 2019 dans le tableau ci-dessous.

Tableau 4 – Classification des catégories proposées sur *Netflix*, selon les 4 orientations définies

Date	STAN				LATICCIA			
	Contenu original Netflix	genre	éditoriales	perso. STAN	Contenu original Netflix	genre	éditoriales	perso. LATICCIA
19/07/2019	10	17	6	5	1	27	4	6
26/07/2019	16	13	6	3	1	27	4	6
26/07/2019	16	13	6	3	1	27	4	6
31/07/2019	11	17	5	5	1	25	6	6
31/07/2019	11	17	5	5	1	25	6	6
07/08/2019	1	22	7	8	0	25	6	6
07/08/2019	1	22	7	8	1	25	6	6
09/08/2019	0	24	9	5	1	28	5	4
09/08/2019	0	24	9	5	1	28	5	4
14/08/2019	1	22	10	5	1	25	10	2
14/08/2019	1	22	10	5	1	25	8	4
16/08/2019	1	21	9	7	1	25	8	4
16/08/2019	1	20	9	8	1	25	8	4
23/08/2019	1	25	10	2	1	27	7	3
23/08/2019	1	25	9	3	1	27	7	3
30/08/2019	1	24	8	5	1	26	8	3
30/08/2019	1	24	8	5	1	26	8	3

Par contre, plusieurs différences notables ont été remarquées dans l'ordonnancement, l'orientation ou le nom des catégories proposées par la plateforme, notamment depuis la *persona* Laticcia, qui recherchait activement à visionner du contenu local (le champ de recherche ayant été toutefois rapidement élargi aux productions francophones en général, dans un contexte où le catalogue des PCNL québécois proposés par *Netflix* demeure négligeable. Ce fut respectivement le cas lors des relevés empiriques du 14 août 2019 pour Laticcia, et ceux du 16 août 2019 pour Stan. Les changements y ont été significatifs, à la fois dans le cadre de la comparaison entre ces journées d'observation (pour les 2 *persona*) mais également entre les relevés effectués durant la même journée (à l'ouverture et avant la fermeture de la plateforme, après visionnement). Cette même observation a émergé de la comparaison entre les captures d'écran réalisées les 23 août et 30 août 2019, mais uniquement sur le profil de la *persona* Stan.

Il est à noter que les relevés effectués avant le 14 août 2019 (durant les 5 premières semaines d'étude) n'ont pas permis de dégager de changements significatifs à cet égard.

Il a également pu être constaté que certaines catégories sont « stables » dans la mesure où elles sont présentes à chaque relevé, et seul l'ordonnancement de ces catégories présente des variations. C'est le cas pour les catégories suivantes :

- Tendances actuelles
- Reprendre avec le profil (Stan / Laticcia)
- Meilleurs choix pour (Stan/Laticcia)
- Nouveautés
- Contenus originaux de Netflix
- Parce que vous avez visionné (+ le titre de l'œuvre visionnée, concernée)
- Populaires sur Netflix

Plusieurs autres captures ont également été effectuées d'après ce modèle, mais depuis l'accès aux fonctionnalités proposées par la plateforme, à savoir *Film*, d'un côté et *Séries TV* de l'autre, afin d'observer la teneur et l'évolution des catégories énoncées par *Netflix* depuis ces onglets plus spécifiques²¹⁴. À cet égard, les relevés effectués ont démontré très peu de changements, en comparaison de ceux observés sur la page d'accueil. Fait à noter toutefois, le nombre total de catégories proposées par *Netflix* depuis ces 2 fonctionnalités est de 19 (et non 38, comme c'est le cas sur la page d'accueil).

Aussi, il a pu être observé et ce, uniquement sur le profil de Laticcia [friande de PCNL québécois] l'apparition d'une catégorie « Célébrons les Canadiens » sur la page d'accueil à compter du 9 juillet 2019 (6 jours seulement après la création du compte sur la plateforme) et après visionnement de 3 films canadiens, issus d'une sélection par les genres proposée depuis la fonctionnalité *Films*, à savoir ceux intitulés « canadien » et « international ».

Enfin, concernant la disponibilité des produits culturels en langue française ou en version sous-titrée en français, les relevés ont généralement démontré un véritable problème (au sens de la Loi 101) dans le cadre de l'offre proposée sur la plateforme *Netflix*. Cet aspect sera davantage développé dans la partie subséquente mais citons toutefois, dès maintenant, l'exemple le plus frappant qu'il nous a été donné de relever : lorsque la *persona* Stan a sélectionné le film *Bon cop, bad cop 2* pour visionnement (suite à une suggestion faite par *Netflix* depuis la page d'accueil), il s'est avéré que la première scène du film se situant à Montréal, comporte des dialogues à la fois en langue française et en langue anglaise. Nous avons dès lors pu constater que le film était sous-titré en anglais, pour les portions de dialogue délivrées

²¹⁴ Il est à noter que deux autres fonctionnalités sont également mises à disposition des internautes, à savoir *Récemment ajoutés* et *Ma liste*, toutefois ces fonctionnalités ont été écartées de l'étude à cette étape de la recherche.

en langue française, tandis que les dialogues en anglais ne faisaient l'objet d'aucun sous-titrage en langue française.

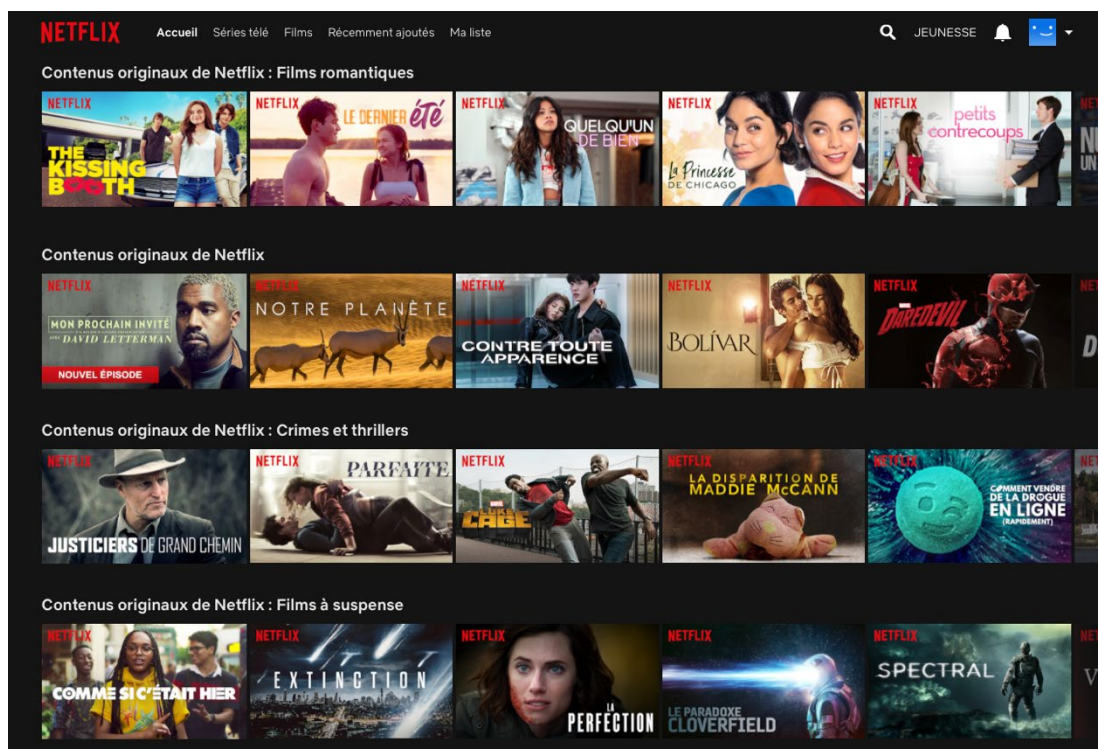
5.2.2 Analyse qualitative et limites de l'étude

D'une manière générale, il a été possible de constater une réactivité différenciée de *Netflix*, selon les deux *persona*. À cet égard, les résultats démontrent le fait qu'il a semblé beaucoup plus « ardu » pour la plateforme (et son algorithme) de proposer des choix cohérents depuis le profil Laticcia, en comparaison avec ceux proposés à la *persona* Stan. La richesse (ou non) du catalogue proposé par Netflix Inc. au Québec, quant à la disponibilité de PCNL sur sa plateforme en ligne, intervient sans nul doute sur l'élasticité de la plateforme (et son algorithme) et sa capacité à assurer un niveau de découvrabilité culturelle qui soit, à ce jour, concluant.

En réponse aux hypothèses de recherche, telles que redéfinies suite aux observations initiales menées depuis *Netflix* durant la première semaine de cette étude de cas, il est possible de parvenir aux conclusions suivantes :

Concernant les catégories proposées par *Netflix* aux internautes québécois dès leur souscription au service, il a été répertorié 18 catégories « communes » aux deux *persona* créées sur les 38 proposées. Concernant les catégories « non partagées » par les 2 profils créés au même moment, une tendance a pu être dégagée, à savoir la majorité d'entre elles s'intitulent « Contenus originaux de Netflix » suivi d'un genre spécifique (voir l'illustration ci-dessous), et ce pour les 2 profils.

Illustration 3 - Capture d'écran Netflix - profil Stan - 3 juillet 2019



Cet état de fait apparaît pour le moins étonnant dans la mesure où l'étape initiale de sélection des préférences n'a pas été renseignée. On peut dès lors supposer que les choix suggérés à chaque internaute sont induits par le biais des quelques données sociodémographiques communiquées lors de la souscription à l'abonnement ou bien encore que *Netflix* (et son algorithme) prévoit un tirage aléatoire des catégories suggérées préalablement aux interactions initiales de l'internaute avec la plateforme ; cela démontre, en outre, la velléité de Netflix Inc. de mettre de l'avant ses contenus originaux.

Concernant l'impact de la géolocalisation sur le catalogue mis à disposition par Netflix Inc. au Québec, celui-ci apparaît évident en dépit de l'absence chronique de PCNL québécois sur la plateforme. Toutefois, il a été remarqué que dans la plupart des cas où une version originale disposait d'une version française (relativement rare) et surtout d'une version sous-titrée en français, celle-ci était détectée et mobilisée

automatiquement pour le visionnement de l'œuvre choisie. Notons toutefois ici, le fait que la plupart des produits culturels proposés à la *persona* Stan notamment, ne bénéficiait pas d'une version française ou sous-titrée en français.

À propos du temps de réactivité algorithmique de la plateforme, on peut en déduire qu'il existe très probablement plusieurs niveaux de réactivité : en effet, il a systématiquement été constaté qu'après chaque visionnement, une catégorie lui étant dédiée apparaissait quasiment instantanément à savoir « Parce que vous avez visionné + titre de l'œuvre concernée ». Par contre, concernant la personnalisation des catégories suggérées en fonction des visionnements effectués, il a été démontré que la réactivité de la plateforme peut prendre plusieurs jours.

Tel qu'indiqué précédemment, la question du visionnement complet du produit culturel sélectionné et de l'impact possible d'une telle procédure, a été résolue au cours de la première phase exploratoire de cette étude, étant donné qu'il a été constaté que la plateforme avait un niveau de réactivité beaucoup plus élevé dès lors que le film ou l'épisode ont été visionnés dans leur intégralité. On peut donc établir ici qu'il s'agit d'un indicateur précieux, ou à tout le moins présent dans la programmation algorithmique de *Netflix*.

Enfin, il est désormais possible d'affirmer que la *persona* Laticcia, qui souhaite tout particulièrement visionner des PCNL québécois, n'est pas véritablement parvenue à atteindre cet objectif. S'il apparaît à nouveau évident que l'absence d'une masse critique de PCNL québécois proposés sur *Netflix* est un facteur évident de cet état de fait, il n'en demeure pas moins que la *persona* Stan, pour qui le principe de recommandation algorithmique semble avoir davantage fonctionné - eu égard aux choix de visionnement qui ont été faits -, n'a pas pour autant été l'objet de recommandations spécifiques de PCNL québécois. L'exemple cité plus haut, concernant le film *Bon cop, bad cop 2*, demeure unique : il s'agit du seul PCNL québécois suggéré sur ce profil qu'il nous a été donné de repérer durant cette étude.

Cependant, il importe de nuancer les résultats de cette étude empirique, menée à partir de 2 *persona*, afin d'éviter l'écueil d'une généralisation inappropriée. À cet égard, il est primordial de faire état des limites qui s'en dégagent.

Tout d'abord, il convient de garder à l'esprit le fait que ces observations empiriques sont ancrées dans l'expérimentation prévue par le protocole méthodologique développé au LATICCE pour la phase 2 du programme de recherche, tel que précisé au début de ce chapitre (p. 89) :

« [...] Le LATICCE] prévoit dans sa phase 2 une expérimentation en ligne depuis les PNEL, afin de déterminer la pertinence des différentes variables à considérer, par le biais d'une observation préliminaire de chacune des plateformes retenues (*Netflix*, *Amazon Prime Video* et *Google Play*) »

C'est dans le contexte de l'observation et de l'analyse des modalités de présentation et d'ordonnement des produits culturels proposés aux abonnés de *Netflix* au Québec qu'il a été défini pour cette étude, de procéder à une telle catégorisation, selon les quatre orientations de référencement suggérées, l'objectif étant d'évaluer la pertinence des variables à considérer dans la composition et la construction d'un indice de découvrabilité, mission à laquelle le LATICCE est voué.

Il convient toutefois de noter le fait que *Netflix* propose un classement de ses abonnés d'après plus de 2 000 catégories, désignées telles des « communautés de goûts », générant ici un impact immédiat sur ses systèmes et mécanismes de recommandation. Par ailleurs, il existe dans la littérature plusieurs travaux portant également sur la configuration des usages et la catégorisation (Rouvroy et Berns, 2013 ; Beer, 2016 ; Cardon, 2015) ou encore d'autres qui étudient comment la production des usagers de la plateforme *Netflix* est mobilisée afin d'anticiper ou de créer des associations relationnelles ou des expansions sémantiques de goûts, d'habitudes ou de comportements culturels en ligne (Thoer et *al.*, 2015 ; Drumond, 2016, 2019). Si ces

études ne visent pas les mêmes objectifs de recherche, elles sont importantes et renseignent notamment sur les logiques algorithmiques auxquelles les internautes sont soumis.

D'ailleurs, à l'égard de la capacité des algorithmes à anticiper quels contenus auront un succès et deviendront populaires d'après des analyses prédictives de choix, de goûts et de comportements des usagers (autrement dit, ceux destinés à être l'objet de recommandations), la méthodologie de moissonnage utilisée ici peut laisser supposer le fait que l'attribut « popularité », qui semble pourtant déterminant dans les algorithmes et systèmes de recommandation de *Netflix*, n'est pas suffisamment pris en compte. Si le fait d'avoir en effet écarté d'emblée cet attribut en tant que variable dépendante [étant déterminé que cette dernière est l'indice de découvrabilité] est un choix méthodologique volontaire, nous avons toutefois considéré son évolution tout au long des observations menées durant l'étude, dans la mesure où les critères qualifiant et classant les contenus semblent plus que jamais s'inscrire dans le prolongement de la tradition liée au culte de la popularité et au contenu plébiscité par les publics. D'ailleurs, en plus de sa catégorie « Populaire sur Netflix », la plateforme propose désormais une nouvelle catégorie « Top 10 Pays » [non encore créée au moment des relevés empiriques] qui se positionne tout en haut de la page d'accueil. Elle informe les utilisateurs sur ce que les abonnés regardent dans leur pays au moyen d'une liste des « 10 plus regardés ». Les produits culturels qui figurent dans ce Top 10 sont ainsi signalés, afin de les repérer plus facilement pendant la navigation sur le site, tout en les identifiant à ce que les autres téléspectateurs regardent, à l'instar des productions originales de la firme, estampillées d'un N rouge sur fond noir, destiné à interpeller tout particulièrement l'attention des utilisateurs de la plateforme. La

rangée « Top 10 » est mise à jour quotidiennement, génère des alertes aux abonnés et présente également un design différencié, pour se démarquer²¹⁵.

Pour terminer, la question de la disponibilité en langue française des produits culturels généralement proposés au public québécois sur la plateforme *Netflix*, demeure à notre humble avis la pierre d'achoppement la plus critique en regard des considérations énoncées tout au long de ce mémoire en ce qui a trait à la diversité des expressions culturelles. À cet égard, des mesures gouvernementales devraient rapidement être mises en œuvre pour permettre, à tout le moins, de garantir aux Internautes québécois (tous publics, jeune ou averti) la possibilité d'accéder à du contenu en langue française sur *Netflix* et ce, plus souvent qu'autrement, ce qui n'est clairement pas le cas présentement. Cette seule considération justifie en soi la pertinence de mobiliser le concept de découvrabilité, tel que développé tout au long de ce mémoire, pour définir les ajustements numériques nécessaires à la résorption des distorsions et des déséquilibres institutionnels qui s'illustrent dans le contexte actuel de régulation.

²¹⁵ Netflix Inc. (24 février 2020), « Now - For The First Time - You Can See What's Popular On Netflix », released by Cameron Johnson, Director Product Innovation, disponible en ligne, URL : <https://media.netflix.com/en/company-blog/see-whats-popular-on-netflix> (consulté le 19 août 2020)

CONCLUSION

À travers l'étude de la trajectoire de l'agent économique Netflix Inc. au Québec et au Canada, ce mémoire aura permis d'approfondir nos connaissances sur la structure de l'économie numérique et notamment les enjeux d'économie politique relatifs à l'émergence de ces nouveaux acteurs de la diffusion des produits culturels numériques au pays. Plus spécifiquement les défis de régulation ainsi que les enjeux de diversité culturelle engendrés par cette présence transnationale, dans un contexte traditionnellement acquis aux acteurs nationaux, sont ici mis en lumière à l'aune d'un écosystème culturel « en crise ». La revue de littérature dédiée au vocable *découvrabilité* a permis de mettre en exergue l'importance d'élaborer une définition conceptuelle autant que l'opportunité de mobiliser un tel concept pour répondre aux défis de régulation engendrés par le phénomène d'interpénétration des technologies de l'information et des communications avec la culture, à l'heure du numérique et plus précisément de la diffusion numérique des produits culturels à une échelle globale.

Au niveau théorique, la mobilisation des concepts de *transnationalisme* et d'*interdépendance complexe* destinés à encadrer et à configurer les remarques analytiques ici formulées ont permis de démontrer qu'il existe un degré certain de *puissance structurelle* exercée par la présence de la firme Netflix Inc. depuis son déploiement à l'international en 2010, notamment au Québec et au Canada. En (sur)dominant ainsi le marché numérique de la diffusion des produits culturels audiovisuels au pays, Netflix Inc. contribue en outre fortement à en redéfinir les caractéristiques car il s'impose comme un acteur économique incontournable d'intermédiation. Le recours à la théorie de la régulation a dès lors servi des prolongements analytiques intéressants, dans la mesure où l'énoncé des formes institutionnelles qui constituent notre mode actuel de régulation ainsi que les tensions

auxquelles certaines d'entre elles sont présentement soumises (notamment la forme de la concurrence et la configuration du rapport salarial), ont permis de déterminer le fait que de telles modifications structurelles exercées sur nos écosystèmes culturels nationaux, entraînent une *crise structurelle* du mode de régulation en place. Cette mise en lumière de l'altération des paramètres structurels qui interviennent dans la composition et la congruence (ou non) de ces formes institutionnelles confirme la nécessité de procéder à des ajustements et notamment l'importance d'y intégrer une composante *numérique* transversale, à même de redéfinir des modalités de régulation efficaces et désormais définies par la présence d'acteurs économiques transnationaux, agissant à différents niveaux sectoriels (production, distribution et diffusion) de notre écosystème culturel canadien.

Finalement, la question de la pérennité de la diversité des expressions culturelles a été détaillée puis explorée, tel un fil rouge à l'ensemble des considérations énoncées ici, tant à travers l'étude du *buzzword* « découvrabilité », qu'à travers la présentation des différents débats qui animent les milieux culturels au pays. Aussi la présentation du contexte réglementaire canadien, ainsi que ses spécificités québécoises, a permis de mettre en exergue tant les défis de régulation que les enjeux de *découvrabilité culturelle* actuels, un état des lieux indispensable et à même de révéler les impacts et les opportunités qui se dessinent à l'aune de la pénétration de l'agent économique transnational Netflix Inc. au Québec et au Canada.

À la lumière de l'ensemble des observations énoncées, il est désormais possible de confirmer l'hypothèse de recherche formulée dans ce mémoire. En effet, l'étude de cas exploratoire menée pour cette recherche et présentée ici dans le contexte élargi des travaux du LATICCE, a très clairement démontré la nécessité de réviser le mode de régulation existant, à l'aune de la *découvrabilité culturelle*. En outre, au-delà de nos seules considérations nationales, le rôle prépondérant joué par le Québec et le Canada à l'international, notamment auprès de l'UNESCO, en regard de l'importance

des termes de la Convention de 2005 et de notre engagement en faveur de la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, permettrait - si un tel mode de régulation devait voir le jour - d'offrir à nouveau au Québec et au Canada l'opportunité de se distinguer à l'international.

En dernier lieu, il convient ici de faire état des circonstances qui ont présidé à l'élaboration de ce mémoire de maîtrise. Si la majeure partie de cette recherche, notamment l'étude empirique, a été réalisée durant l'année 2019, l'évaluation académique ainsi que la révision finale de ce mémoire ont été retardées par les circonstances liées à la pandémie de COVID-19 et la mise en confinement des populations, aussi inédite qu'inattendue, qui s'en est suivie depuis le mois de mars 2020. Cette crise globale est loin d'être anodine en regard des enjeux et défis présentés ici, dans la mesure où elle précipite *l'urgence d'agir* : ces quelques mois imposés de confinement sanitaire et physique ont grandement favorisé les activités numériques, et notamment les services numériques culturels, les seuls encore « disponibles » durant cette période atypique. En outre, la mise sur arrêt de toutes les activités économiques au sein de notre écosystème culturel durant ces deux dernières saisons, ont et auront encore de nombreux effets délétères sur les structures de création, de production et de distribution/diffusion de nos produits culturels locaux.

Chose certaine : le modèle d'affaires disruptif, développé par Netflix Inc., rencontre le succès à un point tel qu'il est repris, adapté et décliné par les plus importantes firmes technologiques mondiales. Avec notamment l'arrivée à l'automne 2019 de nouveaux joueurs sur le marché de la VSDA (vidéo sur demande par abonnement) au Québec et au Canada, notamment Apple TV+, Disney+ ou Crave en français, ce marché voit également poindre la montée en puissance de plateformes de VSD gratuites telle que la plateforme d'intermédiation californienne Tubi (qui appartient à Fox Corporation) ou encore le géant japonais Rakuten Inc., plus grand site de commerce en ligne au Japon.

À cet égard, je souhaite évoquer l'étude des stratégies d'interconnexion entre les opérateurs Internet, développée par Colombier, M'Chirgui et Pénard en 2010, car elle permet notamment de mettre en lumière la hiérarchie structurelle qui sous-tend l'ensemble de l'architecture numérique de l'économie en réseaux et permet en outre de dégager les caractéristiques propres aux opérateurs qui assurent la mise en œuvre de services dont la qualité est garantie²¹⁶. L'étude de ces plateformes infrastructurelles, que nous qualifions ici de premier niveau, dévoile à la fois l'interpénétration et la centralisation des acteurs économiques porteurs/disséminateurs de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication, elles-mêmes de plus en plus numériques. Autrefois qualifiées de manière sectorielle, à l'instar du secteur des télécommunications, elles sont désormais communément appelées les « Géants du Net » ou encore les GAFAME (pour Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft et Ebay) et représentent aujourd'hui la base de l'infrastructure économique globalisée, qui s'inscrit au sein du territoire numérique. Des travaux de recherche susceptibles d'approfondir ces questions fondamentales seraient vraisemblablement de très bon augure, dans un tel contexte de « révision » du mode de régulation.

Autrement dit, la crise sanitaire engendrée par la dissémination de la COVID-19 à l'échelle globale semble propulser le cyberspace à l'avant-plan de notre quotidien humain, une réalité sociale d'ores et déjà « appréhendée » (saisie par l'esprit) mais qui tendait encore – jusque-là – à nous échapper dans ses implications concrètes (impacts sociétaux) et dont il s'agit désormais de se saisir, car elle nécessite des réponses politiques socialement responsables.

Enfin, il apparaît fondamental d'élargir quelque peu ce débat, non plus seulement à l'importance de la culture pour notre société, mais également à l'importance des circonstances éducationnelles de nos enfants au sein d'une société libre et

²¹⁶ Colombier Nathalie, Zouhaïer M'Chirgui et Thierry Pénard (2010), « Une analyse empirique des stratégies d'interconnexion des opérateurs internet », *Revue d'économie industrielle*, p. 27, URL : <http://journals.openedition.org/rei/4178> (consulté le 14 juillet 2019)

démocratique, telle qu'elle s'exprime au Québec ou au Canada. En effet, il importe également de considérer les transformations numériques actuelles, notamment dans le domaine de l'éducation publique élémentaire. Les usages, méthodes et échanges pédagogiques en sont présentement à se renouveler en mode « numérique » mais dans l'urgence, laissant ici place à des dérives potentielles. Par exemple, de nombreuses applications et autres plateformes éducatives (ou de type *support éducatif*) sont, depuis cette rentrée scolaire inédite et distanciée socialement, tout particulièrement mobilisées par le corps professoral. Pour l'exemple, citons les plateformes d'intermédiation éducatives Lalilo et ClassDojo, deux firmes transnationales américaines, basées en Californie. Ces dernières permettent la mise en relation pédagogique - parent / élève (ou groupe d'élèves) / professeur – par le biais d'un suivi scolaire appliqué aux exercices proposés en ligne par la plateforme (Lalilo) ou encore sous la forme d'un « réseau social », par le biais des fonctionnalités de communication permettant l'échange de fichiers, de photos et de vidéos (ClassDojo). Dans un tel contexte, qu'en est-il des données éducatives et pédagogiques collectées par ces entreprises étrangères ? Sont-elles stockées ? Si oui, le sont-elles au Québec ? En Californie ? Ailleurs dans le monde ? Sont-elles réutilisées à des fins commerciales ? À la lumière des développements analytiques initiés dans ce mémoire, cette « plateformisation » transnationale de nos usages et de nos pratiques au sein du système éducatif public représente indubitablement un enjeu de société vital pour les années à venir.

Pour conclure, on s'aperçoit ici du fait que s'il existe bien un « phénomène Netflix », celui-ci s'inscrit dans un ensemble de transformations sociétales, plus complexes et enchevêtrées que jamais, qui dépasse et projette nos considérations et circonspections nationales, bien au-delà de nos frontières terrestres. Dans un monde social désormais régi plus souvent qu'autrement par les interconnexions numériques, le développement d'un mode (et de mécanismes) de régulation tout aussi *numériques et interconnectés*, renforcerait immanquablement, son efficacité et sa normativité.

BIBLIOGRAPHIE

- Affaires mondiales Canada (19 juin 2013), « Culture. Focus sur la politique commerciale. », 1 p., disponible en ligne, URL : <https://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/ip-pi/culture.aspx?lang=fra> (consulté le 20 juillet 2019)
- Affaires mondiales Canada (27 novembre 2015), « La culture canadienne dans le contexte de la mondialisation », 21 p., disponible en ligne, URL : <https://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/topics-domaines/ip-pi/canculture.aspx?lang=fra> (consulté le 20 août 2019)
- AQPM (14 mai 2018), « Netflix : Rencontres à Montréal les 30 et 31 mai », rubrique *Nouvelles de l'AQPM*, disponible en ligne, URL : <https://www.aqpm.ca/nouvelles-aqpm/574/netflix-rencontres-a-montreal-les-30-et-31-mai> (consulté le 4 septembre 2019)
- Battistella Dario (2015), *Théories des relations internationales*, Paris, Presses de Sciences Po., 717 p.
- Benghozi Pierre-Jean (2011), « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue*, 2011/1, n° 59, p. 31-37, URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm> (consulté le 14 juillet 2019)
- Benghozi Pierre-Jean (2012), « L'âge de la multitude. Entreprendre et gouverner après la révolution numérique », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 2012/4, n° 110, p. 70-71, DOI : 10.3917/geco.110.0070, URL : <https://www.cairn.info/revue-gerer-et-comprendre-1-2012-4-page-70.htm>
- Bergeron Vincent et Jean-François Normand (12 novembre 2018), « Le droit d'auteur et le contenu diffusé sur les plateformes de partage de vidéo: où en est le Canada? », article publié en ligne, *FMC Veille*, URL : <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/le-droit-dauteur-et-le-contenu-diffuse-sur-les-plateformes-de-partage-de-video-ou-en-est-le-canada/> (consulté le 14 juillet 2019)
- Beuscart Jean-Samuel et Patrice Flichy (2018), « Plateformes numériques », *Réseaux*, 2018/6, n° 212, p. 9-22, URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-6-page-9.htm> (consulté le 15 juillet 2019)
- Billaudot Bernard (2001), *Régulation et croissance: une macroéconomie historique et institutionnelle*, Paris, L'Harmattan, 306 p.

- Billaudot Bernard (2009), « Les institutions dans la théorie de la régulation : une actualisation », *Revue de la régulation*, n° 6, 2^e semestre, URL : <http://journals.openedition.org/regulation/7632> (consulté le 21 août 2020)
- Bourreau Marc et Thierry Pénard (2016), « Introduction. L'économie numérique en question », *Revue d'économie industrielle*, p. 11-15, URL : <http://journals.openedition.org/rei/6437> (consulté le 14 juillet 2019)
- Boyer Robert (1986), *La théorie de la régulation: une analyse critique*, Paris, La découverte, 142 p.
- Boyer Robert (2003), « les institutions dans la théorie de la régulation », *Cahiers d'économie politique / Papers in Political Economy*, vol. 1, n° 44, p. 79-101
- Boyer Robert (2004), *Théorie de la régulation 1. Les fondamentaux*, Paris, Éditions La Découverte, collection Repères, 128 p.
- Boyer Robert (2007), « Capitalism Strikes Back. Why and What Consequences for Social Sciences ? », *Revue de la régulation, Capitalisme, Institutions, Pouvoirs*, n° 1, Varia, 25 p., disponible en ligne, URL : <http://regulation.revues.org/document1369.html> (consulté le 14 décembre 2019)
- Brousseau Éric et Nicolas Curien (2001), « Économie d'Internet, économie du numérique », *Revue économique*, 2001/7, vol. 52, p. 7-36, DOI : 10.3917/reco.527.0007, URL : <https://www.cairn.info/revue-economique-2001-7-page-7.htm> (consulté le 14 juillet 2019)
- Burri Mira (2019), « Découvrabilité de contenus locaux, régionaux et nationaux en ligne: Cartographie des obstacles à l'accès et possibilité de nouveaux outils d'orientation », *Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO*, 19 p., URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)
- Canadian Media Producers Association (novembre 2016), *Canadian content in a digital world*, CMPA submission to the Department of Canadian Heritage, 30p., URL : https://cmpa.ca/wp-content/uploads/2018/04/CMPA_Submission-CanadianContentInADigitalWorld-ONLINE.pdf (consulté le 16 juillet 2019)
- CEFRIQ (2018), « Portrait numérique des foyers québécois », enquête *NETendances 2018*, vol. 9, n° 4, 20 p., URL : <https://cefrio.qc.ca/media/2015/netendances2018-portraitnumeriquefoyersquebecois.pdf> (consulté le 4 septembre 2019)
- Coalition pour la Culture et les Médias (11 janvier 2019), *Mémoire présenté au Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications*, Canada, 42 p., URL :

- https://coalitionculturemedias.ca/files/2019/01/190111-M%C3%A9moire-CCM_Groupe-dexamen-de-la-l%C3%A9gislation-FINAL.pdf (consulté le 25 juillet 2019)
- Coalition pour la Culture et les Médias (2017), *Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère numérique*, disponible en ligne, URL : <https://www.manifestepour laculture.info/> (consulté le 25 juillet 2019)
- Coalition pour la diversité des expressions culturelles (2019), « Histoire et mission », disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/a-propos/#mission> (consulté le 25 juillet 2019)
- Coalition pour la diversité des expressions culturelles (2019), « Publications », disponible en ligne, URL : <https://cdec-cdce.org/publications/> (consulté le 25 juillet 2019)
- Colombier Nathalie, Zouhaïer M'Chirgui et Thierry Pénard (2010), « Une analyse empirique des stratégies d'interconnexion des opérateurs internet », *Revue d'économie industrielle*, p. 25-50, URL : <http://journals.openedition.org/rei/4178> (consulté le 14 juillet 2019)
- Commission canadienne pour l'UNESCO, « à propos de la CCUNESCO », URL : <https://fr.ccunesco.ca/a-propos> (consulté le 16 juillet 2019)
- Commission de l'unité canadienne (1979), *Définir pour choisir : Vocabulaire du débat*, Ottawa, 140p., URL : http://publications.gc.ca/collections/collection_2014/bcp-pco/CP32-35-1979-1-fra.pdf (consulté le 5 août 2019)
- Conseil des Arts et des Lettres du Québec (2011), *Faire rayonner la culture québécoise dans l'univers numérique. Éléments pour une stratégie numérique de la culture*, Rapport déposé à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec le 11 novembre 2011, 37p., URL : https://www.calq.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/2016/05/calq_numerique20111111_ra_pportalon.pdf (consulté le 25 août 2019)
- CRTC (2 février 2018), « Radiodiffusion. Lettre procédurale adressée à Corie Wright (Netflix) », URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2018/lb180202m.htm> (consulté le 4 septembre 2019)
- CRTC (2019), « Rapport de surveillance des communications 2018 », 295 p., disponible en ligne, URL : <https://crtc.gc.ca/pubs/cm2018-fr.pdf> (consulté le 4 septembre 2019)

- CRTC et ONF (2016), « Le sommet de la découvrabilité », disponible en ligne, URL : <http://decouvrabilite.ca/> (consulté le 4 septembre 2019)
- Desjardins Danielle (2016), « Découvrabilité : Vers un cadre de référence commun », *Fonds des médias du Canada*, 64p., URL : <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/blog/decouvrabilite-vers-un-cadre-de-reference-commun> (consulté le 14 juillet 2019)
- Encyclopédie canadienne (L') (16 octobre 2011), *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, URL : <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/conseil-de-la-radiodiffusion-et-des-telecommunications-canadiennes> (consulté le 14 juillet 2019)
- Fragata Yuani et Francis Gosselin (février 2018), « Qui a dit que la disruption serait facile : les défis économiques et stratégiques de Netflix », Xn Québec, 18 p., URL : https://www.xnquebec.co/pdf/NETFLIX_FG8_FR.pdf (consulté le 6 décembre 2019)
- Gava Jean-François (2001), « L'école de la régulation «première période» », *Les Temps Modernes*, n° 4, p. 301-320
- Gillespie Tarleton (2010), « The Politics of 'Platforms' », *New Media & Society*, vol. 12, n° 3, p. 347-364, URL : <https://ssrn.com/abstract=1601487> (consulté le 16 juillet 2019)
- Gillespie Tarleton (2017), « Regulation of and by Platforms », *The SAGE handbook of social media*, chapitre 14, URL : <http://sk.sagepub.com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/reference/download/the-sage-handbook-of-social-media/i2081.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)
- Gillespie Tarleton (2018), « Platforms are not intermediaries », *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 19p., URL : <https://georgetownlawtechreview.org/wp-content/uploads/2018/07/2.2-Gillespie-pp-198-216.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)
- Gilroy, Angele A. (31 janvier 2019). *CRS Report for Congress, R40616*, Library of Congress, Congressional Research Service, 29 p., URL : <https://www.hsdl.org/?abstract&did=821553> (consulté le 4 décembre 2019)
- Gouvernement du Canada (1982), *Loi constitutionnelle de 1982, Annexe B de la Loi de 1982 sur le Canada (R-U)*, c11, URL : <http://canlii.ca/t/q3x8> (consulté le 5 août 2019)
- Gouvernement du Canada (1985), *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (L.R.C. (1985) ch. C-22)*, article 3 (1), URL :

<https://laws.justice.gc.ca/fra/lois/c-22/page-1.html#h-73056> (consulté le 14 juillet 2019)

Gouvernement du Canada (1^{er} février 1991), *Loi sur la radiodiffusion (L.C. 1991, ch. 11)*, site web de la législation (Justice), URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/b-9.01/page-1.html#h-33229> (consulté le 20 juillet 2019)

Gouvernement du Canada (5 mai 2006), *Accord entre le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada relatif à l'organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)*, disponible sur le site du Ministère des relations internationales et de la Francophonie, 3p., URL : <http://www.mrif.gouv.qc.ca/Content/documents/fr/unesco.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)

Gouvernement du Canada (2006), *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication (DORS/2006-355)*, article 1, p. 1, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-355/page-1.html> (consulté le 14 juillet 2019)

Gouvernement du Canada (26 juillet 2012), *Annexe à l'Ordonnance d'exemption de radiodiffusion CRTC-409*, CRTC, p. 11-13, URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-409.htm> (consulté le 11 août 2019)

Gouvernement du Canada (26 juillet 2012), *Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2012-409*, CRTC, p. 1-10, URL : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-409.htm> (consulté le 11 août 2019)

Gouvernement du Canada (29 juin 2012), *Loi sur la modernisation du droit d'auteur, L.C. 2012, ch. 20*, 68 p., URL : https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/LoisAnnuelles/2012_20/page-1.html (consulté le 14 juillet 2019)

Gouvernement du Canada (2013), *Loi sur les télécommunications*, L.C. 1993, ch. 38, mise à jour le 29 juillet 2019, Ministère de la Justice, p. 4, URL : <https://laws.justice.gc.ca/PDF/T-3.4.pdf> (consulté le 11 août 2019)

Gouvernement du Canada (3 novembre 2015), « Contenu. Abondance. Découvrabilité : Le CRTC et l'ONF organisent conjointement « En route vers le Sommet de la découvrabilité » à Vancouver », communiqué de presse conjoint du CRTC et de l'ONF, URL : <https://www.canada.ca/fr/radiodiffusion-telecommunications/nouvelles/2015/11/contenu-abondance-decouvrabilite-le-crtc-et-l-onf-organisent-conjointement-en-route-vers-le-sommet-de-la-decouvrabilite-a-vancouver.html> (consulté le 14 juillet 2019)

- Gouvernement du Canada (2016), *Texte de l'Accord économique et commercial global – Préambule*, Affaires mondiales Canada, disponible en ligne, URL : <https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/ceta-aecg/text-texte/PRE.aspx?lang=fra> (consulté le 19 juillet 2019)
- Gouvernement du Canada (9 août 2017), « Politiques et négociations commerciales », 3 p., disponible en ligne, URL : <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/politiques-commerciales.html> (consulté le 20 juillet 2019)
- Gouvernement du Canada (31 octobre 2018), *Fiche d'information : Réforme de la Commission du droit d'auteur*, Innovation, Sciences et Développement économique Canada, disponible en ligne, URL : <https://www.ic.gc.ca/eic/site/693.nsf/fra/00168.html> (consulté le 15 juillet 2019)
- Gouvernement du Canada (2019), *Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication pour promouvoir la concurrence, l'abordabilité, les intérêts des consommateurs et l'innovation (DORS/2019-227)*, article 1, p. 1, URL : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2019-227/page-1.html> (consulté le 11 août 2019)
- Gouvernement du Québec (2014), *Pour occuper l'espace numérique. Stratégie culturelle numérique du Québec*, Ministère de la Culture et des communications du Québec, 20p., URL : https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Strategie_culturelle_numerique/MCC-StrategieNumerique-HR.pdf (consulté le 25 août 2019)
- Gouvernement du Québec (2018), *Partout, la culture. Politique culturelle du Québec*, Plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023, Ministère de la Culture et des communications du Québec, 72p., URL : https://mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique_culturelle/Partoutlaculture_Polculturelle_Web.pdf (consulté le 25 août 2019)
- Gouvernement du Québec (mise à jour le 18 avril 2019), *La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, Ministère des relations internationales et de la francophonie, URL : <https://www.mrif.gouv.qc.ca/fr/relations-du-quebec/organisations-et-forums/representation-unesco/diversite-culturelle> (consulté le 16 juillet 2019)
- Hosio Simo, Jorge Goncalves et Vassilis Kostakos (2013), « Application discoverability on multipurpose public displays: popularity comes at a

- price », Proceedings of the 2nd ACM International Symposium on Pervasive Displays, *Association for computing Machinery*, p. 31-36, URL : <http://www.jorgegoncalves.com/docs/perdis13.pdf>
- Keohane Robert O. et Joseph Nye (1987), « Power and Interdependence revisited », *International Organization*, volume 41, n° 4, p. 725-753, doi:10.1017/S0020818300027661
- Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (1971), « Transnational Relations and World politics: An Introduction », *International Organization*, vol. 25, n° 3, p. 329-349
- Keohane Robert O. et Joseph S. Nye (2011), *Power and interdependence, World Politics in Transition*, 4^{ème} édition, [1^{ère} éd. 1977], New-York, Longman Classics in Political Science, 368 p.
- LATICCE (2017), « Accueil LATICCE », disponible sur le Wiki UQAM, dernière modification le 8 janvier 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/display/CEIMLAT/Accueil+LATICCE> (consulté le 5 août 2019)
- LATICCE (2017), « À la découverte des variables », protocole de recherche, projet de recherche actions concertées FRQSC-MCC, document interne au LATICCE; informations générales également disponibles sur le WIKI UQAM du LATICCE, dernière modification le 12 avril 2019, URL : <https://wiki.uqam.ca/pages/viewpage.action?pageId=41076494> (consulté le 16 juin 2019)
- Lemieux Marc-André (14 août 2019), « Netflix continue de dominer au Québec », *Journal de Montréal*, édition du 14 août 2019, URL : <https://www.journaldemontreal.com/2019/08/14/netflix-continue-de-dominer-au-quebec> (consulté le 28 septembre 2019)
- Library of Congress (21 mai 2019), « Digital Trade and U.S. Trade Policy », *Congressional Research Service Report*, 41 p., URL : <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R44565> (consulté le 21 août 2019)
- Marquis Mélanie (31 janvier 2019), « La PDG de la SRC compare Netflix à l'Empire britannique », *La Presse.ca*, édition du 31 janvier 2019, URL : <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/medias-et-telecoms/201901/31/01-5213039-la-pdg-de-la-src-compare-netflix-a-lempire-britannique.php> (consulté le 28 septembre 2019)
- Marty Frédéric (2017), « L'économie des plateformes : dissipation ou concentration de la rente ? », *Sciences Po OFCE, Working Paper* n° 13, 28p., URL : www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-13.pdf (consulté le 17 juillet 2019)

- Matthews Jacob T. (2019), « À propos de la « plateformisation » des industries de la culture et de la communication » dans George Éric (dir.), *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques 1*, chapitre 9, Londres, ISTE Éditions.
- Matthews Jacob T. (2015), « Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives. Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2015/1, n° 16/1, p. 57-71, URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-1-page-57.htm> (consulté le 16 juillet 2019)
- Mazziotti Giuseppe (2019), « Rémunération des créateurs de contenus dans l'espace numérique: défis, obstacles et un langage commun pour favoriser la viabilité économique et la diversité culturelle », *Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO*, 36p., URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)
- McKelvey Fenwick et Robert Hunt (2019), *Discoverability: Toward a Definition of Content Discovery Through Platforms*, 26p., URL : <https://doi.org/10.1177%2F2056305118819188> (consulté le 16 juillet 2019)
- Montel Olivia (août 2017), « L'économie des plateformes : enjeux pour la croissance, le travail, l'emploi et les politiques publiques », *DARES*, document d'études n° 213, 40p., URL : <http://www.epsilon.insee.fr/jspui/bitstream/1/60973/1/DE213.pdf> (consulté le 16 juillet 2019)
- Musso Pierre (2008), « Territoires numériques », *Médium*, 15(2), p. 25-38, URL : <https://www.cairn.info/revue-medium-2008-2-page-25.htm>
- Napoli Philip M. (2019), *Diversité de contenus à l'ère numérique : découvrabilité de contenu diversifié aux échelons local, régional et national*, Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO, 24p., URL : <https://fr.ccunesco.ca/nos-themes/encourager-l-innovation/ideeslab> (consulté le 16 juillet 2019)
- Netflix Inc. (11 janvier 2019), « Mémoire soumis au groupe d'experts chargé de l'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications », 34p., URL : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf/\\$file/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/110.nsf/vwapj/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf/$file/887_Netflix_3a_FR_IN.pdf) (consulter le 6 décembre 2019)
- Netflix Inc. (24 avril 2019), « Conditions d'utilisation de Netflix », disponible en ligne, URL : <https://help.netflix.com/legal/termsfuse> (consulté le 4 septembre 2019)

- Netflix Inc. (24 février 2020), « Now - For The First Time - You Can See What's Popular On Netflix », released by Cameron Johnson, Director Product Innovation, disponible en ligne, URL : <https://media.netflix.com/en/company-blog/see-whats-popular-on-netflix> (consulté le 19 août 2020)
- Nickles Thomas (1984), « Positive Science and Discoverability », *PSA: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association*, volume 1, p. 13-27
- Nye Joseph S. (1990), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New-York, Basic Books, 261p.
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (2017), *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*, Institut de la statistique du Québec, 118p., URL : http://www.bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01600FR_Meta donneesCulturel2017H00F00.pdf (consulté le 14 juillet 2019)
- OQLF (2016), « Découvrabilité », fiche terminologique, URL : http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26541675 (consulté le 14 juillet 2019)
- OQLF (2017), « Infonuagique », fiche terminologique, URL : http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26501384 (consulté le 21 août 2019)
- Paquin Stéphane (2013), *Théories de l'économie politique internationale : Cultures scientifiques et hégémonie américaine*, Paris, Presses de Sciences Po, 359 p.
- Patrimoine canadien (2017), *Cadre stratégique pour un Canada créatif*, 38p., URL : <https://www.canada.ca/content/dam/pch/documents/campaigns/creative-canada/CCCad reFramework-FR.pdf> (consulté le 25 août 2019)
- Patrimoine canadien (28 septembre 2017), « Lancement de Netflix au Canada : une reconnaissance du talent créatif du Canada et de son solide bilan dans la création d'œuvres pour le cinéma et la télévision », communiqué de presse, disponible en ligne, URL : <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2017/09/lancement-de-netflixcanadaunereconnaissancedutalentcreatifducana.html> (consulté le 4 septembre 2019)
- Pénard Thierry et Alain Rallet (2014), « De l'économie des réseaux aux services en réseaux. Nouveau paradigme, nouvelles orientations », *Réseaux*, 2014/2, n° 184-185, p. 71-93. DOI : 10.3917/res.184.0071. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-71.htm> (consulté le 14 juillet 2019)

- Puel Gilles et Charlotte Ullmann (2006), « Les nœuds et les liens du réseau Internet: approche géographique, économique et technique », *L'Espace géographique*, vol. 35, n° 2, p. 97-114
- Rémillard Gil (1973), « Le partage des compétences législatives en matière de radio-télécommunication », *Les Cahiers de droit*, 14 (2), p. 299–320, URL : <https://doi.org/10.7202/041749ar> (consulté le 5 août 2019)
- Somerville Mary M. et Lettie Conrad (2014), « Collaborative improvements in the discoverability of scholarly content: Accomplishments, aspirations, and opportunities », *SAGE White Paper*, Los Angeles, SAGE Publications Ltd, 25p., DOI: [10.4135/wp140116](https://doi.org/10.4135/wp140116)
- Somerville Mary M. et Lettie Conrad (2014), « Toward Improved Discoverability of Scholarly Content: Cross-Sector Collaboration Essentials », *Collaborative Librarianship*, Vol. 6, Issue 1, article 5, URL : <https://digitalcommons.du.edu/collaborativelibrarianship/vol6/iss1/5>
- Soriano Sébastien (2016), « Quelle régulation pour les plateformes ? », *Annales des Mines - Réalités industrielles*, 2016/3, p. 47-50, URL : <https://www-cairn-info.proxy.bibliotheques.uqam.ca/revue-realites-industrielles-2016-3-page-47.htm> (consulté le 16 juillet 2019)
- Srnicek, Nick (2018), *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux éditeur, coll. « Futur proche ».
- Statista (2019), « Chiffre d'affaires annuel de Netflix à l'échelle internationale de 2002 à 2018 », disponible en ligne, URL : <https://fr.statista.com/statistiques/657353/netflix-recettes-totales-international/> (consulté le 4 septembre 2019)
- Strange Susan (1987), « The Persistent Myth of Lost Hegemony », *International organization*, vol. 41, n° 4, p. 551-574
- Strange Susan (1988), « The Future of the American Empire », *Journal of International Affairs*, p. 1-17
- Strange Susan (1988), *States and Markets: An Introduction to International Political Economy*, Londres, Pinter, 270 p.
- Strange Susan (1996), *The Retreat of the State: The diffusion of power in the world economy*, Cambridge University Press, 240 p.
- Thénière Patrick (27 septembre 2019), « Le dilemme de l'innovateur », *Les Affaires.com*, édition en ligne du 27 septembre 2019, URL :

<https://www.lesaffaires.com/blogues/les-investigateurs-financiers/le-dilemme-de-l-innovateur/613043> (consultés le 28 septembre 2019)

UNESCO (20 octobre 2005), *La convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, 55p., URL : https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246264_fre?posInSet=2&queryId=6d9361d8-0353-4140-ae3a-f2b7e2341320 (consulté le 16 juillet 2019)

UNESCO (2017), *Directives sur le numérique. Directives opérationnelles sur la mise en œuvre de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique*, 11 p., URL : https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital_guidelines_fr_full-2.pdf (consulté le 16 juillet 2019)

US Securities and Exchange Commission (16 décembre 2019), « FORM 8-K. Netflix, Inc. », 6 p., URL : <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1065280/000106528019000441/a2019regionalreporting.htm> (consulté le 28 décembre 2019)