

Viabilité économique des médias ouest-africains

L'urgence d'adopter un Règlement communautaire pour bâtir un partenariat économique équitable entre les médias et les grandes plateformes numériques

1. Introduction

Face à la croissance rapide des plateformes numériques et à leur impact sur les médias traditionnels des pays ouest africains, l'urgence d'instaurer un mécanisme communautaire pour établir un partenariat économique équitable entre les médias et ces plateformes devient cruciale. Ce document souligne la nécessité pour les gouvernements ouest-africains de redéfinir le régime économique des médias, afin d'intégrer les nouvelles possibilités de financement générées par l'exploitation numérique de leurs contenus. Il appelle également à la protection du marché publicitaire local et à la révision des lois sur le droit d'auteur pour mieux encadrer l'utilisation des contenus médiatiques.

Par ailleurs, il encourage les institutions régionales comme l'UEMOA et la CEDEAO à adopter des cadres harmonisés pour soutenir ces initiatives, tout en invitant les acteurs des médias et des industries culturelles à se mobiliser pour influencer les politiques, à travers un plaidoyer stratégique. Ces mesures sont essentielles pour garantir la viabilité et l'équité dans le secteur des médias face aux défis posés par la numérisation et la globalisation. Cette présente note fait l'économie de deux études portant sur le cadre juridique relatif à l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques, réalisées par l'IPAO, dans le cadre de la mise en œuvre du Programme International de Développement de la Communication piloté par l'UNESCO.

1. Messages clés

Les cadres légaux en vigueur en Côte d'Ivoire et au Sénégal ne contiennent pas de dispositions juridiques explicites qui prévoient un partenariat économique gagnant-gagnant avec les grandes plateformes numériques qui exploitent les contenus médiatiques et artistiques locaux.

Les Gouvernements doivent prendre des mesures législatives et réglementaires urgentes pour préserver la viabilité des médias, et donc le pluralisme de l'information en Afrique de l'Ouest, face à l'action commerciale des plateformes numériques.

Les Commission de l'UEMOA et de la CEDEAO doivent instaurer un Règlement communautaire qui fixe les conditions d'une compensation juste et équitable pour les médias et créateurs de contenus ouest-africains et harmonise le cadre de partenariat économique avec les plateformes numériques comme les GAFAM.

2. Contexte : une économie et un rôle des médias sous-évalués

En dépit du rôle majeur qu'ils ont joué dans le processus démocratique et de développement de la citoyenneté en Afrique de l'Ouest, les médias ne sont pas encore parvenus à bâtir, de façon structurelle, un modèle économique durable et performant ((Marie-Soleil Frère, 2016). Malgré leur contribution au service public et à l'expression plurielle des opinions, les gouvernements ne considèrent pas l'information et la communication comme un secteur économique créateur de richesses, et par conséquent comme facteur de développement durable. Pour preuve, aucune étude nationale ou sous-régionale n'a tenté de démontrer la contribution économique du secteur des médias aux Produits intérieurs bruts des pays ouest-africains. Les médias peinent encore à surmonter les effets de la Covid-19 qui avaient fini d'éliminer la vente des journaux. Celle-ci constituait une source importante de revenus, dans un contexte où la presse privée a toujours eu des difficultés à asseoir une autonomie vis-à-vis du pouvoir politique (Loum, 2003).

Les aides publiques, annuellement allouées aux médias dans les différents pays, n'ont jamais

généralisé un impact structurel dans les médias (Faye, 2015). La source de revenus clé des médias, à savoir le marché de publicité, est désorganisé et étroit. Aujourd'hui, ce marché fait l'objet d'une compétition entre médias, industries culturelles locales et les grandes plateformes numériques. Ces dernières se sont positionnées sur le marché publicitaire. En 2023, ces géants du net comme Google et Facebook ont accaparé près de 70% des publicités en ligne, dans un pays comme la France.

La big tech expose ainsi les médias à de nouvelles formes de vulnérabilité parmi lesquelles la valorisation commerciale de leurs contenus éditoriaux et artistiques par d'autres acteurs, sans autorisation préalable, ni contrepartie financière (Ndiaye et al, 2022). Cette situation vient, entre autres facteurs, accentuer la crise économique structurelle qui compromet la viabilité des médias en Afrique de l'Ouest et au-delà. Elle compromettra davantage l'indépendance de l'information produite dans un contexte de sous-développement (Loum, 2006) et, à terme, le Droit du citoyen à une information fiable et plurielle.

3. Des vides qui instaurent une insécurité juridique aux niveaux national et sous-régional

Des études menées au Sénégal et en Côte d'Ivoire, entre décembre 2024 et janvier 2025, par l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAIO), révèlent que lois qui encadrent l'activité de

presse et les droits d'auteurs présentent plusieurs faiblesses au détriment des créateurs de contenus éditoriaux et artistiques.

3.1. En Côte d'Ivoire

Le cadre juridique relatif au secteur des médias et à la propriété intellectuelle ne garantit pas une protection absolue aux contenus médiatiques et artistiques reprises par les grandes plateformes numériques telles que Google, Facebook, Microsoft ou Opera news. Selon l'étude de l'IPAIO, la législation ivoirienne ne prévoit point de dispositions relatives à la rémunération des producteurs de contenus en ligne par les géants du net qui les exploitent à des fins commerciales.

L'article 28 de la Loi n°2016-555 du 26 juillet 2016 relative au Droit d'auteur et aux droits voisins dispose que « les reproductions ou représentations qui, notamment par leur nombre ou leur format, ne seraient pas en stricte proportion avec le but exclusif d'information immédiate poursuivi ou qui ne seraient pas en relation directe avec cette dernière, donnent lieu à rémunération des auteurs sur la base des accords ou tarifs en vigueur dans les secteurs professionnels concernés ».

Le produit médiatique, notamment éditorial, n'est pas couvert, de façon expresse, par la loi qui protège les auteurs d'œuvres intellectuelles.

La Loi n°2017-867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse, modifiée par la loi n°2022-978 du 20 décembre

2022, ne contient pas non plus d'articles relatifs à un partenariat avec les plateformes numériques, encore moins à la reprise ou l'exploitation de contenus médiatiques par celles-ci.

La Loi n° 2020-522 du 16 juin 2020 qui fixe les règles relatives à la communication publicitaire ne prévoit pas, de manière précise, la menace que constitue la migration du marché publicitaire national vers les plateformes numériques.

Par ailleurs, lorsqu'une loi est adoptée en Côte d'Ivoire, les autres instruments légaux, traitant en partie l'objet de la nouvelle loi, ne sont pas modifiées en conséquence. Ce qui crée inéluctablement une interprétation et une application différente d'un texte à un autre sur le même objet. L'étude relève que la loi ivoirienne n'est pas harmonisée avec la Directive n° 03/2020/CM/UEMOA portant lutte contre les atteintes aux droits de propriété littéraire et artistique au sein des Etats membres de l'UEMOA, qui offre implicitement un cadre de protection pouvant s'appliquer aux contenus médiatiques et artistiques. Cette situation s'explique par le fait que la Côte d'Ivoire n'ait pas encore totalement transposé cette directive dans son corpus juridique.

3.2. Au Sénégal

Les contenus médiatiques et culturels ne bénéficient pas d'une protection juridique claire, à la hauteur de leur exploitation par les grandes plateformes numériques telles que Google, TikTok et autres distributeurs de nouvelles en ligne, d'après les conclusions de l'étude menée par l'IPAO. Ces plateformes reprennent les contenus médiatiques à des fins commerciales, sans autorisation préalable, ni contrepartie financière. Les instruments juridiques en vigueur sont en retard par rapport à l'évolution de la technologie qui engendre une nouvelle forme d'économie des médias. Les raisons se trouvent dans les faiblesses du cadre juridique national et supranational.

La Loi 2008-09 du 25 janvier 2008 portant loi sur le Droit d'auteur et les droits voisins exclut les produits d'information de son champ d'application.

L'adoption du texte n° 2008-10 du 25 janvier 2008 portant Loi d'Orientation relative à la Société de l'Information (LOSI), malgré son esprit futuriste, n'a pas amené le législateur sénégalais à anticiper sur les mutations technologiques qui affecteront plus tard le paysage médiatique et artistique.

La Loi n° 2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la Presse s'est limitée à déterminer des sources de revenus pour les médias qui excluent et ignorent les opportunités qu'offre le développement du Numérique dans le monde. Son article 44 exige plutôt des médias le respect du Droit d'auteur des autres acteurs, mais ne milite pas, de façon explicite, pour une rémunération par un tiers qui utiliserait les contenus produits par les médias eux-mêmes.

Les vides et les imprécisions juridiques au détriment des contenus médiatiques sont plus perceptibles au niveau de certains instruments juridiques de portée communautaire, en vigueur dans les espaces de l'UEMOA et de la CEDEAO.

4. Des instruments communautaires insensibles à l'action des plateformes numériques

La CEDEAO et l'UEMOA statuent rarement sur le secteur des médias. Les textes communautaires, bien qu'instituant un cadre favorable à la protection des droits d'auteurs et droits voisins, notamment par le respect de la propriété littéraire et artistique, ne font pas cas de mécanismes de protection, en visant directement les GAFAM ou plateformes numériques. Les législations communautaires mettent en exergue les moyens par lesquels les œuvres protégées peuvent être transmises, notamment par les moyens de communication électronique ou en ligne, sans pour autant indiquer les responsabilités de ceux qui favorisent ou permettent ces transmissions ou mise à disposition du public.

Généralement, la faiblesse de ces textes est l'imprécision sur la reprise et l'exploitation des contenus médiatiques par les GAFAM et autres plateformes numériques.

Le Protocole A/P1/7/87 Accord culturel cadre pour la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) ne fait aucunement mention d'œuvre médiatiques.

L'Acte additionnel n° 06/2013/CCEG/UEMOA portant institution de la politique commune de développement culturel au sein de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) ne prend pas en compte la reprise et l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques par les plateformes en ligne.

La Directive n° 02/2018/CM/UEMOA portant harmonisation des dispositions relatives au droit d'auteur et aux droits voisins dans le domaine de l'image au sein de l'UEMOA est restrictive en ce qu'elle traite le droit d'auteur et les droits voisins dans le domaine de l'image. Elle ne prend pas en compte la reprise et l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques par les plateformes en ligne.

La Directive n° 03/2018/CM/UEMOA portant cadre réglementaire pour la production et la circulation de l'image au sein de l'UEMOA ignore également la reprise et l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques par les plateformes en ligne.

Le Directive n°07/2023/CM/UEMOA portant harmonisation des dispositions relatives au droit à rémunération pour copie privée au sein des États membres de l'UEMOA ne prend pas également en compte l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques par les plateformes en ligne.

La Directive n°07/2023/CM/UEMOA portant harmonisation des dispositions relatives au droit à rémunération pour copie privée au sein des États membres de l'UEMOA permet de lutter contre les atteintes aux droits de propriété littéraire et artistique au sein des Etats membres de l'UEMOA. Elle a pour finalités de contribuer à éradiquer les atteintes au Droit d'auteur et aux droits voisins, de favoriser la libre circulation des biens culturels protégés au titre du droit d'auteur et des droits voisins, entre autres.

5. Comment l'Europe et l'Amérique du Nord ont-elles réussi leurs opérations rattrapage ?

Face à la montée en puissance en puissance des plateformes numériques dans le domaine de la publicité et de l'utilisation des contenus produits par d'autres acteurs, les pays du Nord se sont rattrapés sur le plan réglementaire.

L'Union Européenne : DSA et DMA

La législation européenne est plus précise en ce qui concerne les relations entre les GAFAM et les titulaires de droits ou ayant droits, dans le cadre de la reprise et de l'exploitation de leurs contenus médiatiques ou artistiques. L'une des avancées majeures dans ces actions est l'adoption par l'Union Européenne du Règlement sur les Services Numériques (DSA : Digital Services Act) du 19 octobre 2022 et du Règlement sur les Marchés Numériques (DMA : Digital Markets Act) .

La législation sur les services numériques (DSA) met en pratique le principe selon lequel ce qui est illégal hors ligne est illégal en ligne. Elle fixe un ensemble de règles pour responsabiliser les plateformes numériques et lutter contre la diffusion de contenus illicites ou préjudiciables ou de produits illégaux. Cette législation succède à la directive dite e-commerce du 8 juin 2000, devenue dépassée.

Par ailleurs, s'agissant de la surveillance de ces plateformes, dans tous les pays de l'UE, il a été prévu de mettre en place un « coordinateur des services numériques », une autorité indépendante désignée par chaque État membre. Ces 27 coordinateurs sont chargés de contrôler le respect du règlement DSA dans leurs pays et de recevoir les plaintes à l'encontre des intermédiaires en ligne.

La Directive européenne sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché numérique

Le 17 avril 2019, la Directive 2019/790/UE du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique, modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, a été adoptée. La directive s'inscrivait dans le cadre de la stratégie initiée au niveau européen pour mettre en place un marché unique numérique (ou Digital Single Market). Elle avait pour objet de moderniser le droit de l'Union Européenne en matière de droits d'auteur, en tenant compte de l'augmentation des utilisations numériques et transfrontières de contenus protégés.

La directive introduit un nouveau droit pour les éditeurs de presse visant à faciliter l'octroi de licences pour l'utilisation de leurs publications en ligne, leur permettant de mieux défendre leurs droits et d'obtenir une rémunération afin de récupérer leurs investissements et ainsi assurer la pérennité du secteur de l'édition de presse. A partir de ce moment, toute utilisation (reproduction et mise à disposition du public) en ligne d'une publication de presse par un fournisseur de services de la société de l'information devra se faire avec l'autorisation de l'éditeur de presse concerné. Les agrégateurs de contenus devront par conséquent conclure des licences avec les éditeurs de presse afin de pouvoir publier tout ou partie de leurs publications. Ce nouveau droit ne s'applique toutefois pas aux utilisations faites par des utilisateurs individuels.

La législation australienne

En Australie, une loi obligeant les géants de la tech comme Facebook et Google a été adoptée en 2021, afin de rémunérer les médias pour la reprise de leurs contenus. Cette loi vise à garantir pour les entreprises de presse une rémunération équitable pour le contenu qu'elles génèrent, contribuant ainsi à faire vivre le journalisme d'intérêt public en Australie. Mais quelques jours avant ce vote, Facebook et Google avaient trouvé des accords avec des médias australiens, afin d'éviter d'être soumis à un arbitrage contraignant. Google a négocié des accords portant sur des millions de dollars avec notamment les deux principaux groupes de presse australiens : News Corp de Rupert Murdoch (sur une base mondiale) et Nine Entertainment (propriétaire du « Sydney Morning Herald »). De son côté, Facebook a fini par signer un premier accord avec le puissant groupe Seven West (qui possède notamment plusieurs chaînes de télévision). D'autres négociations seraient en cours.

Parallèlement, à la suite de Google, Facebook (devenu Meta) a promis d'investir environ un milliard de dollars dans les contenus d'actualité, dans les trois prochaines années, et ce dans le monde.

La Loi C-18 concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible du contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada

Le texte établit un cadre dans lequel les exploitants de nouvelles numériques et les entreprises qui produisent des informations peuvent conclure des accords concernant le contenu de nouvelles, rendu disponible par les intermédiaires de moyens numériques. Il vise également à indemniser les médias canadiens dans le cadre du partage de nouvelles sur les plate-

formes numériques. Ce cadre tient compte des principes de liberté d'expression et d'indépendance journalistique.

En 2023, Google a versé 100 millions aux médias canadiens, en échange d'une exemption de la loi sur les nouvelles en ligne. Le géant américain de la technologie a confirmé avoir transféré l'argent au Collectif canadien de journalistes, un organisme sans but lucratif, constitué en société fédérale, dirigé par des éditeurs de presse et des diffuseurs indépendants.

USA : Le Digital Millennium Copyright Act

Le Digital Millennium Copyright Act (DMCA) est une loi américaine adoptée en 1998. Le but de ce texte est de fournir un moyen de lutte contre les violations du Droit d'auteur. Il établit une législation adaptée à l'ère numérique pour la propriété intellectuelle. Parmi les dispositions de ce texte, il y a la possibilité d'interdire explicitement le contournement des techniques utilisées pour protéger les documents assujettis au droit des auteurs. Ainsi, la loi interdit le détournement de copie, mais également la distribution ou la mise à disposition de procédés qui permettent ce détournement. L'on assiste notamment à la censure de résultats sur Google (par exemple en ce qui concerne les requêtes portant sur le logiciel de peer to peer Kazaa) et à la fermeture du site Megaupload, le 19 janvier 2012.

Aujourd'hui, de grands hébergeurs américains de sites internet, de blogs et de fora, tels que Google, MSN Group, Blogger, Tumblr, WordPress et Yahoo!, permettent de rédiger une plainte DMCA en ligne, dans le but de simplifier et accélérer le dépôt.

Si la plainte de l'auteur lésé est confirmée, soit les pages concernées sont retirées, soit le site ayant violé les droits d'auteur est fermé.

France : La loi créant un droit voisin au profit des agences et des éditeurs de presse

La Loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse modifie certaines dispositions du Code de la propriété intellectuelle français, en vue d'instituer un droit voisin au profit des agences de presse et

des éditeurs de presse. La loi française, transposant ainsi l'article 15 de la directive du 17 avril 2019, permet aux éditeurs et agences de presse, d'autoriser contre rémunération la reproduction et la diffusion totale ou partielle des publications dont ils assurent l'édition par un service de communication en ligne.

6. Recommandations clés

A l'endroit des gouvernements africains

1. Les gouvernements ouest-africains doivent redéfinir le régime économique des médias traditionnels prévus par les législations nationales qui régissent ce secteur. Le nouveau régime économique des médias devra prendre en compte les nouvelles opportunités de financement des médias générées par l'exploitation de leurs contenus par les plateformes numériques.
2. Les gouvernements ouest-africains doivent prendre des dispositions réglementaires pour protéger marché publicitaire local à la hauteur des menaces qu'exercent les plateformes numériques, étant entendu que la publicité est la quasi-seule source de revenus des médias et des industries artistiques. 60 à 65% des annonces de l'offre publicitaire devrait être réservé aux médias locaux.
3. Les gouvernements ouest-africains doivent réviser les lois relatives au Droit d'auteurs pour étendre leurs champs d'application aux informations médiatiques de manière explicite.

A l'endroit des institutions régionales d'intégration

1. Les organisations d'intégration économique comme l'UEMOA et la CEDEAO doivent adopter un cadre harmonisé, notamment un Règlement communautaire d'application immédiate, pour favoriser un partenariat économique juste et équitable entre les médias, les créateurs de contenus culturels et les grandes plateformes numériques.

Aux organisations de presse et industries culturelles

1. Les acteurs des médias, des industries culturelles, la société civile des médias et les d'organisations qui militent pour un développement équitable doivent développer une plateforme pour engager un processus de plaidoyer stratégique à l'endroit des décideurs politiques nationaux et communautaires, afin de contribuer à la mise en place d'un cadre harmonisé, permettant aux médias, aux journalistes et aux producteurs de contenus africains de conclure des accords commerciaux équitables avec les plateformes numériques.

Pourquoi un Règlement communautaire ?

Les institutions d'intégration communautaire, en l'occurrence la Commission de la CEDEAO et de celle de l'UEMOA, doivent prendre les mesures réglementaires nécessaires, notamment un Règlement, qui autorisent les créateurs de contenus médiatiques et artistiques à demander une rémunération aux plateformes numériques qui reprennent leurs contenus. Un Règlement sera plus efficace pour les raisons suivantes :

Face au caractère transnational de l'action des grandes plateformes numériques ainsi que leur puissance, les acteurs sont unanimes sur l'inefficacité d'engager des négociations nationales et solitaires avec ces dernières ;

Au vu de l'urgence, une Directive communautaire ou un Protocole ne serait pas appropriée, dans la mesure où ce genre d'instrument exigera une transposition dans les corpus juridiques nationaux. Une transposition souvent dépendante des agendas politiques nationaux, qui peut donc prendre plusieurs années avant d'être effective ;

La migration du marché publicitaire local vers les grandes plateformes numériques nécessite des mesures politiques urgentes pour préserver cette opportunité de financement endogène.

ÉQUIPE DE RÉDACTION :

Birame Faye, Coordonnateur régional médias
à l'Institut Panos Afrique de l'Ouest

Dr Cheikh Tidiane WADE Géographe, Enseignant-chercheur
Université Assane SECK de Ziguinchor

Références bibliographiques

FAYE, Mor. Presse privée écrite en Afrique francophone. Enjeux démocratiques. Paris : L'Harmattan, 2009.

FRERE, Marie-Soleil. *Journalismes d'Afrique*. Bruxelles : De Boeck, Coll. « Info Com », 2016.

LOUM, Ndiaga. *Les médias et l'État au Sénégal. L'impossible autonomie*. Paris : L'Harmattan, 2003.

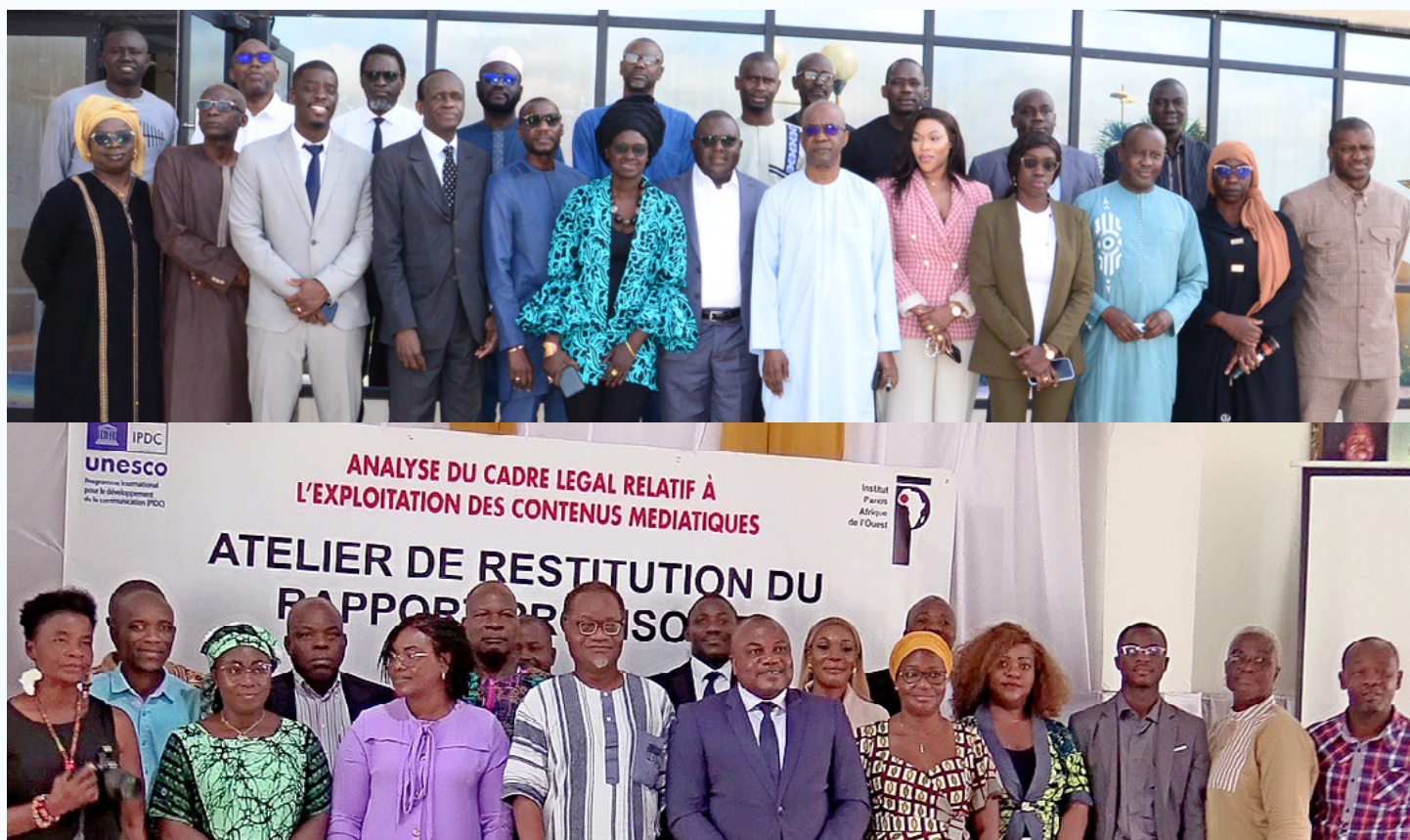
LOUM, Ndiaga. « *Les médias dans un contexte de pauvreté : entre contraintes et solutions.* », in Les Cahiers du journalisme, n°15-Hiver 2006 : pp 262-277.

NDIAYE, Elhadji Malick (coord.). *Ce que les GAFAM font aux médias africains. Enjeux socioéconomiques, éditoriaux et politiques de l'infomédiation*. Dakar : L'Harmattan Sénégal, 2022.

Présentation du projet

En 2024, l'Institut Panos Afrique de l'Ouest a été sélectionné par l'Unesco pour mettre en œuvre le projet « Relever le défi de la sécurité juridique des médias face aux nouveaux enjeux numériques au Sénégal et en Côte d'Ivoire », dans le cadre du Programme International de Développement de la Communication (PIDC).

L'objectif de ce projet est de renforcer la viabilité des médias en Afrique de l'Ouest face à l'action commerciale croissante des grandes plateformes numériques et autres agrégateurs de contenus, en mettant particulièrement l'accent sur l'amélioration des environnements juridiques nationaux et en Afrique de l'Ouest. Avec la collaboration avec des acteurs médiatiques et culturels, le projet mène un plaidoyer pour l'adoption de nouveaux mécanismes juridiques de protection des médias locaux contre l'action commerciale des GAFAM.



Photos de famille des ateliers de restitution des études sur les cadres juridiques relatifs à l'exploitation des contenus médiatiques et artistiques par les plateformes numériques au Sénégal et en Côte d'Ivoire