

# L'INFLUENCE DES *MAJORS* EN COMMUNICATION

## TRENTE ANS DE CONSTRUCTION D'UNE DOMINANCE INFORMATIONNELLE ET ECONOMIQUE MONDIALE

PAR

Fabrice LEQUEUX<sup>\*</sup> et Yves THEPAUT<sup>\*\*</sup>

La remise du Rapport MacBride, lors de la 21<sup>e</sup> Conférence générale de l'UNESCO (1980), a soulevé la question de l'asymétrie des flux informationnels entre les pays du Nord et du Sud et proposé la mise en place d'un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC).

Depuis, la numérisation et le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) ont largement transformé les activités de production, de traitement et de diffusion de l'information. A émergé une nouvelle industrie, au sein de laquelle se sont façonnées des positions concurrentielles mondiales dominées par les « *majors* » de la communication. La constitution de grands groupes peut s'expliquer par l'interaction des lois technico-économiques et des stratégies des firmes et acteurs institutionnels dans lesquelles elles s'insèrent. Dans la suite des débats sur le NOMIC, cette constitution d'un oligopole mondial, dominé par des grands groupes occidentaux, pose un sérieux problème puisqu'il s'agit, d'une part, d'un bien spécifique (l'information) ayant les caractéristiques d'un « bien collectif » et, d'autre part, de l'appropriation de ce bien et des technologies qui en assurent la maîtrise. La question du « fossé numérique » est d'autant plus préoccupante que les TIC sont actuellement au cœur de la croissance économique et que l'écart se creuse entre pays du Nord et du Sud.

Notre propos vise à mettre en évidence la prédominance des *majors* de la communication à l'échelle mondiale, c'est-à-dire des « entreprises majeures » qui se sont imposées dans ce secteur d'activités. Après avoir positionné ces firmes tout au long de la chaîne de valeur de l'industrie des technologies et des services informationnel, nous présentons un certain nombre de facteurs explicatifs de leur prédominance dans les différentes « strates » de cette industrie. Puis, nous pointons l'ampleur de leur omniprésence à l'international, que certains pays émergents tentent pourtant de contester.

### LES *MAJORS* EN COMMUNICATION DANS LA CHAÎNE DE VALEUR DES SERVICES INFORMATIONNELS

#### *Une place cruciale dans les économies développées*

De nos jours, les TIC et les services informationnels en réseaux occupent une place cruciale dans les systèmes productifs et se trouvent au cœur des économies développées. Toutefois, ce n'est pas tant par leur contribution au produit intérieur brut (PIB) qu'en raison

---

<sup>\*</sup> Maître de conférences en Economie à l'Université Paris Sud XI (France).

<sup>\*\*</sup> Maître de conférences en Sciences de l'information à l'Université Rennes II (France).

de leurs propriétés liées à leur caractère de « bien collectif ». Ainsi, l'OCDE évaluait en 1998 le poids des TIC dans le PIB à environ 8 % aux Etats-Unis et 6 % en Europe, alors que le rapport sur l'Initiative i2010<sup>1</sup> estimait que les TIC représentaient environ 5,5 % du PIB des Etats de l'Union européenne (UE) en 2003. Un autre rapport émanant de l'IDATE situait en 2008 la part de ce secteur à 7,5 % du PIB mondial<sup>2</sup>. Ce sont donc leurs effets découlant de leurs propriétés technologiques et socio-économiques spécifiques qui leur confèrent, en synergie avec l'information, les potentialités d'un nouveau système technique, économique et social qualifié de « *système technique contemporain* »<sup>3</sup>. Nous entrons ainsi dans l'« *économie informationnelle* », ou l'« *ère de l'information* », caractérisée par la « *société en réseaux* »<sup>4</sup>.

En effet, en 2010, bien que les disparités mises en évidence dans le rapport de la Commission MacBride ne se soient pas véritablement estompées, les choses ont bien changé du point de vue économique. On a assisté simultanément à une révolution technologique (la diffusion massive de la numérisation), à une déréglementation croissante des industries de réseau et à une intensification de la mondialisation. Dans le domaine de l'information, ces transformations fondamentales ont bouleversé l'organisation de secteurs d'activités traditionnellement indépendants, en renforçant leurs complémentarités et en redessinant de nouveaux marchés (multimédia) encore plus profitables<sup>5</sup>. Ainsi, la convergence des industries de l'informatique, des télécommunications, de l'électronique grand public et de l'audiovisuel, réorganisées en « strates » de l'industrie des services informationnels, a complètement chamboulé la donne concurrentielle. Si elle a permis l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché, elle a également engendré un vaste mouvement de restructuration par lequel des opérateurs de réseaux traditionnels ont cherché à s'imposer dans les industries de l'information et de la communication (Vivendi-Universal, Bouygues...)<sup>6</sup> et des fournisseurs d'accès à Internet ou opérateurs de télécommunications ont cherché tantôt à se rapprocher des fournisseurs de contenus (AOL-Time Warner), tantôt à développer leurs propres contenus audiovisuels (France Télécom, Orange).

Pour analyser cette convergence industrielle, les économistes et les gestionnaires ont coutume de recourir à la chaîne de valeur afin de décomposer l'industrie des TIC et des services informationnels en « strates » ou « couches ». Cette optique permet de positionner les entreprises qui se rattachent aux différentes activités de l'industrie et d'examiner plus finement leurs stratégies.

### ***Chaîne de valeur et positionnement des majors de communication***

La décomposition en couches des réseaux numériques varie en fonction des démarches d'analyse adoptées. Le modèle de l'OSI (*Open System Interconnexion*) proposé par l'International Standard Organisation (ISO) a été élaboré pour concevoir et analyser les systèmes en réseaux informatiques et de télécommunication. L'architecture du réseau est construite autour de sept couches classées par ordre croissant d'abstraction, des plus

---

<sup>1</sup> *i2010* est le nouveau cadre stratégique de la Commission européenne définissant les orientations politiques pour la société de l'information et les médias.

<sup>2</sup> Eric MALIN / Thierry PENARD, *Economie du numérique et de l'Internet*, Vuibert, Paris, 2010.

<sup>3</sup> Bertrand GILLE (dir.), *Histoire des techniques. Technique et civilisations. Technique et science*, Gallimard, Paris, 1978.

<sup>4</sup> Manuel CASTELLS, *L'Ère de l'information*, t. 1 « La société en réseaux », Fayard, Paris, 1998.

<sup>5</sup> Fabrice LEQUEUX, *Concurrence et effets de dominance économique dans l'industrie multimédia*, Thèse de Doctorat en sciences économiques, Université Paris I Panthéon-Sorbonne, 2002.

<sup>6</sup> Sur la stratégie effrénée des opérateurs de réseaux à s'imposer dans les industries de l'information et de la communication (Compagnie générale des eaux devenue Vivendi-Universal), cf. Pierre MUSSO, « Vivendi Universal : le nouveau champion du capitalisme informationnel », *Annuaire français de relations internationales*, vol. III, 2002, pp. 785-806.

« basses » ou « physiques » (les infrastructures) aux strates les plus « hautes » ou « logiques » (les services).

Elaborée par les ingénieurs, la décomposition en couches est intégrée par les économistes, souvent confrontés à des problématiques d'évaluation des performances et de diffusion des technologies. Les strates sont étroitement reliées entre elles pour des impératifs techniques et économiques et font intervenir différents secteurs de l'économie<sup>7</sup>. Cette optique considère alors trois strates. D'abord, celle des infrastructures, qui constitue la base ou support et permet la circulation des services offerts sur le réseau, puis celle de l'infrastructure, à savoir les logiciels et systèmes d'information, et, enfin, la couche de l'infomédiation, tels que les services d'intermédiation électronique, les portails Internet, le commerce électronique, etc.

Une décomposition plus fine est proposée par Richard Le Goff comme dépassement du modèle de l'OSI, lequel se limite à l'économie des télécommunications<sup>8</sup>. La chaîne de valeur doit être plus étendue pour rendre compte des particularités de l'économie informationnelle et des nouvelles problématiques inhérentes à son caractère global. En particulier, ce modèle « élargi » tient compte d'une nouvelle couche, qui, constituée par « les territoires », joue un rôle essentiel dans l'aménagement et l'organisation des infrastructures. Cette couche est parfois insuffisamment développée, ce qui entraîne l'absence d'offre de services informationnels numérisés sur certains territoires tels qu'un quartier d'une ville, un département, une région ou un espace national, voire supranational. Cette situation contribue à la formation ou à l'accentuation du « fossé numérique », que ce soit au sein d'un pays ou entre les pays, posant ainsi la problématique Nord-Sud dans le domaine des technologies numériques.

La question du « fossé numérique » est éclairée par l'analyse d'Alain Rallet et Fabrice Lequeux<sup>9</sup>, qui voient deux façons différentes de combiner les activités réparties sur cinq strates. Ils proposent alors de définir un modèle alternatif d'organisation industrielle qui, issu de la coopération entre les firmes de l'électronique grand public (EGP) et les opérateurs de télécommunications, serait susceptible de réduire la fracture numérique liée aux usages dans les pays développés. Alors que le modèle traditionnel est fondé sur la maîtrise de l'outil informatique, ce nouveau modèle s'affranchit du monde de l'informatique et repose sur des usages simples et intuitifs, propres au monde de l'EGP. Cependant, s'il étend potentiellement les frontières des marchés à la quasi-totalité de la population, les offres de services y sont généralement payantes, ce qui en réduit considérablement la portée, son accès étant limité aux usagers solvables.

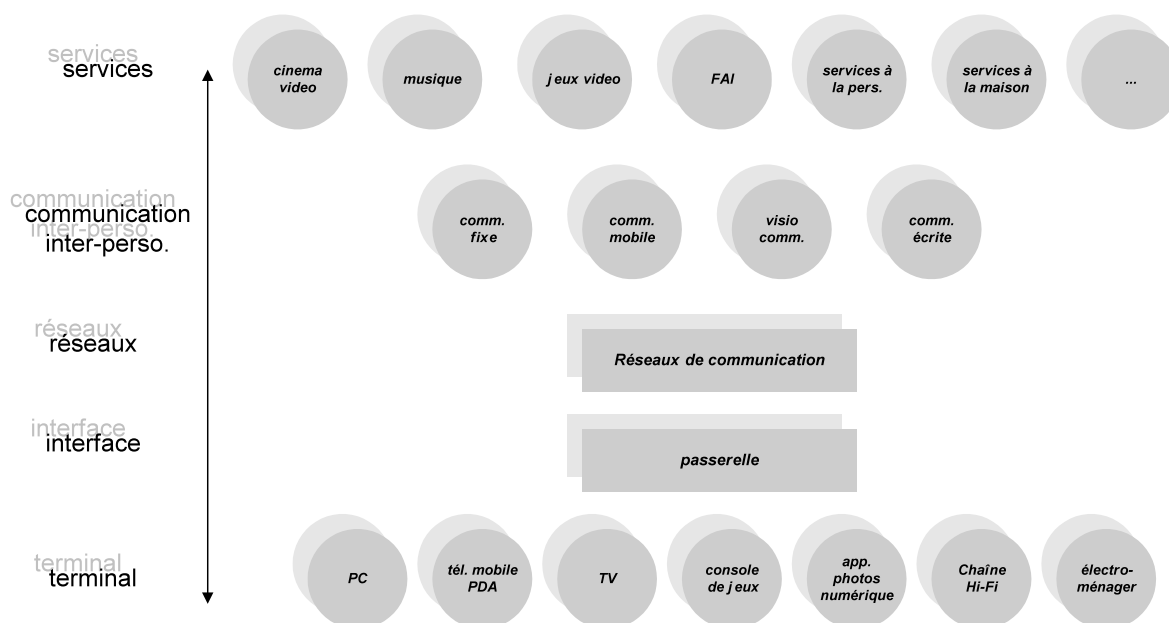
---

<sup>7</sup> Jérôme VICENTE, « Technologies de l'information et de la communication (TIC) et net-économie », in SESSI, *L'Industrie des TIC en chiffres*, Minefi (Industrie et services), Paris, 2003.

<sup>8</sup> Richard LE GOFF, « Aménagement numérique, attractivité des territoires et développement durable », *L'Ingénierie de territoire à l'épreuve du développement durable*, L'Harmattan, Paris, à paraître.

<sup>9</sup> Alain RALLET / Fabrice LEQUEUX, « Un Internet peut en cacher un autre : vers l'avènement du multimédia en ligne », *Réseaux*, vol. II, n° 124, 2004.

**Figure 1 : l'industrie des services informationnels**



Source : Alain RALLET / Fabrice LEQUEUX, « Un Internet peut en cacher un autre : vers l'avènement du multimédia en ligne », *Réseaux*, vol. II, n° 124, 2004

Ces deux modèles représentent en fait deux formes polaires de structuration de l'offre dans l'économie de marché. Comme ils ont une vocation universelle, puisque les technologies et les marchés sont mondiaux, ils sont de nature, d'une part, à encadrer les dynamiques d'évolution futures dans le domaine des TIC et des services informationnels et, d'autre part, à façonner en conséquence l'ordre mondial de l'information et de la communication. En particulier, ils laissent apparaître la difficulté de résoudre, via le marché seul, le problème de la fracture numérique au sein d'un pays ou entre pays et, en conséquence, la nécessité de l'intervention publique ou d'agences de régulation.

Ces dynamiques reposent sur l'existence de « lois » – entendues dans le sens de relations stables ou tendancielle entre les variables techniques, économiques, comportementales et institutionnelles – qui gouvernent les évolutions dans l'économie informationnelle. Spécifiques par rapport à celles des industries traditionnelles, elles constituent le cadre des stratégies des firmes, du comportement des usagers et des politiques publiques, comme l'aménagement de la structure de la concurrence par exemple. Ces lois expliquent la nature intrinsèquement oligopolistique des marchés de services informationnels et pèsent ainsi d'un poids fondamental sur l'ordre mondial de l'information et de la communication, même si d'autres facteurs interviennent comme les logiques du capitalisme et du libéralisme.

### LES FACTEURS EXPLICATIFS DE LA PREDOMINANCE DES MAJORS EN COMMUNICATION

Si, en fonction de leur secteur d'origine, les stratégies développées par les *majors* pour s'imposer sur les marchés mondiaux des services informationnels ont été très variées, il est incontestable qu'elles se sont appuyées sur deux séries de lois fondamentales qui gouvernent

le nouveau paradigme et résultent de deux phénomènes : l'automatisation et les externalités de réseau<sup>10</sup>.

### *Les lois technico-économiques liées à l'automatisation*

Ces lois résultent d'interactions dans lesquelles les facteurs technologiques et économiques sont dominants et mettent en jeu des acteurs essentiellement situés du côté de l'offre du marché. Deux phénomènes principaux sont analysés.

#### *Une fonction de coût de production spécifique : la loi des rendements d'échelle croissants*

L'automatisation - dont on fait remonter l'origine dans l'économie contemporaine à l'invention du transistor en 1947 - conduit, dans le domaine des activités immatérielles comme la production de services informationnels, à une fonction de coût spécifique caractérisée par des coûts fixes élevés (infrastructures, logiciels, etc.), des coûts variables faibles et un coût marginal négligeable, voire nul. Dans cette configuration, le coût unitaire baisse continuellement, entraînant des économies d'échelle, et le coût marginal de production, c'est-à-dire le coût d'une unité supplémentaire, est quasiment nul, du moins pour une structure de production donnée, tant que celle-là n'est pas sujette à encombrement.

Les rendements d'échelle croissants, qui résultent de l'augmentation de la taille de l'entreprise, sont particulièrement importants dans certaines activités en réseaux car leur production augmente à coût variable et à coût marginal négligeables, ce qu'illustrent les abonnements à durée illimitée dans la téléphonie ou sur Internet.

Les coûts fixes élevés, qui représentent une « barrière à l'entrée » pour les entreprises « postulantes » désireuses d'accéder au marché, et les rendements d'échelle croissants conduisent à des situations de « monopole naturel » et poussent à la concentration des firmes. Pour éviter les situations de domination des firmes et les rentes de monopole résultant de la concentration, la puissance publique a pris diverses mesures qui se sont échelonnées dans le temps, marquées notamment par l'adoption des lois anti-trust aux Etats-Unis à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, le démantèlement de AT&T (American Telephone and Telegraph) en 1984 et les procès intentés à la société Microsoft à partir de 1998 pour abus de position dominante. Le procès de cette *major* dans le domaine des logiciels, condamnée en première instance à être scindée en trois sociétés, s'est soldé en appel par un compromis, imposé par l'administration Bush afin de sauvegarder l'un des fleurons de l'industrie américaine. L'argumentation des défenseurs de Microsoft s'appuyait notamment sur la théorie de la « concurrence potentielle », selon laquelle l'existence de quasi-monopoles, détenus par des sociétés comme Microsoft (environ 95 % du marché des systèmes d'exploitation équipant les micro-ordinateurs dans le monde), se justifie en raison de leurs performances stimulées par la menace d'entrée sur le marché exercée par d'autres firmes. Elle reposait également sur le fait que la cristallisation du système d'exploitation autour d'un standard unique (Windows) permettait d'encourager les innovations en matière de services et de logiciels destinés à ce standard.

#### *La firme « mono-technologie » et « multi-produits » : loi des rendements de gamme ou de variété*

En transformant la firme en une entreprise « mono-technologie » mais « multi-produits », l'automatisation la dote de la capacité d'élaborer une production différenciée et variée<sup>11</sup>. L'automatisation produit alors des rendements croissants qualifiés de rendements de

<sup>10</sup> Yves THEPAUT, *Information, pouvoir, économie*, Economica, Paris, 2002.

<sup>11</sup> Benjamin CORIAT, *L'Atelier et le robot*, Christian Bourgois, Paris, 1990.

gamme ou de variété, ou encore d'envergure. La réflexion menée autour de la notion d'économies de variété est devenue centrale, avec le développement de services de télécommunications « à valeur ajoutée » fournis à partir d'une même infrastructure (le réseau de télécommunication), l'entreprise « mono-technologie » étant capable, grâce aux TIC, d'offrir de multiples services relatifs au transfert de données, de la voix et de l'image, animée ou non.

Cette réflexion a largement été développée, à la fin des années 1960, aux Etats-Unis par la recherche de nouveaux fondements théoriques à la déréglementation de ce type de services. En effet, la réglementation existante se devait d'être modifiée dans l'intérêt des usagers car, compte tenu des avancées technologiques, il apparaissait que de petites entreprises étaient désormais capables d'offrir ces services ou des services concurrents à des prix moindres que les prix pratiqués par les grands opérateurs historiques bénéficiant de monopoles d'exploitation des services de base. Cependant, une conclusion à laquelle aboutit la théorie de la « firme multi-produits » tient à ce qu'il n'y a pas de principe général à la supériorité des coûts de la production séparée dans des firmes différentes, par rapport aux coûts de la production jointe dans une seule entreprise. Les deux cas de figure peuvent donc coexister selon les activités.

Quoi qu'il en soit, le processus de déréglementation des industries de réseaux s'appuie sur ce cadre théorique depuis son application aux Etats-Unis et en Grande Bretagne, à la fin des années 1970, sous les administrations de Ronald Reagan et de Margaret Thatcher. Le mouvement d'ouverture des marchés des télécommunications et la mise en concurrence des opérateurs historiques avec de nouveaux entrants se sont ensuite poursuivis en Europe, avec des résultats peu satisfaisants si on en juge aux pratiques anticoncurrentielles de certains opérateurs, comme ce fut le cas, par exemple, avec les trois opérateurs français de télécommunication mobile condamnés en 2007 pour entente illicite sur les tarifs des SMS (*Short Message System*).

D'un autre point de vue, les économies de variété représentent une contre-tendance possible à la concentration, car elles rendent efficaces de petites unités de production. Qu'en est-il dans la réalité face, d'une part, à la puissance financière des *majors* qui ont le pouvoir de racheter les petites entreprises comme les *start-up* et, d'autre part, aux effets de *feed-back* positifs qui renforcent leur pouvoir économique et informationnel ?

### *Les lois socio-économiques représentées par les externalités de réseau*

Ces lois résultent d'interactions dans lesquelles les facteurs économiques et sociaux sont dominants et mettent en jeu des acteurs essentiellement situés du côté de la demande du marché. Elles sont renforcées par la numérisation, qui facilite la duplication et la transmission des informations, amplifie leurs effets et marque ainsi une rupture importante dans l'analyse des réseaux numérisés par rapport aux réseaux traditionnels.

#### *La loi de Robert Metcalfe ou les externalités directes de réseau*

Les externalités directes de réseau interviennent lorsque l'accroissement du nombre d'utilisateurs d'un bien, d'un service ou d'une technologie a un effet direct sur l'utilité que retirent les utilisateurs de ce bien, service ou technologie. La téléphonie est un exemple typique de réseau soumis à des externalités directes : plus le nombre d'abonnés au réseau est élevé et plus l'utilité du service offert à chaque utilisateur est importante. Autrement dit, les grands réseaux attirent davantage d'utilisateurs que les petits réseaux, car plus le réseau est étendu, plus le fait d'en faire partie est intéressant. D'où la loi de Metcalfe selon laquelle « la

valeur d'un réseau augmente en raison du carré du nombre de ses utilisateurs»<sup>12</sup>. Les opérateurs ont donc intérêt à disposer de réseaux de taille importante, ce qui pousse à la concentration. C'est notamment le cas pour certains « réseaux sociaux » numérisés, dont le nombre d'utilisateurs ne cesse d'augmenter de jour en jour et qui ne semblent donc plus soumis à la concurrence (FaceBook, Twitter, etc.).

#### *Les externalités indirectes de réseau*

Les externalités indirectes de réseau se produisent lorsque l'accroissement du nombre d'utilisateurs d'un produit, d'un service ou d'une technologie engendre une amélioration des caractéristiques de leur offre ou de l'offre de biens et services complémentaires. En d'autres termes, ces externalités sont liées aux « effets de club ». Elles ne sont pas nécessairement propres aux réseaux physiques et se retrouvent sur de nombreux marchés. L'exemple-type d'externalités indirectes de réseau est l'accroissement de la qualité et de la variété des programmes, logiciels ou audiovisuels destinés à un terminal ou à une machine qui bénéficie d'un grand nombre d'utilisateurs (large base installée).

#### *L'effet de feedback ou spirale positive*

Il résulte de ces lois économiques liées aux réseaux d'utilisateurs un effet d'entraînement dans lequel le réseau le plus vaste tendra inévitablement à se renforcer et à devenir encore plus vaste. Ces effets d'entraînement possèdent un caractère cumulatif, qui peut être positif pour les uns et négatif pour les autres. Phénomène bien connu : il suffit qu'un système prenne une avance pour que les nouveaux utilisateurs s'y rallient puisqu'ils bénéficient d'externalités – directes et indirectes – plus importantes, ce qui entraîne une tendance à la constitution de monopoles, comme l'illustre l'exemple du PC et de Windows. Si les utilisateurs apprécient le système d'exploitation et les logiciels de Microsoft, c'est parce qu'ils sont largement utilisés et qu'ils sont devenus *de facto* le standard de l'industrie.

L'élément crucial de cette approche est que le *feedback* positif lié à la demande présente comme particularité de « *fortifier les forts et d'affaiblir les faibles* ». En effet, on assiste à un cercle vertueux qui peut conduire à la domination totale de l'entreprise ou de la technologie qui est parvenue à prendre une avance sur ses concurrentes. Les conséquences de ces lois économiques sont une tendance générale à l'élargissement des réseaux au niveau mondial et à la concentration des firmes sur chacune des strates de l'industrie. Ce phénomène est d'autant plus marqué qu'il est renforcé par une intercomplémentarité des différentes strates de l'industrie, si bien que celles-là forment elles-mêmes « un réseau », soumis aux externalités. On peut alors parler de « biens-systèmes »<sup>13</sup> pour les services informationnels. Tous ces éléments expliquent à la fois la concentration des marchés au niveau international et les stratégies de certaines firmes à s'intégrer verticalement et à développer leur activité sur plusieurs couches de l'industrie.

Cependant, les changements technologiques et la pression concurrentielle modifient dans le temps les situations des firmes, de telle sorte qu'aucune position dominante n'est jamais définitivement acquise, même si la structure du marché demeure par essence oligopolistique, une *major* en remplaçant une autre ! Qu'en est-il effectivement au plan mondial ?

## DOMINATION MONDIALE DES MAJORS ET CONTRE-TENDANCES

---

<sup>12</sup> Carl SHAPIRO / Hal VARIAN, *Economie de l'information*, De Boeck Université, 1999.

<sup>13</sup> Michael KATZ / Carl SHAPIRO, « Systems competition and network effects », *Journal of Economic Perspectives*, vol. VIII, n° 2, 1994, pp. 93-115.

## *L'écrasante domination mondiale des majors*

Le résultat simultané de ces lois économiques et de ces stratégies de prises de position à l'international dans le contexte de la globalisation est que la culture et la communication, comme d'autres activités industrielles, sont dominées à l'échelle mondiale par un petit groupe de firmes, le plus souvent originaires des Etats-Unis, de sorte qu'on peut désormais parler d'oligopole mondial des services informationnels. Si, comme le soulignait Philippe Pierre, « dans le mouvement de globalisation des espaces d'échanges économiques, une forme américaine de culture mondiale s'est imposée et, depuis la Seconde Guerre mondiale, peuple la planète de ses réalisations : blue jeans, grandes marques de soda, séries télévisées, parcs d'attraction géants et fast food en sont autant d'éléments apparents », il semble qu'on assiste depuis les vingt dernières années à une hégémonie mondiale des grandes firmes occidentales – si ce n'est américaines – dans le domaine des services informationnels, de la culture et de la communication. Ainsi, à titre d'exemple, voyons la situation de quelques sociétés incontournables dans les différentes couches de l'industrie des services informationnels.

Dans le secteur cinématographique – strate des contenus informationnels –, la domination des Etats-Unis est écrasante : en 2009, les vingt premières productions du *box-office* mondial sont américaines ! Le marché mondial de la distribution cinématographique est organisé en oligopole « à frange » : les deux-tiers du marché sont détenus par seulement six grandes sociétés – dont cinq sont aux Etats-Unis –, tandis que plus de cinquante entreprises se partagent le dernier tiers.

**Tableau 1 : les 20 premières productions cinématographiques mondiales en 2009 (en millions de dollars)**

	<b>Original title</b>	<b>Studio</b>	<b>Country of origin</b>	<b>North American box office</b>	<b>International box office</b>	<b>Total</b>
1	Harry Potter and the Half-Blood Prince	Warner Bros.	GB inc/US	302	632	934
2	Avatar <sup>(1)</sup> <sup>(2)</sup>	Fox	US/GB	352	547	899
3	Ice Age: Dawn of the Dinosaurs <sup>(2)</sup>	Fox	US	197	691	888
4	Transformers: Revenge of the Fallen	Paramount	US	402	433	835
5	2012 <sup>(1)</sup>	Sony	US/CA	163	591	754
6	Up <sup>(2)</sup>	Disney	US	293	417	710
7	New Moon <sup>(1)</sup>	Summit	US	288	400	688
8	Angels & Demons	Sony	US	133	352	485
9	The Hangover	Warner Bros.	US/DE	277	190	467
10	Night at the Museum: Battle of the...	Fox	US/CA	177	238	415
11	Star Trek	Paramount	US	258	128	386
12	Monsters vs. Aliens	Par- D'Works	US	198	183	381
13	X-Men Origins: Wolverine	Fox	US	180	195	375
14	Terminator Salvation	WB-Sony	US	125	247	372
15	Fast & Furious	Universal	US	155	208	363
16	Inglourious Basterds	Weinstein-U	US/DE	121	199	320
17	The Proposal	Disney	US	164	153	317
18	A Christmas Carol <sup>(1)</sup>	Disney	US	137	174	311
19	G.I. Joe: The Rise of Cobra	Paramount	US/CZ	150	152	302
20	G.Force	Disney	US	119	165	284







(1) Still on release in 2010.

(2) Films available in 3D distribution.

Sources: *Variety*, OBS



Tableau 2 : parts de marché globales des *majors* du cinéma en 2009

	Distributeur	Nombre de sorties en salle	En % des sorties	Nombre d'entrées (en millions)	En % des entrées	Recettes (en millions de dollars)	En % des recettes
1.		218	4.4 %	495	16.0 %	\$ 3 339	16.1 %
2.		214	4.4 %	470	14.9 %	\$ 3 073	14.8 %
3.		226	4.6 %	292	10.2 %	\$ 2 080	10.0 %
4.		206	4.2 %	276	9.4 %	\$ 1 980	9.5 %
5.		194	4.0 %	207	7.5 %	\$ 1 551	7.5 %
6.		27	0.6 %	146	4,2 %	\$ 923	4.4 %

Source : site Internet [www.showbizdata.com/worldbox.cfm](http://www.showbizdata.com/worldbox.cfm).

Dans la strate des « infomédiaires » (interface / passerelle), le marché mondial n'est guerre plus concurrentiel. *Leader* incontesté des moteurs de recherche, Google a une part de marché aux Etats-Unis qui atteint 65,4 % en 2010, avec 9,9 milliards de requêtes (+ 2,4 points par rapport à 2009), loin devant son principal rival Yahoo !, qui rassemble seulement 17 % de parts de marché et dont la position tend à s'affaiblir (- 4 points sur 2009) avec 2,6 milliards de recherches. Seul Microsoft, numéro trois dans le domaine avec le moteur de recherche Bing, renforce sa position – encore très modérée –, avec 11,3 % (+ 2,7 points sur 2009) et 1,7 milliard de requêtes.

En Europe, Google s'est construit une position de quasi-monopole, notamment avec sa stratégie de barre d'outils intégrée aux logiciels. Sa part de marché atteint 89,2 % en France (contre 3,6 % pour Bing et 2,4 pour Yahoo !), 90,8 % au Royaume-Uni (3,5 % pour Yahoo ! et 3,1 % pour Bing), 92,8 % en Espagne (1,3 % pour Bing et 1,1 % pour Yahoo !), 94,2 % en Allemagne (1,0 % pour Yahoo ! et 0,9 % pour Bing). Il ne semble pas y avoir de données disponibles pour l'Afrique, mais il est fort probable que les trois *leaders* Google, Yahoo ! et Microsoft y dominent le marché. On observe alors une forte concentration de la strate des « infomédiaires », avec une nette domination des firmes des Etats-Unis, qui semblent contrôler au niveau mondial – à l'exception toutefois de la Chine – la recherche d'informations sur Internet.

Tableau 3 : le marché des moteurs de recherche aux Etats-Unis en janvier 2010

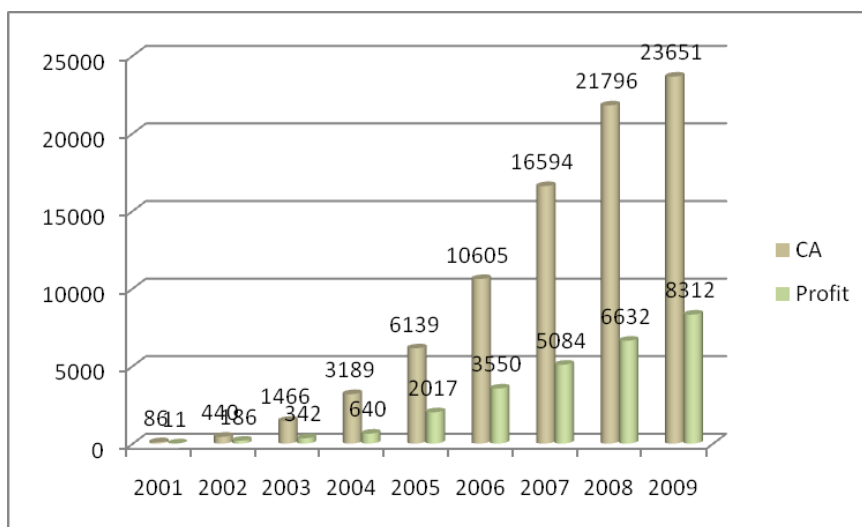
	Parts de marché janv. 2010	Parts de marché janv. 2009	Evolution sur 1 an (en nombre de points)
Google	65,4%	63%	+ 2,4
Yahoo!	17%	21%	- 4
Bing	11,3%	8,5%	+ 2,7

Ask	3,9 %	3,8 %	- 0,1
AOL	3,7 %	2,5 %	- 1,2

Source : ComScore, journaldunet.com

L'analyse du chiffre d'affaires est édifiante. Au cours des dix dernières années, le produit des ventes de Google a été multiplié par 275, passant de 86 millions de dollars en 2001 à plus de 26 milliards en 2009. Plus rien ne semble désormais freiner la progression de Google, dont le taux de profit a progressé de 13 % en 2001 à plus de 35 % en 2009 et a même atteint 37 % au premier trimestre 2010.

**Figure 2 : Evolution du chiffre d'affaires et du profit de Google (en millions de dollars)**



Source : site Internet [investor.google.com/financial/tables.html](http://investor.google.com/financial/tables.html).

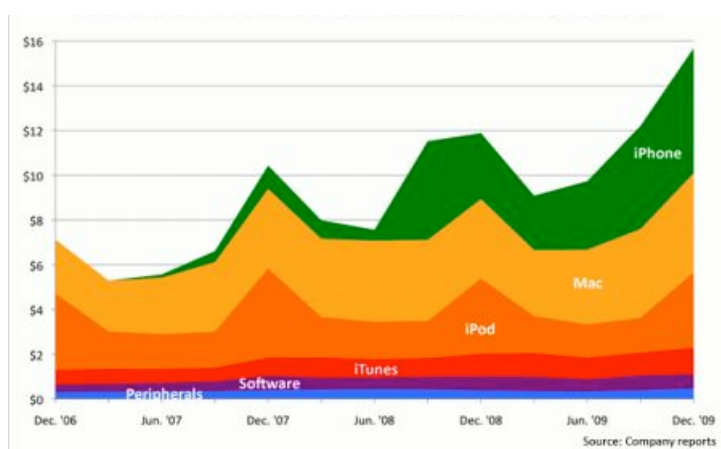
Concernant la strate *hardware* (terminaux), l'analyse est un peu plus complexe dans la mesure où les firmes se sont largement diversifiées et ont pris position sur un ensemble de marchés destinés à des usages très différents (micro-ordinateur, console de jeux, *smartphone*, baladeur mp3, etc.). La concurrence y est plus rude que dans le domaine des moteurs de recherche, mais elle s'organise néanmoins dans le cadre d'un oligopole mondial, où trois des six premiers constructeurs mondiaux sont américains : Hewlett-Packard (Etats-Unis), Dell (Etats-Unis), Acer (Taïwan), Lenovo (Chine), Toshiba (Japon), Apple (Etats-Unis). Si Apple ne détient que 7,5 % de parts de marché en 2010, son poids dans le domaine de l'information et de la communication est désormais écrasant. Les résultats de l'exercice 2009-2010 – clos le 30 septembre – montrent que, désormais, les profits d'Apple dépassent ceux d'IBM (4,3 milliards de dollars de bénéfice net, contre 3,6 pour IBM) et le chiffre d'affaires dépasse celui de Microsoft (65,2 milliards de dollars contre 62,4 milliards pour Microsoft). Si ces résultats s'expliquent en partie par une croissance des ventes Mac (+ 23,3 % en 2010), c'est sans doute la prise de position d'Apple sur le marché des *smartphones* qui en est la clef de voûte. Lancé aux Etats-Unis en juin 2007, l'iPhone a en effet « colonisé » toute la planète et pris une place prépondérante dans le chiffre d'affaires d'Apple. A lui seul, il représente 35 % du chiffre d'affaires en décembre 2009, contre 29 % pour les Mac, 21 % pour l'iPod et 15 % pour le reste (iTunes, logiciels et périphériques).

**Tableau 4 : les *majors* mondiales du *hardware***

	Résultat net 2009-2010 (en milliards de dollars)
Microsoft	4,5
Apple	4,3
IBM	3,6
Samsung	2,7
Hewlett-Packard	1,8

Source : *Les Echos*, 20 oct. 2010

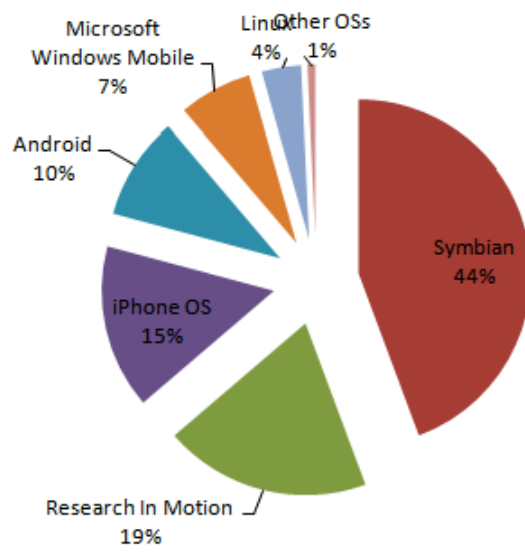
**Figure 3 : chiffre d'affaire d'Apple par activité  
(en millions de dollars)**



Source : site Internet [www.journal-iphone.fr](http://www.journal-iphone.fr).

Sur l'exercice 2009-2010, Apple a vendu 14,102 millions d'iPhone, en progression de presque 100 % par rapport à l'exercice précédent et, pour la première fois, les ventes de l'iPhone ont dépassé celles du Blackberry (du constructeur canadien Reseach In Motion, RIM). Si la bataille des années 1980-90 s'est située sur la construction d'un quasi-monopole des systèmes d'exploitations pour PC (avec Microsoft Windows), il est désormais incontestable que la nouvelle guerre concerne l'imposition d'un système d'exploitation par téléphone mobile. Actuellement, le marché semble largement occupé par le système Symbian, issu de la coopération des principaux constructeurs Nokia, Motorola, Sony-Ericsson et Matsushita et devenu logiciel libre à l'occasion de son rachat à 100 % par Nokia en juin 2008. Avec 44 % de parts de marché mondial, le système de Nokia devance les systèmes d'exploitation concurrents (19 % pour RIM, 15 % pour Apple, 10 % pour Google Android et 7 % pour Windows mobile). Cela étant, les choses ne sont pas encore figées et, dans cette concurrence reposant en grande partie sur les effets de réseaux, la progression des ventes d'iPhone pourrait bien renverser la donne concurrentielle.

Figure 4 : part de marché mondial des systèmes d'exploitation sur *smartphone* (1<sup>er</sup> trimestre 2010)

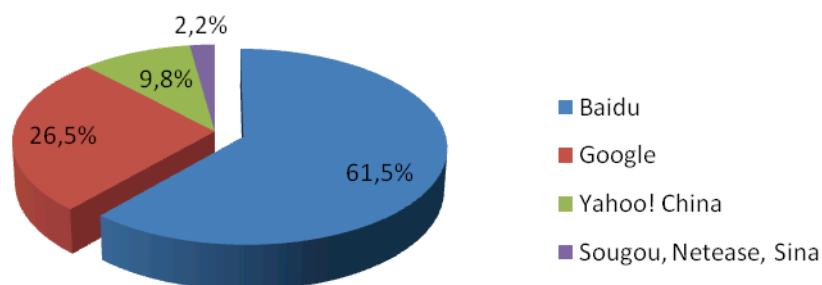


Dans tous les cas, il est évident que les choses n'ont pas vraiment changé depuis les débats sur le NOMIC en 1980. Les flux d'échanges informationnels Nord-Sud ne se sont pas rééquilibrés. Le monde de l'information et de la communication est contrôlé par un oligopole mondial dominé par une poignée de firmes occidentales, dont les taux de profit battent chaque année record sur record. Il est alors incontestable que, finalement, la notion de développement s'est construite autour de la projection du « modèle » d'organisation économique et sociale des pays du Nord sur les pays du Sud<sup>14</sup>, dont celui défendu d'abord par les Etats-Unis. Les actions des pays industrialisés en direction des pays en développement ont ainsi inévitablement conduit à une prépondérance économique des firmes occidentales dans l'économie des pays en développement. Certaines anciennes thèses – notamment la théorie de la dépendance de Samir Amin<sup>15</sup> –, en affirmant que le sous-développement résulte essentiellement de la dépendance économique des pays du Sud envers les pays du Nord plutôt que d'un retard industriel, semblent alors retrouver un regain d'actualité.

### *La timide contestation des pays émergents*

Principal contestataire de la suprématie des firmes occidentales sur le marché des services informationnels, la Chine affirme une contre-tendance en tentant d'imposer sa propre organisation du marché. Le bras de fer entre Google et le gouvernement chinois sur le contrôle des informations a, dans un premier temps, tourné à l'avantage de Pékin, Google ayant finalement accepté de s'autocensurer afin de renouveler sa licence ICP (*Internet Content Provider*) sur le marché si fructueux de l'Internet en Chine. Puis, se disant excédé par la censure et les cyberattaques – notamment contre les comptes *emails* des militants chinois des droits de l'homme –, Google a décidé de rediriger automatiquement les internautes chinois vers son portail de Hong Kong (Google.com.hk). La société a dû céder une nouvelle fois pour supprimer ce renvoi automatique et censurer les recherches sur le site Google.cn, comme l'exigent les autorités, soucieuses de contrôler l'Internet chinois. Cette bataille perpétuelle a permis à la Chine de développer son propre moteur de recherche, appelé Baidu, et de l'imposer comme *leader* de strate infomédiation en Chine. Ainsi, le moteur de recherche représente 61,5 % du marché de la recherche d'information (estimé en 2009 à 135 millions de dollars) et devance largement Google (26,5 %) et Yahoo ! Chine (9,8 %).

**Figure 5 : part du marché chinois des moteurs de recherche  
(en % des chiffres d'affaires)**



Source : « Analysis International », *Wall Street Journal*.

<sup>14</sup> Jean-Paul LAFRANCE *et al.*, *Place et rôle de la communication dans le développement international*, Presses de l'Université du Québec, Laval, 2006.

<sup>15</sup> Samir AMIN, *Les Effets structurels de l'intégration internationale des économies précapitalistes. Une étude théorique du mécanisme qui a engendré les économies dites sous-développées*, Thèse en Science de l'économie, Paris, 1957.

De la même façon, le site de l'encyclopédie collaborative Wikipédia, devenant de plus en plus populaire en Chine, a été bloqué par les autorités en 2005, avant de refaire une timide réapparition pour les Jeux olympiques de 2008. Entre temps, la Chine a développé sa propre encyclopédie censurée, Baidu Baike.

Sur un autre registre, l'Inde a actuellement entamé des négociations avec le constructeur du BlackBerry, RIM. En effet, afin de sécuriser les informations échangées par les utilisateurs du *smartphone* – souvent des professionnels –, la société canadienne utilise un algorithme de cryptage des SMS, *emails* et autres données ; ces informations passent donc nécessairement par les serveurs de RIM pour y être cryptées et décryptées avant d'être envoyées à leur destinataire. Or, après les attentats de Mumbai de novembre 2008, les autorités indiennes entendent bien avoir un droit de regard sur les informations circulant entre les 400 000 utilisateurs de BlackBerry en Inde. De même, pour l'Arabie saoudite comme pour les Emirats arabes unis, qui censurent largement l'Internet, mais constituent le centre des affaires des pays du Golfe, la pression a été mise sur la société RIM afin d'assouplir le cryptage des données entre les 500 000 utilisateurs. Menacée d'une interdiction pure et simple d'accéder aux *chats*, *emails* et recherches sur Internet, RIM a dû céder et installer, en Arabie saoudite, un serveur de cryptage susceptible d'être contrôlé par les autorités locales.

#### REVENIR A L'INFORMATION COMME « BIEN COLLECTIF »

Trente ans après les débats relevant du Rapport MacBride, la question d'un « ordre mondial de l'information et de la communication » reste toujours d'actualité. Le déséquilibre des flux informationnels Nord-Sud s'est davantage accentué si on en juge par l'omniprésence des *majors* occidentales dans l'industrie des services informationnels. Et, depuis la fin des années 1970, les déréglementations visant à libéraliser les activités de réseaux et à ouvrir la concurrence sur les marchés traditionnellement contrôlés par les monopoles historiques n'ont finalement pas abouti aux résultats attendus de la libre concurrence. Cette situation s'explique essentiellement par les caractéristiques de l'industrie de l'information, de la culture et des médias, gouvernée par des lois technico-économiques et sociales qui tendent à la concentration de structures de marché. En effet, la structure des coûts de production, les externalités de réseaux et le caractère cumulatif de leurs effets entretiennent dans cette industrie une dynamique concurrentielle qui débouche sur la constitution d'un oligopole mondial.

D'un point de vue conceptuel, l'information possède les propriétés de non-rivalité, c'est-à-dire que sa consommation par un agent ne réduit pas la quantité disponible pour les autres agents, et de non-exclusion, c'est-à-dire qu'aucun agent ne peut pas être exclu de sa consommation. Dans ce cas, elle devrait être universellement partagée et considérée comme un bien collectif mondial dans la mesure où, du point de vue économique, son rendement social est supérieur au rendement individuel. Ainsi, qu'il soit concentré dans les mains d'une poignée de *majors* occidentales ou centralisé par les autorités gouvernementales, le contrôle de l'information en tant que « bien collectif » non seulement s'oppose à l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme<sup>16</sup>, mais pose également un sérieux problème de développement économique équilibré au plan mondial.

---

<sup>16</sup> « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ».

En effet, l'information représente aujourd'hui un facteur décisif de productivité des entreprises et les activités à fort contenu informationnel deviennent une source essentielle de valeur ajoutée, garantissant la croissance économique de demain. Ainsi, privés de ces activités, les pays du Sud risquent d'être à nouveau les « laissés pour compte » du développement économique mondial. Aujourd'hui comme en 1980, il est nécessaire de considérer l'Ordre Mondial de l'Information et de la Communication comme indissociable de l'Ordre Economique Mondial. Une nécessité déjà pointée il y a plus de trente ans !