

Université Panthéon-Assas

école doctorale de sciences de l'information

Thèse de doctorat en sciences de l'information
et de la communication

soutenue le 12 décembre 2011

mention très bien avec félicitations du jury

La distribution des films par Internet : enjeux socioculturels, économiques et géopolitiques



Université Panthéon-Assas

Thèse de Doctorat / décembre 2011

Sophie Boudet-Dalbin

Sous la direction de Francis Balle

Membres du jury :

Gilles Le Blanc (rapporteur)

Bernard Valade (rapporteur)

Jacques Barrat

Maurice Ronai

Principaux résultats :

Facteurs constitutifs du nouveau paradigme numérique _____ **4**

Culture numérique : mutation profonde des comportements de consommation

E-commerce : bouleversement des modèles de production et distribution

Droit de l'immatériel : remise en cause de la propriété intellectuelle

Mise en perspective de l'approche visant à lutter contre le tout-gratuit sur le net ____ **6**

Culture du gratuit : migration des modèles de création de la valeur

Echange P2P : des effets sur l'industrie difficiles à mesurer

Lutte contre le téléchargement illégal : limites de la réponse législative

Analyse des stratégies d'acteurs pour la distribution numérique des films _____ **8**

Ecosystème de la VoD : grande hétérogénéité des acteurs

Recherche d'avantages comparatifs : organisation des facteurs de concurrence

Stratégies concurrentielles : un marché instable mais des tendances se dessinent

Défis pour la régulation de la VoD en Europe _____ **11**

Obstacles à surmonter : le système implose et pâtit de ses contradictions

Encourager la circulation : création d'un marché unique européen de la VoD

Soutenir la production : l'enjeu du financement de la création est central

Résumé

A l'heure d'Internet, l'avenir du cinéma est en jeu. Les TIC nous font entrer dans une nouvelle ère dont la caractéristique centrale est le transport instantané de données immatérielles. Les modes de fonctionnement de la société, de l'économie et du droit d'auteur s'en trouvent bouleversés. L'adoption rapide des usages et l'extrême volatilité des modèles appellent à un ajustement des stratégies pour concilier développement technologique et juste rémunération des ayants droit.

Avec la disparition de la notion de territorialité et la remise en cause du concept de propriété, l'Etat tente d'ajuster les diverses législations en vigueur et se lance dans une course de vitesse contre le numérique. L'industrie sort, quant à elle, progressivement d'une position défensive et s'efforce de développer des offres et services innovants. Mais la remise en cause de la chronologie des médias et l'arrivée d'une multitude d'acteurs qui ne participent pas au financement de la création, requièrent des solutions novatrices et de nature supranationale.

S'il est important de faire évoluer les cadres juridiques et réglementaires pour soutenir et favoriser la distribution des films à la demande, il est également urgent de concevoir collectivement la manière dont les nouvelles pratiques de la génération connectée peuvent contribuer à un soutien équilibré de la production, condition fondamentale pour la pérennité du cinéma.

Cette recherche pluridisciplinaire est une étude prospective qui vise à trouver des solutions concrètes en mesure de dépasser les stéréotypes et de réconcilier les motivations et contraintes des divers acteurs : industries, créateurs, publics, gouvernements.

Facteurs constitutifs du nouveau paradigme numérique

1. Aujourd'hui, 1,8 milliard de personnes disposent d'un accès à Internet dans le monde et 70 % des Européens déclarent ne plus pouvoir vivre sans un accès quotidien au *net*. **Un nouveau paradigme apparaît**. Individus, entreprises et gouvernements tentent d'y trouver leur place, leurs chaînes de valeur, leurs méthodes, leurs stratégies, leurs modèles d'organisation.

2. Dans un monde de flux dominé par l'omniprésence des contenus et la surcharge des informations, **le pouvoir n'est plus entre les mains de ceux qui contrôlent les canaux de distribution mais de ceux qui maîtrisent les ressources limitées de l'attention du public**.

3. Afin d'inciter le public à payer pour du contenu en ligne, **l'industrie cinématographique doit impérativement intégrer les nouveaux usages et attentes de la génération connectée**. Fer de lance de la révolution numérique, celle-ci est emprunte d'une vision sociale communautaire issue des mouvements de la contre-culture américaine. Une manière inédite de communiquer, de gérer et de vivre ensemble émerge. Un rapport original à la technologie comme outil de libération individuelle s'amplifie avec la généralisation des échanges de pair-à-pair et des plateformes d'échange de vidéos.

4. La baisse considérable des coûts et l'accessibilité accrue des œuvres dématérialisées contribuent à une **culture de l'expérience où l'utilisateur veut pouvoir accéder à tout, immédiatement et sans contraintes**. L'accent est mis sur les formules personnalisées, l'interactivité, le travail en réseau et la recherche inlassable de nouvelles percées technologiques sans contrepartie financière apparente.

5. Toutefois, **se contentant souvent d'utiliser Internet comme un nouveau « tuyau » pour acheminer les données, les offres de services et de contenus en ligne ont longtemps été dans l'incapacité de renouveler leurs formes**. La première réaction du consommateur final a donc été de se demander pourquoi payer alors que tout ce qui existe sous forme numérique a déjà été piraté au moins une fois et se trouve quelque part, là-dehors, et gratuitement sur les réseaux P2P par exemple.

6. A l'ère de l'immatériel, la propriété intellectuelle est également mise à mal. Perçus comme liberticides, **les DRM peinent à allier sécurisation et facilité d'accès**. Le manque d'interopérabilité des systèmes tend alors à orienter les consommateurs vers l'offre illégale, moins contraignante.

7. **Tandis que l'industrie de la musique abandonne leur utilisation dès 2006, celle du cinéma n'en est, quant à elle, pas encore à ce stade**. Une posture qui apparaît viable pour les offres par abonnement mais sera certainement amenée à évoluer pour la location et la vente des films à la demande.

8. Parallèlement, **les diverses législations nationales tentent de responsabiliser les intermédiaires techniques**. Compte tenu de la difficulté à contrôler la masse d'informations disponibles et la quantité des œuvres qui transitent sur les plateformes, une procédure est établie, qui implique notamment que l'éditeur soit d'abord notifié de l'infraction pour ensuite être tenu de supprimer rapidement le contenu pirate.

9. Mais face à la longueur des procédures et à la difficulté pour les studios d'obtenir la fermeture des services incriminés, notamment lorsqu'ils se situent dans des pays hors d'atteinte réglementaire, **les ayants droit se tournent peu à peu vers les fournisseurs d'accès à Internet**.

10. Seule composante tangible des réseaux sur un territoire national et point de contact incontournable avec le client final, **ces intermédiaires sont ainsi de plus en plus soumis à des pressions pour instaurer des systèmes de filtrage et de blocage des contenus**.

11. **Une tendance qui ne va pas sans soulever nombre d'interrogations sur la légitimité, la légalité et la proportionnalité de telles mesures**. Une coopération accrue entre les industries des contenus et des réseaux pour la lutte contre le téléchargement illégal apparaît néanmoins inéluctable.

Mise en perspective de l'approche visant à lutter contre le tout-gratuit sur le *net*

12. **« Je t'aime moi non plus. »** Voilà qui pourrait caractériser les relations qu'entretiennent l'industrie du film et Internet, avec en son sein le téléchargement illégal.

13. Tandis que l'adoption rapide des nouveaux usages est inévitable car spontanée et difficilement contrôlable, **il est essentiel de dépassionner le débat, d'écarter toute interprétation manichéenne des TIC et de déterminer avec sérénité les atouts du numérique pour le public et l'industrie, les risques qu'ils comportent et les solutions** qui peuvent dès maintenant être conçues pour écarter les menaces les plus inquiétantes.

14. La génération élevée au lait d'Internet est habituée à se servir dans les supermarchés du *net*. Mais **au-delà d'une culture de la gratuité, le numérique impulse plutôt l'émergence de nouveaux modèles de création de la valeur.**

15. Tandis que les internautes semblent réticents à acheter du contenu en ligne, ils apparaissent en réalité disposés à payer pour obtenir un service de qualité, à mesure que l'offre légale se développe. Les pirates d'aujourd'hui sont donc les consommateurs de demain. **Pour profiter des opportunités de croissance du numérique, l'industrie du cinéma doit prendre la mesure des nouvelles attentes afin d'innover et ne plus pénaliser ses clients.**

16. La dématérialisation a entraîné un déplacement de la valeur, dû à l'augmentation exponentielle de l'offre de contenus disponibles et à la réduction des coûts de production, de distribution et de recherche. Parallèlement aux habitudes d'échange et de partage des fichiers, le modèle du gratuit financé par la publicité s'est généralisé. **Afin de concurrencer l'offre gratuite, l'industrie cinématographique doit alors capter la nouvelle rareté issue de l'abondance numérique – l'attention – et impliquer ses clients.** Il faut ainsi garder en mémoire que la seule raison qui fait que le cinéma existe, ce sont les fans.

17. **L'analyse des discours actuels sur le téléchargement illégal fait apparaître plusieurs idéologies qui s'affrontent** : les gardiens de la propriété intellectuelle contre les bandits sans foi ni loi, les défenseurs du partage contre les hypermarchés de la culture, les pères d'Internet contre le pouvoir centralisateur. **Le langage mythique des fondateurs du web et la parole idéologique des industries du contenu** semblent s'affronter et font alors courir le risque d'une dévalorisation générale de toute démarche législative cherchant à arbitrer les conflits d'intérêt dans les domaines de l'immatériel.

18. Les ayants droit légitimes ont d'ailleurs tardé à distribuer leurs films sur le réseau mondial. **Le paradoxe d'industriels communiquant des estimations de pertes sur un marché dont ils étaient encore quasiment absents a laissé la place aujourd'hui à une confusion entre des chiffres annoncés alarmants et un impact réel du piratage**

difficilement mesurable. D'autant que les résultats varient selon les études – et leurs commanditaires.

19. Toujours est-il que **l'industrie du cinéma apparaît, pour le moment, plutôt en bonne santé** malgré le ralentissement des ventes de DVD et des débuts difficiles pour la VoD.

20. Par ailleurs, s'agissant des effets de l'échange illégal sur le cinéma, aucune méthodologie unique de collecte et d'analyse des données n'existe. La manière dont les informations sont recueillies, le taux de substitution calculé et la valeur des produits estimée, varie ainsi selon les pays et les industries considérées. **Il est donc essentiel de prendre un certain recul face aux chiffres avancés dans les médias pour dénoncer le P2P et justifier du choix d'une politique répressive.**

21. Confrontés à la faible efficacité dissuasive des poursuites judiciaires à l'encontre des internautes contrefacteurs et à l'impact désastreux de celles-ci sur les relations de l'industrie du cinéma avec ses publics, **les législateurs s'orientent désormais vers l'approche dite de la réponse graduée. Toujours basé sur l'effet psychologique, ce dispositif entend frapper de façon plus légère mais systématique.**

22. **La réponse graduée peine toutefois à se généraliser au niveau mondial.** Elle demeure vivement critiquée pour son caractère excessivement répressif et ses difficultés techniques de mise en application. Ainsi, la plupart des pays initialement séduits par la mise en place d'un tel dispositif abandonnent peu à peu l'idée. C'est le cas notamment du Royaume-Uni, de la Belgique, de l'Australie, des Pays-Bas et de la Norvège.

23. Tandis que le volet répressif de la réponse graduée semble renouer avec le fantasme d'une police du *net* dévouée aux *majors*, la liberté d'expression et d'accès à l'information, de même que le droit à la vie privée se retrouvent au centre de toutes les attentions. En Europe, le sujet a suscité un vif débat dans le cadre de la transposition en droit national du Paquet Télécom. Dans son sillage, **le principe de neutralité du net est venu rappeler aux gouvernements que toute limitation des libertés fondamentales doit être strictement encadrée et légitimée.**

24. Un équilibre doit donc être trouvé entre la lutte contre le téléchargement illégal et la protection des libertés de l'internaute, afin d'encourager le développement d'une culture numérique et de l'innovation. Et les politiques réalisent progressivement que **les processus de régulation des usages sur le web ne pourront vraiment être efficaces que s'ils y associent les citoyens numériques**, désormais en situation de manifester leurs choix et de les faire respecter.

25. **Mais il s'agit surtout de concentrer les efforts sur le développement de l'offre légale, qui doit être la priorité pour concurrencer le piratage massif et stimuler l'apparition et l'adoption de nouveaux services et contenus.** Car tant que la manière la plus facile et la plus commode de visionner les films que l'on veut en ligne sera de se les procurer illégalement, le « jeu de taupe » ne fera que s'amplifier entre l'industrie et les pirates.

Analyse des stratégies d'acteurs pour la distribution numérique des films

26. **Le secteur du cinéma a d'abord perçu Internet comme une menace.** Une fois le film disponible sur le *net*, comment empêcher qu'il ne soit massivement piraté ? Comment s'assurer d'un retour sur investissement ? Comment être sûr que le nouveau média ne cannibalise pas les autres modes de distribution ?

27. **La réaction des ayants droit a donc été défensive.** L'objectif n'était pas de comprendre les nouveaux comportements et attentes de la génération connectée mais de stopper l'hémorragie. A défaut d'offres innovantes, la distribution de films par Internet a donc été longtemps marginale, si ce n'est illégale.

28. **Mais désormais, être présent sur le web n'est plus une option.** Il faut aller là où va l'audience.

29. Avec le développement de services et terminaux attrayants, le déploiement des réseaux, la croissance du commerce électronique et l'essor du marché de la publicité en ligne, **l'industrie du cinéma réalise que les modèles économiques peuvent être rémunérateurs.**

30. La consommation de contenus délinéarisés s'est progressivement imposée au sein des pratiques des internautes. **En France par exemple, le marché de la VoD est en croissance depuis 2007, avec une augmentation de 40 % en 2010.** Des résultats à relativiser puisque les prix des transactions continuent de baisser et que la VoD ne représente que 135 millions, contre 1,38 milliard d'euros pour le marché du DVD. **Aux Etats-Unis, le service à la demande de Netflix compte depuis 2011 plus d'abonnés que la chaîne du câble Comcast ;** une évolution des usages qui s'avère significative, le câble ayant toujours été prédominant Outre-Atlantique.

31. **Face à des offres d'acteurs globaux qui rencontrent un large succès, les divers services payants de VoD européens peinent toutefois à émerger.** Nombre de films disponibles ridiculement bas, faiblesse de la promotion des offres et indigence des plateformes, les points noirs ne manquent pas et chacun suffit à conforter un certain manque d'enthousiasme des éditeurs et des consommateurs.

32. **L'écosystème de la VoD est caractérisé par une grande hétérogénéité des acteurs. L'industrie audiovisuelle ne possède plus le monopole des films. De nouveaux entrants tentent de se positionner dans un environnement jusqu'à présent très fermé. Des stratégies de convergence apparaissent dans les domaines auparavant séparés des matériels, contenus et réseaux.**

33. **Les détenteurs de droits se mobilisent et développent diverses stratégies pour vendre leurs films en ligne. La filière du commerce de détail et de location vidéo se dématérialise progressivement. Les chaînes de télévision traditionnelles, quant à**

elles, essaient de protéger leur pré-carré et offrent des services de télévision de rattrapage pour fidéliser l'audience et l'orienter vers leurs offres payantes. Nouveaux acteurs dans la chaîne de valeur du cinéma, **les opérateurs télécoms** investissent également massivement dans les services de VoD et de TVR afin d'élargir leurs services audiovisuels et de valoriser leurs offres d'abonnement à Internet. Pour leur part, **les fabricants de matériel et de logiciel** rencontrent un vif succès avec leurs modèles propriétaires axés sur la vente de terminaux connectés. Enfin, **les champions du web** ont su baser leurs modèles sur la richesse des réseaux et du gratuit financé par la publicité.

34. **Tandis que la VoD à l'acte se développe, les offres de streaming illimité par abonnement (S-VoD) commencent à se généraliser.** Celles-ci offrent à l'utilisateur un large choix ainsi qu'une plus grande flexibilité d'usage. Pour l'industriel, ce type de service est également gage de fidélité des clients puisque l'accès aux œuvres cesse avec la fin de la relation commerciale. Le phénomène américain Netflix, qui pourrait arriver en France en 2012, sème la panique et précipite le lancement d'offres de S-VoD.

35. Mais la chronologie des médias interdit en France de proposer des films en ligne par abonnement durant trente-six mois après la sortie en salles. **Indispensable au financement des films, la chronologie des média représente un frein au développement des offres légales et devra absolument être modernisée en Europe.**

36. **L'arrivée de la télévision connectée bouleverse un peu plus encore la chaîne de valeur du cinéma et offre à la VoD un écosystème de consommation favorable.** Véritable *tsunami* des modèles économiques, ce marché émergent est un vaste champ de bataille où se croisent une multitude d'acteurs avides de récupérer une part du gâteau. Un bouillonnement croissant apparaît autour d'offres *over the top* diffusées *via* le *web* et gérées en direct par un terminal connecté, sans contrôle ni rémunération *a priori* de l'opérateur de contenu ou de réseau.

37. **L'enthousiasme des acteurs est stimulé par l'espoir de répéter autour du téléviseur, la désintermédiation qu'Apple a réussi avec l'iPhone.** En quelques années, la marque de Cupertino est ainsi passée du stade de géant de l'EGP à celui d'acteur central de la distribution des contenus numériques à la demande, allant jusqu'à imposer le partage de revenus aux opérateurs téléphoniques.

38. Sur Internet, un Harry Potter est un Harry Potter. L'offre légale payante est en concurrence directe avec l'offre illégale gratuite. **Au sein d'un marché de la VoD sans droits exclusifs, avec une capacité limitée des acteurs à rivaliser entre eux, les éditeurs de services de films à la demande s'efforcent alors de trouver d'autres avantages comparatifs que le prix, afin d'attirer et surtout fidéliser les clients, que ce soit à travers une offre de films plus qualitative, un ensemble de terminaux ou de services attrayants.**

39. Dans un univers dématérialisé où tout est à portée de *clic*, il convient d'utiliser dans la chaîne de valeur quelque chose qui ne puisse pas être reproduit. **Il est désormais primordial d'être en mesure d'offrir un contenu le plus varié possible sur tous les terminaux connectés et facilement accessible.**

40. Malgré un marché extrêmement instable, des stratégies concurrentielles se dessinent. Tandis que **le modèle du gratuit financé par la publicité s'élargi désormais au payant** en misant sur des offres *premium* complémentaires, des stratégies en *walled garden* tentent de contrôler l'interface client en misant sur la qualité du service et de l'expérience pour l'utilisateur.

41. L'avenir du *web* apparaît alors aujourd'hui partagé entre deux modèles : l'un basé sur des technologies ouvertes et collaboratives, l'autre sur des dispositifs fermés. Au nom de la sécurité et de l'exploitation commerciale des droits de propriété des contenus, le futur de la distribution numérique des films semble s'orienter vers des systèmes verrouillés. **Les acteurs capables de développer et de faire prospérer un environnement clos grâce à des positions prises dans la fabrication de terminaux et le développement de plateformes logicielles, pourraient ainsi être amenés à tenir les premiers rôles dans l'avenir du cinéma à l'ère d'Internet.**

42. **Les modèles tendent à utiliser les contenus culturels comme produits d'appel, non pas pour séduire un spectateur mais pour vendre du matériel informatique, des appareils de lecture, des abonnements à Internet, des espaces publicitaires.** Cela pose alors plusieurs problèmes. Quelle valeur une société accorde-t-elle à des créateurs qui n'ont plus vraiment de prix pour le public ? Quel équilibre entre des industries qui financent des œuvres ou des réseaux et des nouveaux entrants dans la chaîne de valeur qui les utilisent sans contribuer à leur production ou leur développement ? Comment rétablir les mécanismes de redistribution à l'heure où le simple ajustement du droit d'auteur n'est plus suffisant ? Quel rôle pour l'Etat ?

Défis pour la régulation de la VoD en Europe

43. **Bien qu'Internet ne connaisse pas de frontières, la circulation des films souffre de la fragmentation de l'industrie cinématographique européenne et du manque d'une approche plus proactive à l'international.** Tandis que le marché de la VoD en Europe apparaît dynamique, varié et en croissance rapide, il accuse toujours un retard par rapport au marché américain.

44. **La fragmentation et la complexité du système actuel d'octroi de licences** entravent non seulement le développement de services de VoD transfrontières mais aussi la numérisation d'une grande partie du patrimoine culturel européen récent.

45. L'évolution des usages appelle également à un **assouplissement du droit de la propriété intellectuelle afin de favoriser l'accès à la connaissance et l'encadrement des pratiques de création de contenus par les utilisateurs.**

46. **Mais tandis que l'UE pousse à une circulation maximale des films et encourage à la création d'un marché unique de la VoD, sa vision d'un marché intégré semble, dans une certaine mesure, rentrer en conflit avec ses objectifs de promotion de la diversité culturelle.**

47. Filets de protection des tentatives de pénétration agressive des marchés européens, ainsi que de la concentration de l'offre sur les *blockbusters* et de l'appauvrissement de la culture, **les quotas de diffusion et de financement imposés aux éditeurs de services européens demeurent problématiques.** Face à une situation concurrentielle déséquilibrée, avec des acteurs globaux qui ne sont pas soumis à une réglementation similaire, les acteurs de la VoD en Europe apparaissent pénalisés.

48. Mais sur le long terme, l'application des quotas pourrait bien s'avérer bénéfique pour le marché européen dans son ensemble. **Avec le renforcement des systèmes d'individualisation de l'offre, l'enjeu sera de trouver comment assurer une promotion efficace des contenus européens dans les services de VoD.**

49. L'action communautaire **dans le domaine fiscal** entend contribuer à l'établissement d'un marché unique, s'assurer que la concurrence n'y est pas faussée et rapprocher les législations nationales. Dans ce domaine, **le manque d'intégration représente un facteur aggravant contribuant à accentuer les handicaps concurrentiels subis par l'industrie européenne du cinéma au niveau international.**

50. Largement adoptée à travers le monde, **la rémunération pour copie privée sera amenée à évoluer** afin de prendre en compte les nouveaux usages, d'éviter les fuites de la consommation vers l'étranger et les distorsions de concurrence entre Etats membres.

51. **L'application de la TVA dans le pays de consommation et non dans celui d'établissement est également indispensable** pour palier à la distorsion de la concurrence au bénéfice de sociétés extra-communautaires.

52. Puis, souhaitée par le Président de la République française, **une harmonisation du taux de TVA des produits culturels fournis par voie électronique paraît inévitable à terme**. Toutefois, en période de crise économique, les Etats pourraient voir d'un mauvais œil une quelconque baisse de leurs revenus fiscaux.

53. **La chronologie des médias est remise en cause par le numérique. Sa modernisation est un enjeu crucial pour l'avenir du cinéma**. Essentielle pour assurer au mieux l'accès aux œuvres, valoriser leur exploitation sur les réseaux numériques et garantir une juste rémunération de tous les acteurs, ce système de segmentation par fenêtres d'exploitation est en train d'imploser. La tendance est au raccourcissement des délais entre la première exploitation en salles et les autres médias.

54. Avec un régime plus souple, les Etats-Unis testent des modèles de sorties décloisonnés et apparaissent moins pénalisés. **Il apparaît donc utile de pouvoir disposer en Europe d'un droit exceptionnel dérogatoire à l'expérimentation des modèles économiques**.

55. Toujours est-il que **le développement maximum de l'offre légale passera forcément par un décloisonnement**. Ainsi, de même que la première fenêtre VoD devra être réduite, la « fenêtre Canal », qui pose problème pour le développement des offres S-VoD, devra être aménagée, notamment pour les films n'ayant pas bénéficié de préfinancement par les chaînes.

56. Avec l'arrivée de nouveaux acteurs dans la chaîne de valeur et la montée en puissance de sites de VoD installés hors des frontières nationales, les systèmes de financement de la production sont ainsi remis en cause. **Le cas de la France illustre les difficultés des gouvernements à trouver des solutions viables pour parvenir à une participation équilibrée des différents acteurs – dans un cadre national et au regard du droit communautaire – sans toutefois freiner l'innovation**.

57. Le principe de subsidiarité fonde l'action communautaire en matière de cinéma, étant donné qu'aucun intérêt commun n'existe véritablement entre des pays où la création et la production cinématographiques varient. Le niveau national se concentre donc sur le soutien à la production et l'échelon européen sur l'aide à la distribution. Cependant, cette répartition apparaît désormais inadaptée. **Tandis que le mécanisme de soutien à la VoD prévu par le programme européen MEDIA doit être renforcé, il apparaît essentiel de le compléter par une politique volontariste des Etats en faveur de la distribution numérique**. Le déséquilibre est saisissant et résulte sans doute d'une conception passéiste du développement industriel.

58. **Le numérique remet en question la capacité des Etats à légiférer, dans un univers caractérisé par la convergence croissante des secteurs et l'interdépendance accrue des pays**. Impuissance des Etats ? L'analyse de l'encadrement du principe de neutralité d'Internet a montré les défis auxquels sont confrontés les gouvernements. Ceux-ci doivent désormais s'efforcer de développer une coordination optimale des diverses instances de régulation, ainsi qu'entre les différents niveaux national, communautaire et international.

59. **La capacité à légiférer doit être maintenue mais il convient de trouver un équilibre entre autorégulation et corégulation impliquant tous les acteurs – citoyens numériques y compris**.