



**C E R N A**

# Externalités informationnelles

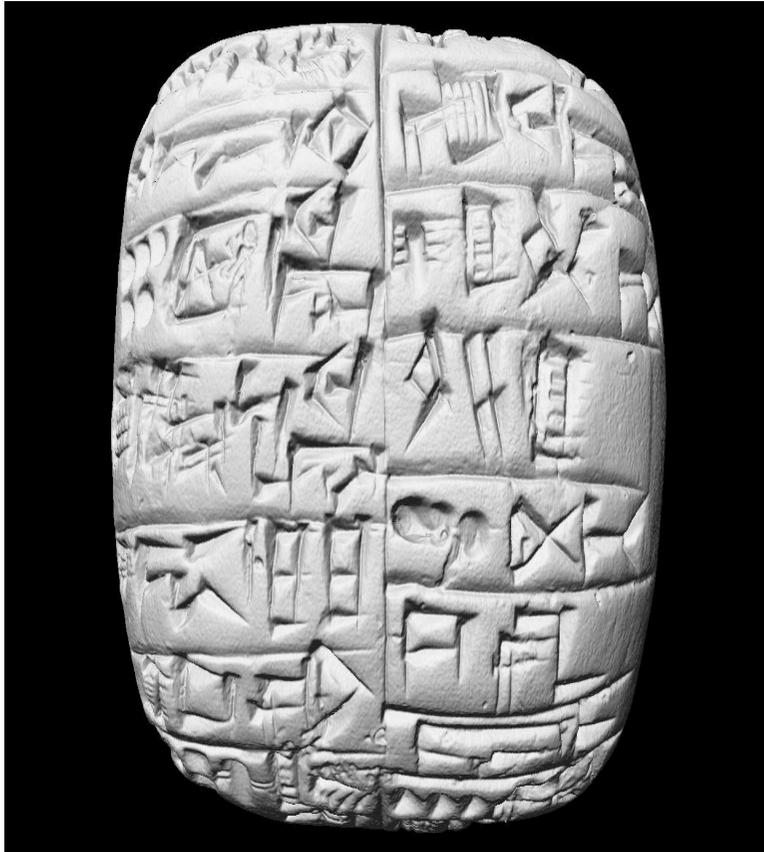
Les médias dans l'économie numérique

**Olivier Bomsel**

bomsel@ensmp.fr

Cerna, Centre d'Economie Industrielle  
Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris

# L'écriture numérique



- **Le numérique est l'écriture en alphabet 0,1**
- **Le code embrasse désormais l'ensemble des systèmes signifiants**
  - texte, monnaie, musique, image, marques, et l'ensemble de leurs combinaisons
  - Devient « information » tout ce qui s'encode en 0,1.
  - Internet est l'emblème du déploiement mondialisé du code numérique
- **Le numérique reconstruit la catégorie d'«*information*».**

# A quoi sert l'information ?

- **Le « numérique » est ambigu :**
  - désigne aussi bien les systèmes (les contenant) que les contenus (les séquences codées)
  - *Don quichottisme* digital : le réel se confond avec son double virtuel...
- **L'information codée a deux types d'utilités :**
  - Syntaxique : les logiciels qui font fonctionner les systèmes, équipements et réseaux
  - Syntagmatique : les séquences binaires génératrices de sens. Le syntagme peut être à usage privé (communication interpersonnelle) ou public (contenu médiatisé).
- **Ces utilités dégagent des externalités différentes**

# Externalités informationnelles

- **Saussure (1916) : la langue est un système (d'information); elle a un côté individuel et un côté social. De là des externalités...**
- **Les externalités ne sont pas de même nature pour les systèmes de communication et les médias.**
  - Les systèmes sont sources d'externalités positives : plus un codage est utilisé, plus il crée de sens, plus il est utile, plus il est utilisé pour la coordination des individus (Tour de Babel, MS Windows, PageRank).
  - Le syntagme privé n'a pas d'utilité hors du protocole d'interlocution/transaction entre les communicants. Il est tarifé par les « systèmes » de communication aux externalités positives, et les transactions induites. (Génératrices de Gratuit...)
- **Les médias engendrent des externalités positives et négatives**
  - Positives : religions, règles sociales, transmission du savoir, progrès scientifique, références signifiantes
  - Négatives : appel au crime, diffamation, désinformation, faux savoir, endoctrinement, sédition
- **Ces externalités se prêtent à des évaluations différenciées selon les sociétés, qui les internalisent de façon spécifique, avec de forts effets de sentier.**
- **Internet est un outil de communication et un média : Quelles externalités ? Quelle internalisation ?**

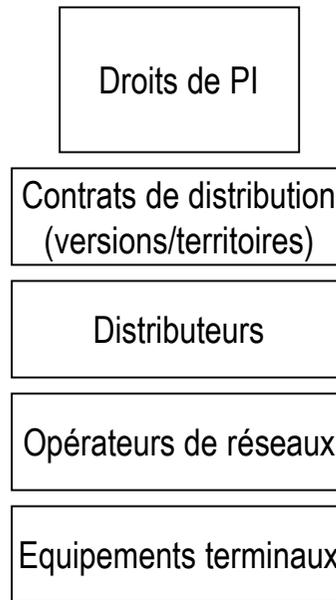
# Internalisation des externalités médiatiques

- Les contenus médiatiques s'adressent à des publics : des marchés.
  - Les contenus sont « opérés » par des **médias** qui les font signifier, les publient
  - L'*opération* des contenus (médiatisation) diffère radicalement de celle des communications privées
  - Leur diffusion et leur diversité sont perçues comme des externalités positives, dès lors qu'ils ne sont pas calomnieux, amoraux, subversifs...
  - L'économie des médias (sélection, production, édition, promotion, distribution) est fondée sur des règles d'internalisation spécifiques : propriété (copyright, droit d'auteur) et censure.
  - La production diversifiée de contenus s'appuie sur une discrimination maximale des consommateurs.
  - *versionnage* et tarification : différenciation des versions, vente à l'unité, ventes groupées, marchés bifaces (financement par la publicité).
- La discrimination maximale des médias s'oppose à la non-discrimination des télécoms

# Le cas du cinéma

## Les médias audiovisuels discriminent les consommateurs par le *versionnage*

- La numérisation accroît le nombre des versions et des réseaux de distribution
- Chaque format, musique, jeu vidéo, programme audiovisuel déploie son propre *versionnage*
- Le *versionnage* « en clair » offre les meilleurs coûts de discrimination



Comment vont se déployer les nouveaux marchés de versions ?

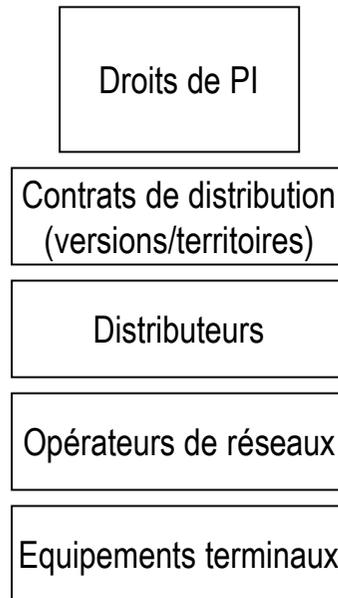
Quelles relations verticales entre acteurs de la chaîne ?



# Déploiement de la VoD

## Les versions de VoD s'insèrent en complément des discriminations existantes

- La VoD doit bénéficier de subventions tarifaires ou en « nature » (complément d'utilité).
- La pay-TV peut intégrer des versions VoD, *catchup* ou SVOD
- La TV en clair peut s'étendre par du *catchup* gratuit et payant
- Les éditeurs de DVD peuvent *versionner* leur catalogue
- Les diffuseurs de P2P sont hors jeu : le P2P subventionne l'accès, pas la VoD

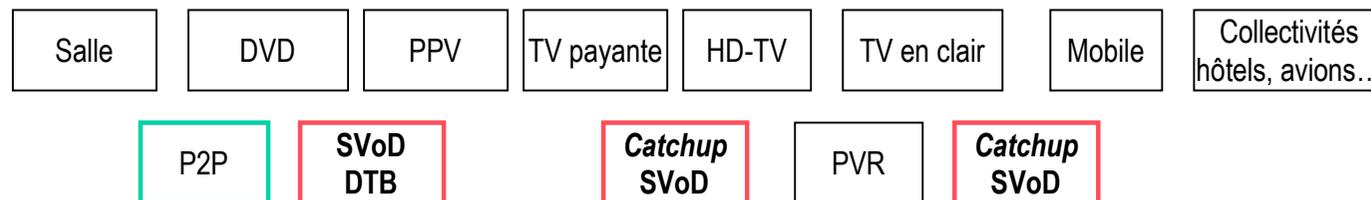


Les ayants droit ont intérêt à se concentrer pour étendre les offres proposées

Les diffuseurs non intégrés doivent s'intégrer pour maîtriser leur *versionnage*

La désintégration est un handicap majeur

Le déploiement est multi-versions et progressif



# Internet et les externalités

- Le déploiement des télécoms et des médias s'appuie sur l'internalisation d'externalités positives : subvention de masses critiques, gratuit...
- Néanmoins, ces externalités diffèrent profondément :
  - Pour les télécoms, elles sont positives et suivent l'économie des systèmes
  - Pour les médias, elles sont mixtes et requièrent la discrimination
- Internet est le lieu de cette contradiction
  - Le « système » doit relever l'utilité des communications : multiplication des consommateurs, densification des signifiants, de l'interactivité..
  - Il menace la discrimination, l'opération des contenus (*The Cult of the Amateur...*) et les outils de leur internalisation
  - Les moteurs de recherche sont des opérateurs hybrides : ils tentent de mixer communication et médias... **Seront-ils opérateurs médiatiques ou sélecteurs de contenus opérés ?**