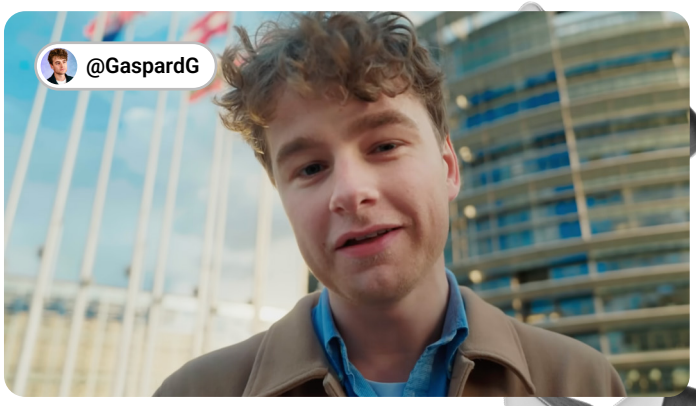
Capital Créatif

Une proposition pour libérer le potentiel de l'économie des créateurs dans l'UE







YouTube

Avant-propos

Il y a plus de vingt ans, YouTube est né d'une idée simple et puissante : que chacun, partout, mérite une scène mondiale. Aujourd'hui, YouTube permet aux créateurs et créatrices européens de transformer leurs audiences en véritables entreprises.

Les créateurs et créatrices ne sont pas seulement des stars : ce sont des entrepreneurs. Ils donnent le feu vert à leurs propres émissions et bâtissent les entreprises de médias de demain. Ils investissent dans des studios et dans des équipes. Notre modèle de partage des revenus, le Programme Partenaire YouTube, verse aux créateurs et créatrices éligibles plus de la moitié des revenus générés par leur chaîne et, en retour, les créateurs et créatrices contribuent chaque année à hauteur de plusieurs milliards d'euros au PIB de l'UE.

Mais trop souvent, ils sont tenus à l'écart des décisions qui façonnent leur propre avenir. Nous leur avons donc posé la question directement.

Les créateurs et créatrices de l'ensemble des 27 États membres nous ont partagé ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, à travers les réponses de plus de 20 000 d'entre eux à notre enquête, et la réalisation de vingt entretiens approfondis.

Ce qui m'a frappé, c'est la manière dont ils parlent de leur travail. Ils parlent de recrutement, de trésorerie et de contrats.

Ils décrivent les obstacles qui freinent leur croissance et les empêchent de réinvestir : un système de financement conçu avant même que ce type d'activité n'existe. Un programme de formation qui ne reconnaît pas l'intitulé de poste de « créateur de contenu ». Une liste de nominés pour des prix sans catégorie pertinente.

Des systèmes qui n'ont pas été pensés pour les créateurs et créatrices et qui, aujourd'hui, les excluent, avec toute la croissance économique et les opportunités qu'ils apportent. Mais ce n'est pas une fatalité.

C'est précisément ce qui en fait une opportunité. L'Europe n'a pas besoin de créer de nouvelles institutions pour ses créateurs et créatrices. Elle doit ouvrir celles qui existent déjà.

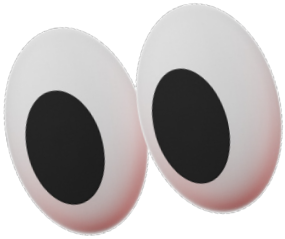
Et elle peut commencer dès maintenant.

Nous nous engageons à bâtir, pour les créateurs et créatrices, une économie aussi diverse et impactante que leur propre créativité. YouTube continuera d'investir dans les outils, le soutien et la formation, pour les créateurs et créatrices comme pour les audiences.

Mais saisir pleinement cette opportunité exigera que les gouvernements et les industries créatives d'Europe travaillent avec nous. Ce rapport est le point de départ que nous proposons.



— Pedro Pina
Vice-président
YouTube Europe, Moyen-Orient et Afrique



Renforcer le capital créatif de l'UE







Qu'est-ce qui pourrait stimuler l'économie des créateurs et créatrices en Europe ?

Cet été, Public First et YouTube ont posé cette question aux créateurs et créatrices d'Europe. **Plus de 20 000 créateurs et créatrices dans l'ensemble des 27 États membres y ont répondu**, d'entrepreneurs qui créent du contenu pour quelques milliers d'abonnés jusqu'à certaines des chaînes les plus regardées de la planète.

Mises bout à bout, ces contributions dessinent un portrait clair : celui d'un secteur créatif en forte croissance, désireux de s'imposer sur la scène internationale. Néanmoins, son élan est freiné par des réglementations conçues sans concertation, par un manque de reconnaissance dans les données officielles et, par conséquent, par des restrictions dans l'accès aux financements et aux dispositifs de soutien.

Les créateurs et créatrices dynamisent leurs économies locales

Quand les créateurs et créatrices réussissent, l'Europe en profite aussi. Ils recrutent des monteurs, des producteurs et des cadreurs. Ils créent des rédactions modernes, gèrent des équipes de scénaristes et dirigent des entreprises prospères. Ils sont des entrepreneurs dynamiques et de véritables entreprises de médias. En 2025, l'écosystème créatif de YouTube a contribué à hauteur de plus de 8,4 milliards d'euros au PIB de l'UE et a soutenu plus de 220 000 emplois équivalents temps plein.[1] Leur réussite dynamise l'économie locale et permet, en retour, de proposer des contenus de meilleure qualité à des audiences plus engagées et mieux informées.

Cette étude sans précédent offre un éclairage sur ce que signifie être créateur ou créatrice en Europe aujourd'hui. Là où ils se sentent soutenus et là où ils se sentent freinés. S'ils se sentent reconnus, et ce dont ils ont besoin pour se développer. Nous leur avons demandé ce qu'ils font des revenus issus de leur chaîne, et s'ils estiment être traités sur un pied d'égalité avec les autres branches des industries créatives.

En comprenant la manière dont ils perçoivent les opportunités et les défis qui les entourent, nous pouvons élaborer des recommandations politiques pour leur donner les outils et le soutien dont ils ont besoin pour réussir à leur tour, et ainsi dynamiser l'économie de la création en Europe.

66 % des personnes interrogées qui tirent des revenus de leur contenu déclarent qu'elles ont l'habitude de **réinvestir ces revenus dans l'amélioration de la qualité de leur contenu.**[2]

Faire de l'Europe la capitale créative

Les créateurs et créatrices veulent développer leur activité, toucher de nouvelles audiences et réinvestir pour proposer un meilleur contenu. La plupart des leviers qui les aideraient existent déjà. Ce rapport présente cinq mesures concrètes pour y parvenir.

01 Reconnaissance par les pouvoirs publics

02 Représentation du secteur

03 Formation et compétences

04 Soutien à la création de contenu

05 Exploration libre

[1] Selon une étude d'Oxford Economics.
[2] Sauf mention contraire, l'ensemble des résultats de l'enquête sont issus d'un sondage en ligne mené par Public First auprès de créateurs et créatrices YouTube dans l'UE, du 1er juin au 8 juillet 2026.





Donner une voix aux créateurs et créatrices pour dynamiser le capital créatif de l'Europe

Tout commence par une idée. Depuis près de vingt ans, YouTube aide les créateurs et créatrices européens à transformer leurs idées en vidéos, en chaînes, en communautés et en entreprises – c'est l'écosystème créatif de YouTube, qui contribue à hauteur de plus de **8,4 milliards d'euros au PIB de l'UE** et soutient plus de **220 000 emplois équivalents temps plein.**[3]

Les créateurs et créatrices connaissent mieux leur secteur que quiconque. Pourtant, ils sont souvent écartés des décisions qui les concernent. L'Europe peut tirer parti de leur expertise en leur faisant une véritable place : en les intégrant dans les statistiques officielles, en célébrant leurs contributions et, surtout, en leur ouvrant les portes des lieux où se prennent les décisions.

64 %

des personnes interrogées déclarent qu'une **plus grande reconnaissance** des contributions culturelles et économiques des créateurs et créatrices **par les pouvoirs publics et les responsables politiques** les aiderait à se sentir davantage intégrés à l'ensemble des industries créatives de l'UE, ou soutenus par celles-ci.

63 %

des personnes interrogées estiment que les créateurs et créatrices reçoivent trop peu, voire aucun, soutien en matière de **représentation dans leurs échanges avec les pouvoirs publics.**

> « J'aimerais que les créateurs et créatrices soient globalement mieux reconnus et soutenus, et qu'ils sentent qu'on les aide. En Allemagne, les créateurs et créatrices sont souvent méprisés. Ce serait formidable de recevoir davantage de reconnaissance pour le travail acharné que nous fournissons chaque jour. »
>
> **Créateur, Allemagne**
> **100–500 k abonnés/followers**

> « Les responsables politiques européens auraient tout intérêt à reconnaître pleinement ces métiers et à leur offrir un cadre plus équitable, assorti de droits, d'une protection et d'une représentation comparables à ceux des autres métiers créatifs. »
>
> **Créatrice, France**
> **Plus d'un million d'abonnés/followers**

[3] Selon une étude d'Oxford Economics, 2025.

"Il y a là une occasion de renforcer la manière dont ces réglementations sont élaborées, en associant des personnes ayant une expérience réelle et directe du secteur. Inclure les créateurs et créatrices dans le dialogue pourrait contribuer à garantir des règles pragmatiques, équilibrées et justes. Cela accroîtrait également la transparence et renforcerait la confiance et la crédibilité dans leur ensemble."

Rasmus Brohave
@RasmusBrohave, 292 k abonnés, Danemark



01

Créer une sous-classification NACE dédiée aux créateurs et créatrices numériques au sein d'Eurostat, afin de permettre une collecte de données cohérente entre les États membres et de garantir la visibilité de l'économie des créateurs et créatrices dans les statistiques européennes de l'emploi, des entreprises et de l'économie.

02

Instaurer une Année Européenne des Créateurs et Créatrices afin de reconnaître leur contribution à l'économie et à la culture de l'Europe, et de sensibiliser aux opportunités et aux défis du secteur. Cela pourrait passer par l'organisation d'un festival des créateurs et créatrices à travers l'Europe.

03

Officialiser et coordonner les relations qu'entretiennent les institutions de l'UE avec les créateurs et créatrices. Le Parlement européen, la Commission européenne et le Conseil de l'Union européenne devraient s'appuyer sur les initiatives existantes au sein des trois institutions ; cela permettrait de créer des occasions structurées pour les créateurs et créatrices de différents États membres et communautés linguistiques d'échanger avec les responsables politiques, à travers des briefings, des sommets, des réunions ministérielles et les activités de la présidence du Conseil.

04

Inclure les créateurs et créatrices dans les délégations internationales et les missions commerciales pertinentes. Un processus de sélection transparent devrait permettre d'identifier les créateurs et créatrices en mesure de promouvoir la culture, les entreprises et les destinations européennes auprès des audiences internationales.

05

Créer un intergroupe multipartite consacré à l'économie des créateurs et créatrices au sein du Parlement européen, offrant un forum régulier permettant aux créateurs et créatrices, aux plateformes et aux représentants du secteur de contribuer aux débats sur les politiques qui touchent leur travail.

La représentation peut aider l'Europe à développer son économie créative





L'Europe s'enorgueillit à juste titre d'institutions et de programmes créatifs historiques, forts d'une longue tradition de soutien et d'exportation de la culture et du divertissement européens dans le monde entier. Mais ces institutions qui représentent le secteur n'ont pas été pensées pour les créateurs et créatrices, dont la plupart en restent exclus. En évoluant et en leur ouvrant leurs portes, l'Europe sera mieux à même de promouvoir tout l'éventail de ses talents créatifs auprès des audiences du monde entier.

64 %

des personnes interrogées estiment qu' **une plus grande reconnaissance des créateurs et créatrices par le secteur** les aiderait à s'épanouir dans leur métier.

60 %

des personnes interrogées déclarent qu'**une meilleure représentation des créateurs et créatrices lors des remises de prix des industries créatives** les aiderait à se sentir davantage intégrés à l'ensemble des industries créatives de l'UE, ou soutenus par celles-ci.

> « Je pense que les créateurs et créatrices de l'UE commencent à être pris plus au sérieux, mais ils ne sont toujours pas pleinement respectés comme le sont les acteurs, les musiciens ou les professionnels des médias traditionnels. Beaucoup considèrent encore la création de contenu comme un simple loisir, alors même que les créateurs et créatrices bâtissent de véritables audiences, communautés et entreprises. »
>
> **Créateur, Roumanie**
> **100–500 k abonnés/followers**

> « Nous ne sommes absolument pas pris au sérieux [par les industries créatives], quelle que soit la taille de notre audience. On nous voit comme des amateurs arrivistes, des débutants qui ne connaissent rien et dont l'avis ne mérite pas d'être pris au sérieux [...]. Ils n'ont aucune idée de ce qu'implique la gestion d'une chaîne YouTube. »
>
> **Créateur, Allemagne**
> **100–500 k abonnés/followers**



“En Autriche, je ne pense même pas que le mot « créateur » existe vraiment. Si vous dites « je suis créateur », les gens pensent que c’est un simple loisir. Je ne crois pas que quiconque y voie une véritable activité professionnelle. Le métier de créateur est sans doute davantage reconnu au Royaume-Uni et aux États-Unis qu’en Autriche.”

Leila Gharani
@LeilaGharani, 3,1 M d’abonnés, Autriche

01

Lancer un volet « Créateurs et créatrices d’Europe » au sein du programme Europe Créative. Ce volet devrait soutenir les projets transfrontaliers de créateurs et créatrices, promouvoir les talents créatifs européens à l’international et rendre les créateurs et créatrices éligibles aux initiatives pertinentes telles que Culture Moves Europe.

02

Inclure les créateurs et créatrices dans la Boussole Culturelle pour l’Europe (Culture Compass). La Commission européenne devrait veiller à ce que les créateurs et créatrices numériques soient représentés dans l’élaboration de la Charte Européenne des Artistes, afin qu’elle reflète les conditions de travail particulières et les besoins de soutien propres à l’économie des créateurs et créatrices.

03

Soutenir les partenariats entre les créateurs et créatrices et les diffuseurs établis. Les créateurs et créatrices participants pourraient apporter leur expertise sur les audiences numériques et la distribution sur les plateformes, tandis que les diffuseurs offriraient l’accès à des studios, du matériel, des réseaux professionnels et des installations de production.

04

Rendre les créateurs et créatrices numériques éligibles aux grands prix créatifs européens. Les organisateurs de prix devraient revoir leurs critères d’éligibilité afin que les œuvres nativement numériques puissent concourir aux côtés du cinéma, de la télévision et d’autres formats établis, tout en envisageant des catégories dédiées aux créateurs et créatrices et une représentation au sein des jurys.





L'avenir créatif de l'Europe commence par l'investissement dans les talents

Derrière chaque vidéo de qualité se cache un savoir-faire : l'éclairage, l'ingénierie du son, le montage et la narration sont autant de compétences nécessaires pour livrer le meilleur produit final possible. Mais une sous-estimation historique de ces compétences fait que l'Europe prend du retard dans la manière dont elle prépare la prochaine génération de créatifs et leurs équipes.

60 %

des personnes interrogées estiment que les créateurs et créatrices reçoivent trop peu, voire aucun, soutien en matière de **formation et de compétences** (pour les créateurs et créatrices et/ou leurs salariés).

> « J'aimerais bénéficier d'un plus grand soutien aux créateurs et créatrices, via des formations, des programmes de mentorat et des orientations plus claires. Cela aiderait les créateurs et créatrices à bâtir des carrières durables et à continuer de produire du contenu de qualité. »
>
> **Créateur, Portugal**
> **Moins de 10 k abonnés/followers**

> « J'aimerais voir un meilleur soutien aux petits créateurs et créatrices, avec un accès plus rapide à la formation et davantage d'occasions de bâtir des entreprises numériques durables. Cela permettrait à un plus grand nombre de personnes de plus facilement créer des emplois, de développer leurs compétences et de contribuer à l'économie. »
>
> **Créateur, Allemagne**
> **100–500 k abonnés/followers**



“Les personnes qui viennent travailler pour moi, je dois les former à travailler à ma manière. Le recrutement, et le fait de pouvoir m’entourer de personnes qui peuvent réellement m’aider, c’est la partie la plus difficile.”

Grégoire
@MajorMouvement, 1,54 M d’abonnés, France

01

Établir un projet pilote Erasmus+ d’échange de créateurs et créatrices, finançant des mentorats transfrontaliers, des résidences de production et des projets collaboratifs entre créateurs et créatrices de différents États membres.

02

Créer un Campus européen des créateurs et créatrices, cofinancé par Europe Créative et le Fonds européen de développement régional (FEDER). Un campus physique et numérique devrait proposer des formations courtes certifiantes en production, en gestion d’entreprise et en compétences liées aux plateformes, créant ainsi un point de convergence pour la formation et la collaboration des créateurs et créatrices à travers l’Europe.

03

Lancer des contrats d’apprentissage pour créateurs et créatrices financés par l’UE. Le dispositif devrait s’appuyer sur la garantie pour la jeunesse renforcée et le Fonds social européen plus (FSE+), et soutenir des placements de douze mois auprès d’entreprises de créateurs et créatrices établies, en cofinançant les coûts d’emploi et de formation tout en ouvrant une voie plus claire vers l’économie des créateurs et créatrices.

04

Créer un volet Économie des créateurs et créatrices au sein d’EIT Culture & Créativité, en s’appuyant sur son réseau existant d’universités réparties dans les États membres pour dispenser des formations de troisième cycle et de niveau exécutif dans les compétences commerciales, juridiques et financières dont les entreprises de créateurs et créatrices ont besoin pour se développer.

05

Financer des bourses dédiées aux créateurs et créatrices via l’alliance FilmEU soutenue par l’UE, donnant aux créateurs et créatrices émergents accès à des formations courtes, des micro-certifications et une formation professionnelle intensive au sein de son réseau d’institutions européennes de premier plan dans le cinéma et les arts médiatiques.



Mettre les fondations créatives de l'Europe au service créateurs et créatrices





La force culturelle de l'Europe repose sur un réseau de soutien composé de financements, de partenariats et d'infrastructures créatives. Mais trop de créateurs et créatrices n'y ont pas accès. Ouvrir l'accès aux programmes, aux studios et aux financements existants donnera à davantage de créateurs et créatrices les ressources dont ils ont besoin pour se développer.

65 %

des personnes interrogées estiment que les créateurs et créatrices reçoivent trop peu, voire aucun, soutien en matière d'**accès aux fonds et subventions** des agences publiques.

65 %

des personnes interrogées qui sont des créateurs et créatrices professionnels estiment que les créateurs et créatrices reçoivent trop peu, voire aucun, soutien en matière d'**accès à des espaces d'enregistrement et à des studios.**

> « Les créateurs et créatrices indépendants fonctionnent souvent comme de petites entreprises, mais avec moins de ressources et moins de protection face à l'instabilité de leurs revenus [...]. Offrir un accès à des programmes de financement, des incitations fiscales, une formation à la gestion d'entreprise et une meilleure protection de la propriété intellectuelle aiderait les créateurs et créatrices à bâtir des carrières durables. »
>
> **Créateur, Chypre**
> **Plus d'un million d'abonnés/followers**

> « Proposer des espaces de travail municipaux abordables — studios et espaces de coworking — ainsi que des financements locaux et des programmes de networking, afin de maintenir la création de valeur et la culture directement au sein de la communauté locale. »
>
> **Créateur, Allemagne**
> **Moins de 10 k abonnés/followers**



“Nous cherchions un soutien financier pour développer la chaîne YouTube et créer des formats de séries. Aux États-Unis, le choix était bien plus large, mais il nous a été difficile d’obtenir quoi que ce soit parce que nous sommes basés en UE.”

Dani Verdari
@daniverdari, 2,3 M d’abonnés, Allemagne

01

Le Fonds européen d’investissement (FEI) devrait **ouvrir les garanties InvestEU aux prêteurs qui développent des produits financiers destinés aux entreprises de créateurs et créatrices.** Ces produits devraient tenir compte des revenus irréguliers et fluctuants, fréquents dans le secteur, et aider les entreprises de créateurs et créatrices viables à accéder au financement.

02

Pendant qu’Europe Créative évolue vers une inclusion plus complète des créateurs et créatrices, la Commission européenne devrait **ouvrir immédiatement le programme Europe Créative MEDIA aux productions de créateurs et créatrices nativement numériques.** Des critères d’éligibilité adaptés devraient permettre aux projets menés par des créateurs et créatrices d’accéder aux financements de développement, au soutien à la distribution et aux opportunités sur les marchés internationaux pertinents.

03

Les États membres devraient être encouragés à **affecter une partie des dépenses d’infrastructures culturelles du Fonds européen de développement régional à des pôles partagés de créateurs et créatrices dans chaque région NUTS-2.** Ces pôles devraient offrir un accès subventionné à des studios, des cabines de son, des parcs de matériel et des espaces de travail modulables, aidant ainsi les créateurs et créatrices situés en dehors des grandes capitales à accéder aux infrastructures dont ils ont besoin pour se développer.

04

Établir un cadre européen commun pour les tournages à petite échelle des créateurs et créatrices. Les créateurs et créatrices en solo et les petites équipes qui tournent sans perturber la circulation ni utiliser de matériel spécialisé devraient bénéficier de règles simples et harmonisées, appuyées par des systèmes de demande numériques à guichet unique là où des autorisations demeurent nécessaires.

05

La Commission européenne devrait travailler avec les représentants des créateurs et créatrices, les annonceurs et les organismes du secteur afin d’**élaborer un cadre de certification pour les entreprises qui commanditent des partenariats à des créateurs et créatrices.** Ce cadre devrait aider les créateurs et créatrices à évaluer leurs partenaires potentiels et encourager l’usage de contrats clairs, de conditions transparentes et de paiements dans les délais.

Les créateurs et créatrices ont besoin d'une exploration libre et non de règles de mise en avant imposées

Depuis près de 20 ans, l'économie des créateurs et créatrices d'Europe est une réussite grâce à une règle simple : sur YouTube, ce sont les internautes qui décident ce qu'ils veulent regarder. Les audiences sont en droit d'attendre une expérience sur mesure, avec des contenus recommandés en fonction de leurs centres d'intérêt et de leurs loisirs. Chaque chaîne a une chance équitable. Une vidéo devient populaire parce qu'elle trouve son public, non parce que quelqu'un bénéficie d'un traitement de faveur. Ce système équitable fonctionne: l'écosystème créatif de YouTube contribue à hauteur de plus de 8,4 milliards d'euros au PIB de l'UE et soutient plus de 220 000 emplois équivalents temps plein.[4]

Toute nouvelle réglementation comportant des règles de mise en avant imposant que certains médias soient présentés en priorité menace ce modèle, nuit à l'économie des créateurs et créatrices d'Europe, prive les audiences de leur liberté de choix, et menace la compétitivité européenne.

83 %

des personnes interrogées déclarent que **les algorithmes de recommandation et de découverte de YouTube sont importants pour la croissance et les revenus de leur chaîne.**

71 %

des personnes interrogées comptant plus de 100 000 abonnés/followers déclarent **qu'une visibilité réduite à la suite de modifications des systèmes de recommandation nuirait à leurs revenus et à leur capacité à se développer.**

> « Les [responsables politiques] ne devraient pas interférer avec l'algorithme de la plateforme, ni imposer leurs propres règles de mise en avant, qui détruiraient les créateurs et créatrices ainsi que la satisfaction des utilisateurs. »
>
> **Créateur, Espagne**
> **500 k – 1 million d'abonnés/followers**

> « Donnez aux petits créateurs et créatrices une chance équitable de se développer. De nombreux créateurs et créatrices talentueux réalisent des vidéos de qualité, mais sans les recommandations de YouTube, il leur est très difficile de toucher une audience plus large et de développer leur chaîne. »
>
> **Créateur, Bulgarie**
> **Plus d'un million d'abonnés/followers**

[4] Selon une étude d'Oxford Economics, 2025.

Protéger une découverte équitable pour les créateurs et créatrices d'Europe

Depuis longtemps, YouTube est une plateforme où toute personne ayant une idée créative peut trouver une audience mondiale. C'est ainsi que des créateurs et créatrices européens de tous horizons ont bâti des carrières durables, et ce pourquoi ils et elles sont aujourd'hui si essentiels aux industries créatives d'Europe.

Mais les nouvelles règles de « mise en avant » actuellement discutées au sein de l'UE pourraient changer la donne. Ces règles pourraient contraindre YouTube à accorder un traitement de faveur à un petit groupe d'organisations désignées par un gouvernement. Pour les créateurs et créatrices et les entreprises de médias européens qui ne seraient pas choisis, le risque est bien réel.

En imposant ces chaînes « triées sur le volet » en tête de liste, toutes les autres se retrouvent reléguées, indépendamment de ce que les utilisateurs souhaitent réellement regarder. Il devient alors plus difficile, pour la plupart des créateurs et créatrices de développer une audience et de gagner leur vie. Si les gouvernements se mettent à désigner les gagnants, les créateurs et créatrices indépendants ainsi que la nouvelle génération de médias deviennent les perdants.

Une meilleure voie à suivre

Chez YouTube, nous pensons que ce sont les spectateurs qui doivent décider de ce qu'ils regardent. Nous continuerons à défendre un système équitable où chaque créateur ou créatrice peut réussir grâce à son travail acharné et à la qualité de son contenu.

Dans le même temps, nous nous engageons à aider les diffuseurs de service public et un large éventail de médias traditionnels à tirer le meilleur parti de YouTube, à toucher des audiences plus larges et à trouver de nouvelles sources de revenus. La meilleure façon d'obtenir de la visibilité sur YouTube est de produire des contenus que les utilisateurs ont envie de regarder.

Toute nouvelle obligation dans ce domaine devrait éviter de nuire aux créateurs et créatrices indépendants. Elle devrait plutôt viser à encourager davantage d'innovation numérique, en permettant aux diffuseurs et aux organes de presse d'étendre leur portée numérique et d'accéder à de nouvelles sources de revenus telles que le Programme Partenaire YouTube.

Aujourd'hui, la meilleure façon de développer une audience est de se concentrer sur les utilisateurs, là où ils se trouvent. Les créateurs et créatrices ainsi que les talents européens sont particulièrement bien placés pour y parvenir.

Ce sont aux utilisateurs de décider ce qu'ils regardent, et les créateurs et créatrices européens méritent une chance équitable de développer leur audience.



"L'intention des modifications de la directive sur les services de médias audiovisuels est peut-être de créer du pluralisme, mais l'effet le plus probable sera l'élimination des petits créateurs et créatrices européens. Seuls les plus gros poissons de l'étang en profiteront, tandis que l'ajout de couches de bureaucratie et de nouveaux coûts cachés pour les plus petits créateurs et créatrices réduira au contraire le pluralisme des médias dans l'UE."

Alberto
@VisualPolitik, 3,8 M d'abonnés, Espagne

“Nos institutions et notre Parlement devraient contribuer à rétablir des conditions équitables entre les créateurs et créatrices et les médias traditionnels. Les modifications de l’algorithme ne feront qu’aider les chaînes médiatiques détenues par des milliardaires à devenir encore plus puissantes. Il serait dommage de perdre la liberté éditoriale et le droit des citoyens à accéder à des voix alternatives. Nous devons protéger cela.”

Gaspard G
@GaspardG, 1,6 M d’abonnés, France



Remerciements

Nous remercions les créateurs et créatrices ainsi que les experts qui ont contribué à ce rapport et façonné ses conclusions, de même que les défenseurs et partenaires du secteur qui ont partagé leur temps, leurs idées et leurs retours. Vos voix ont façonné ce manifeste et nous ont aidés à plaider pour un soutien renforcé à l'économie des créateurs et créatrices de l'UE.

À propos de la consultation

Public First a mené une enquête en ligne anonyme auprès des créateurs et créatrices entre le 1er juin 2026 et le 8 juillet 2026. Au total, 20 617 créateurs et créatrices ont répondu à l'enquête. Nous avons également mené 20 entretiens individuels avec des créateurs et créatrices dans toute l'UE.

À propos de Public First

Public First est un cabinet de conseil indépendant qui aide les entreprises et les organisations à élaborer de nouvelles propositions de politiques publiques, à mieux comprendre l'opinion publique et à modéliser leur impact économique et social. Public First est membre de la Market Research Society et du British Polling Council, et nous nous conformons à leurs règles et à leurs lignes directrices.

PUBLIC FIRST

YouTube





