

L'usager délinquant

David Vandiedonck

Université Lille 3, GERIICO, MSH Ersame Nord-Pas-de-Calais, MSH Paris-Nord.

Il ne s'agira pas dans cette communication de parler « des usagers eux-mêmes », mais d'un type de représentation des usages qui a court-circuité, entre 2000 et 2006, une approche véritablement centrée sur les usagers. J'opérerai un va-et-vient entre cette représentation et les stratégies des acteurs de la filière de la musique enregistrée afin d'éclairer les mécanismes à l'œuvre dans la production de « l'usager délinquant ».

Depuis les années 1970, bon nombre des études portant sur l'industrie de la musique enregistrée s'attardent sur son caractère fragile :

- une fragilité due à la nature même des biens produits (les auteurs se penchent alors sur l'incertitude quant à la valorisation des productions, les équilibres de plus en plus tendus dans la gestion des catalogues qui remettent en question la dialectique du tube et du catalogue, le renforcement des stratégies marketing intégrées...)
- une fragilité due à la structuration de la filière (on s'intéresse alors au renforcement de la structure oligopolistique, à la restructuration de la distribution, à la place des « indépendants »...)
- une fragilité due enfin à l'existence d'un marché parallèle (dominant dans certaines parties du globe) de produits de contrefaçon.

Ces trois éléments organisent un système à géométrie variable produisant depuis trente-cinq ans, de façon quasiment ininterrompue, des discours foisonnants sur la crise de l'industrie phonographique. Celle-ci touche, successivement ou simultanément, l'offre, la créativité artistique, la demande, les objets techniques, les circuits de distribution, etc. La crise et la litanie de la crise apparaissent en quelque sorte comme l'une des composantes structurelles du secteur, comme un levier stratégique permettant des reconfigurations, des alliances, des sauts techniques : le changement d'échelle des mouvements de concentration ou l'accentuation du processus d'encadrement des usages s'inscrivent directement dans ce contexte de crise

Dès 1993 la disparition prochaine du C.D. est annoncée. La prophétie met finalement un peu plus de temps à se réaliser... mais par-delà la résistance de ce « vieux » support, c'est finalement l'industrie phonographique en entier qui serait maintenant menacée. La prophétie se déplace et les enjeux se resserrent : le phénomène de concentration et d'intégration de la filière, la redéfinition de la fonction éditoriale et des stratégies éditoriales, l'imbrication des logiques industrielles et des normes techniques sont largement occultées au profit d'un diagnostic portant sur le seul piratage...

Si la « piraterie » affecte l'ensemble des industries de contenus, l'attention se porte depuis quelques années de façon aigüe sur le secteur de la musique enregistrée. Désignée comme « le mal absolu » par l'IFPI (Fédération internationale de l'industrie phonographique), la piraterie a pourtant une histoire presque aussi longue que l'industrie phonographique elle-même. Cette histoire que l'on peut suivre depuis les années 1910 est indissociable de l'évolution des techniques de reproduction.

La contrefaçon à échelle industrielle représente depuis les années 1970 une dimension structurelle de l'économie de la musique. Sur le marché asiatique, mais aussi au Moyen-Orient, au Maghreb ou en Amérique du Sud, la contrefaçon constitue alors plus de 50 % du volume des échanges. En 1970, on estimait à 100 millions le nombre de phonogrammes pirates vendus par an dans le monde. Il y en avait 220 millions en 1978, 540 en 1984... Dès 1971, les pressions de l'IFPI débouchèrent sur une convention internationale afin de tenter de contrôler, mais sans succès, cette piraterie endémique. Quoi qu'il en soit, il faut absolument rappeler que ces formes véritables de la piraterie industrielle n'ont pas redéfini globalement l'équilibre des forces entre les acteurs de la filière.

Parallèlement au piratage, l'évolution des formes d'accès et d'appropriation de la musique enregistrée a entraîné des déplacements de stratégies, des nouvelles solidarités objectives entre les acteurs mais là encore pas de refonte profonde du secteur. Ainsi, le développement de la radio dans les années 1920 a-t-il bouleversé les modalités d'accès à la musique et provoqué une première « crise » du disque, mais la radio est devenue ensuite un auxiliaire indispensable de la filière musicale, s'intégrant dans les stratégies des acteurs de celle-ci, de la production à la promotion. Le système de licence légale a même renforcé cette intégration en complétant le dispositif de financement de la filière. Le développement de la cassette analogique, par ailleurs, avait fait surgir dès les années 60 le risque d'un piratage généralisé (comme plus tard la VHS pour le cinéma). Dans le cas de la France, la taxe sur la copie privée incluse dans le prix des cassettes vierges a, de même, permis d'intégrer le support à l'économie du secteur.

Si, comme nous venons de le rappeler, la piraterie constitue historiquement une variable de l'économie du secteur, la lutte contre la piraterie *via* Internet serait devenue aujourd'hui une priorité impérieuse et, je le redis, le seul élément retenu pour diagnostiquer l'effondrement du marché.

A cette première simplification s'en ajoute une autre qui concerne les usages. Les notions de « pirate » et de « piratage » sont mobilisées pour activer des amalgames intempestifs qui entretiennent la confusion entre la contrefaçon à échelle industrielle de produits édités, la copie privée de contenus achetés par l'utilisateur, l'échange en *peer-to-peer* et le téléchargement de contenus libres de droit...

De fait, avec la numérisation et l'Internet haut débit, la piraterie a changé de nature et s'introduit au cœur des marchés solvables, concernant dès lors en premier chef les consommateurs traditionnels de l'industrie phonographique. Toutefois, la question n'est pas seulement quantitative (disons 800 ou 900 millions de titres piratés *via* Internet) mais renvoie d'une part à une redéfinition de la structuration de la filière et d'autre part à une

redéfinition de la représentation du consommateur, de l'auditeur de musique, du mélomane...

Celui que l'on désigne comme « pirate » c'est n'importe quel client de l'industrie du disque, c'est donc l'objet même de toutes les sollicitudes de cette industrie. Après s'être attaquée aux développeurs de sites et de protocoles de téléchargement et aux fournisseurs d'accès, l'industrie se retourne contre ses propres clients. L'année 2004 marque le début d'une offensive pénale intensive contre les internautes-pirates avec environ 7 000 actions en justice entreprises. L'adoption de la loi pour la confiance dans l'économie numérique devant alors permettre d'encadrer les poursuites engagées par les producteurs de musique. La loi prévoit des peines substantielles pour les actes de contrefaçon et de piraterie, pouvant aller jusqu'à trois ans de prison et 300 000 euros d'amende, comme le rappelait avec fracas la fameuse campagne « au doigt d'honneur » lancée par le SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique) : « La musique gratuite a un prix. » Cette campagne illustre surtout le travail intense des producteurs pour la médiatisation de la pénalisation des usages illicites des potentialités du *peer-to-peer* et, par un nouveau glissement, du P2P lui-même. Dans le cadre de ce processus, l'exemplarité des peines prononcées (comme en février 2005, les 10 200 euros de dommages-intérêts réclamés à un internaute pour le téléchargement illégal de musique) devrait aussi permettre, selon la SCPP (Société civile des producteurs phonographiques), de réduire considérablement la piraterie dans chaque pays. Cette surenchère s'accompagne de l'apparition des premiers DRM sur les supports édités visant à verrouiller les usages.

En France, une Charte d'engagements pour le développement de l'offre légale de musique en ligne, le respect de la propriété intellectuelle et la lutte contre la piraterie numérique a été signée le 28 juillet 2004 par des représentants des fournisseurs d'accès Internet et des professionnels de la musique, sous la coupe des ministres des Finances, de la Culture et de l'Industrie... Dès le début de cette même année, le SNEP communiquait, *via* son site web, sur le thème de la responsabilisation des usagers du réseau. Ceci reproduit les discours et les positions adoptés aux Etats-Unis

Du point de vue des industriels, le rapport à la musique, et la très grande variété des usages, ne semble plus saisi qu'au travers d'oppositions binaires : légalité-illégalité, moralité-immoralité, légitimité-illégitimité, responsabilité-irresponsabilité, achat-vol.

Les restructurations, les alliances et les fusions, les choix techniques et même les contraintes pesant sur la direction artistique des labels constitueraient autant de réponses directes et nécessaires aux pratiques des pirates. Les discours et les stratégies affichées des industriels se définissent ainsi par rapport aux pratiques de cette catégorie d'usagers. Ainsi un secteur industriel serait-il piloté de bout en bout par les pratiques (illicites) des usagers de certains dispositifs techniques en périphérie de ce secteur.

Entre les procès retentissants, les résiliations d'abonnements Internet et les avertissements envoyés aux internautes fraudeurs par les fournisseurs d'accès, les prises de parole des acteurs industriels sur les menaces qui pèsent sur le secteur, leurs stratégies pour développer une offre légale, les engagements des politiques pour accompagner ces mesures,

la place accordée aux sujets sur les « pirates de la musique » dans l'espace médiatique (pas une semaine sans que le sujet ne soit présent dans les colonnes des quotidiens), la présence de D.R.M. (*Digital Rights Management*) qui bloquent la circulation des fichiers musicaux entre les équipements organisés en système (ordinateurs, baladeurs MP3, autoradios, chaînes, etc.), le coup de force de la loi Dadvsi tout cela contribue à construire une figure d'usager au centre de tous les dispositifs musicaux (figure qui devient le modèle quasi exclusif pour penser les usages de la musique enregistrée) : l'usager-délinquant.

Cette figure construite par les majors et le législateur repose sur des amalgames très hâtifs, et surtout occulte par sa force performative l'extrême variété des usages et pratiques des auditeurs de musique *on* et *off line*. Dire cela, c'est simplement refuser de souscrire à la saisie strictement techniciste et déterministe des pratiques des auditeurs. Celles-ci sont absolument irréductibles aux seules mutations technologiques numériques ainsi qu'aux stratégies économiques et industrielles des acteurs de l'oligopole élargi aux acteurs des matériels.

Revenons 7 ans en arrière : le durcissement de la « lutte » contre les actes dits de « piraterie » s'inscrit aussi dans l'évolution des stratégies industrielles et financières des groupes. L'année 1999 marque un tournant dans le secteur musical. L'ASCAP (*American Society of Composers, Authors and Publishers*) accorde à MP3.com une licence portant sur quatre millions de titres accompagnant ainsi le développement intensif de ce format. Au moment de l'épopée Napster, le MP3 et le *peer-to-peer* commencent à faire vaciller les majors qui, après une période d'attentisme, investissent la Toile (ceci ira jusqu'au rachat avorté de Napster par BMG). On assiste alors à une succession d'alliances entre les majors et les acteurs d'Internet et, plus récemment, à des alliances entre les majors elles-mêmes visant à maintenir leur position dominante face aux nouveaux concurrents, mais aussi à développer les nouvelles approches marketing que permet la Toile, à ménager les systèmes de production et de diffusion classiques sur lesquels repose encore la position de l'oligopole. Toutefois, la convergence entre contenants et contenus et les synergies qu'elle promettait ont fait long feu. Si la fusion Warner-AOL semblait préfigurer le modèle à venir des groupes de l'*entertainment* déployés sur la Toile dans un régime d'oligopole resserré, la logique du conglomérat sur laquelle reposait ces fusions est, nous le savons, largement remise en question : Warner a cédé sa filiale musicale et a connu une déconfiture légendaire dans son aventure sur le Net. Vivendi, de même, se fragmentait et se repositionnait.

Aujourd'hui, les tentatives pour imposer un nouveau modèle économique *via* les plateformes de téléchargement avec facturation à la pièce sont encore bien précaires. Si les acteurs industriels présentent ce mode de valorisation des contenus comme la seule perspective envisageable et comme le seul modèle économique viable, les téléchargements légaux et payants ne représentent toujours que quelques pourcents de la distribution musicale. La courbe de progression est verticale mais reste pour l'heure marginale...

Ce développement est soutenu par le succès de produits techniques comme l'*iPod*, mais entravé dans le même mouvement par le cloisonnement des offres accessibles par le biais de supports dédiés : l'exemple le plus connu est sans nul doute l'*iTunes music store* qui ne concerne que les usagers de l'*iPod* d'Apple. Mais il en va de même avec sony et bien

d'autres. Pour contrer Apple, l'ensemble des concurrents propose des systèmes inaccessibles aux utilisateurs d'équipements Mac... Si Apple est parvenu à se positionner en tête sur le secteur de la musique en ligne, ce n'est pas le téléchargement de musique sur *iTunes* qui permet au groupe de réaliser un résultat positif, mais bien la vente des équipements *iPod*. Par ailleurs, l'objectif plus global d'Apple reste bien centré sur les supports techniques et non sur la valorisation des contenus. Ainsi, en développant le nombre d'utilisateurs de son baladeur MP3, Apple souhaite entraîner les utilisateurs de cette technologie dans une gamme d'objets techniques organisés en système. C'est d'ailleurs la force de la stratégie de Apple.

Nous assistons ainsi à un recul fort de la valorisation des contenus musicaux au profit d'une valorisation des matériels. Les filiales « musique » qui constituaient historiquement les fleurons des groupes de l'*entertainment* ont perdu cette place stratégique. Cette tendance déplace en profondeur la polarité de la filière musicale en renforçant la position des acteurs des matériels. Ceci déplace aussi inmanquablement la question du piratage, et l'utilisateur est finalement pris en tenaille entre les acteurs des contenus et ceux des matériels.

Après avoir posé et exploré la production d'un discours sur la crise de l'industrie du disque, les éléments de diagnostic avancés par les acteurs de cette industrie, il semble nécessaire de décentrer le regard, de ne pas s'intéresser exclusivement aux logiques industrielles et financières dominantes, aux stratégies, pratiques et discours des acteurs de l'oligopole.

L'objectif est d'approcher les usages et les pratiques sans relation d'inférence (et sans prétention modélisante) entre ceux-ci et les stratégies des offreurs. Les tentatives rationalisantes d'encadrement, voire de détermination, des usages par les acteurs des industries de contenus et de matériels se heurtent aux tactiques des usagers (et la jeune histoire du *peer-to-peer* constitue une illustration particulièrement riche de ces tactiques mouvantes). Bien sûr, ces tactiques et ces usages ne sont pas uniquement erratiques, ils s'inscrivent bien dans le cadre de stratégies et de logiques fortes qui sont celles des acteurs des secteurs industriels. Dès lors, qu'il s'agisse d'analyser les échanges en *peer-to-peer* ou de comprendre plus globalement ce qui se joue dans les rapports entre des auditeurs et des musiques, les recherches doivent s'intéresser sérieusement à l'épaisseur des usages de la musique sans les découpler des logiques qui structurent les secteurs des industries culturelles mais

- 1) sans les réduire à celles-ci
- 2) sans faire le raccourci entre les usages liés à un dispositif technique isolé (comme le P2P) et les pratiques musicales dans leur ensemble
- 3) sans oublier que les « nouveaux » usages s'articulent avec d'autres plus anciens : les K7 analogiques, les vinyles, la radio, les CD... peuplent toujours nos mondes musicaux...

Bibliographie

Angelo (D'), Mario, *Socio-économie de la musique en France. Diagnostic d'un système vulnérable*, Paris, La Documentation française, 1997.

Burnett, Robert, *The Global Jukebox. The International Music Industry*, London, Routledge, 1996.

Charles, Ève-Marie, *Le Disque classique en France*, Paris, L'Harmattan, 2003.

- Debruyne, François, « Disquaires de rêve et boîtes à musique : la fin des intermédiaires à "l'envers" », in *Multitudes*, n° 19, 2005, p. 133-142.
- De Coster, Michel, *Le disque, art ou affaire ?*, Grenoble, PUG, 1976.
- Huet, Armand, Ion, Jacques, Lefèbvre, Alain, Miège, Bernard, Peron, René, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, PUG, 1978.
- Lange, André, *Stratégies de la musique*, Bruxelles, Mardaga, 1995.
- Le Diberder, Alain, *Crise et mutation du domaine musical*, Paris, La Documentation française, 1987.
- Pichevin, Aymeric, *Le disque à l'heure d'Internet*, Paris, L'Harmattan, 2000.
- Vandiedonck, David, *Qu'est-ce qui fait tourner le disque classique ?*, Villeneuve d'Ascq, PUS, 1999.