

**Comprendre les comportements volontairement déviants en termes de paiement :
application de la théorie de la neutralisation au téléchargement illégal de fichiers
musicaux**

Ronan Divard

Maître de conférences

IAE de Bretagne Occidentale, Université de Bretagne Occidentale / Skol Veur Breizh Izel

Laboratoire ICI

12 rue de Kergoat

CS 93837

29238 Brest Cedex 3

ronan.divard@univ-brest.fr

Patrick Gabriel,

Professeur agrégé des universités

IAE de Bretagne Occidentale, Université de Bretagne Occidentale / Skol Veur Breizh Izel

Laboratoire ICI

12 rue de Kergoat

CS 93837

29238 Brest Cedex 3

patrick.gabriel@univ-brest.fr

**Comprendre les comportements volontairement déviants en termes de paiement :
application de la théorie de la neutralisation au téléchargement illégal de fichiers
musicaux**

Résumé

Notre recherche vise à mieux identifier les raisons avancées par les internautes au téléchargement illégal de musique, en nous appuyant sur la théorie de la neutralisation qui explique comment les individus peuvent transgresser des normes en évitant ou limitant la culpabilité qu'ils pourraient éprouver. Les principales conclusions de la recherche, conduite auprès de 269 étudiants, sont que l'opportunisme calculé prévaut sur les considérations éthiques, que la sympathie et l'empathie pour les victimes du téléchargement illégal sont quasiment inexistantes et qu'on ne décèle pas de réelle dimension idéologique, qui refléterait l'existence d'une contre-culture numérique porteuse de valeurs en opposition avec celles communément admises.

Mots clés : téléchargement illégal, théorie de la neutralisation, gratuité

**Understanding the voluntarily deviant behavior in terms of payment: application of the
neutralization theory to illegal downloading of music files**

Abstract

Our research aims to better identify the reasons that people put forward to justify their illegal downloading of music. It is based on the neutralization theory, explaining how individuals can violate the law by avoiding or limiting the guilt they may experience. The main findings of the research, conducted among 269 students, are that opportunism prevails over ethical considerations, that sympathy and empathy for the victims of illegal downloading are almost non-existent and that we do not detect any real ideological dimension, which would reflect the existence of a digital counterculture clashing with commonly accepted values.

Key words : illegal downloading, neutralization theory, free access.

Comprendre les comportements volontairement déviants en termes de paiement : application de la théorie de la neutralisation au téléchargement illégal de fichiers musicaux

Introduction

Fixer un prix à des œuvres artistiques, par nature dénuées de valeur fonctionnelle, n'est guère évident. Le cas de la musique est à ce sujet exemplaire : si sa valorisation financière est nécessaire à l'industrie et aux multiples acteurs qui la produisent et la diffusent, sa valeur hédonique, sa portée symbolique et la dimension communautaire qui résulte des effets de mode incitent une partie des auditeurs à adopter des comportements de consommation transgressifs, où la transaction et le prix du marché ne sont plus des références (Chen, Shang et Lin, 2008). La diffusion sous forme numérique *via* Internet d'œuvres qui étaient auparavant matérialisées sur des supports physiques amplifie considérablement ce comportement de consommation hors des normes économiques du marché. Les explications couramment apportées reposent principalement sur les particularités d'Internet ou du format de diffusion.

Tout d'abord, Internet est souvent perçu comme un espace de liberté, où les normes du monde physique ne seraient pas nécessairement applicables. Une idéologie du partage, de la solidarité, de l'égalité et de la liberté de l'accès à tous à la culture est très présente dans les discours et a même suscité l'émergence de structures politiques (les partis pirates). En outre, et de manière plus prosaïque, l'anonymat des internautes a un effet désinhibant sur leurs comportements, car le coût psychologique et le risque perçu des transgressions sont amoindris (Freestone et Mitchell, 2004). Cet anonymat, combiné à l'absence de prélèvement physique, expliquerait l'ampleur du téléchargement illégal par des individus qui, dans leur immense majorité, n'iraient jamais voler des disques ou des DVD (Moore et McMullan, 2004). Enfin, la possibilité de diffusion et de reproduction à l'infini et à faible coût des œuvres culturelles numérisées a un effet indéniable sur la valeur perçue de ces œuvres. Le prix Nobel d'économie Paul Krugman (2008) estime à cet égard que le modèle économique fondé sur les ventes des copies d'une œuvre n'est plus viable aujourd'hui.

La conséquence est que les comportements de téléchargement illégaux sont amplement répandus (Khouja et Rajagopalan, 2009). La fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) estime ainsi qu'ils représentent près de 95 % des téléchargements dans

le monde. Selon un sondage commandité par la Hadopi en 2010, 49% des Français déclarent télécharger illégalement ou l'avoir déjà fait dont 13% régulièrement.

Si les acteurs de l'industrie musicale et les pouvoirs publics se sont engagés dans une lutte contre cette pratique, les actions entreprises ne parviennent pas à éradiquer un comportement des consommateurs orienté vers la gratuité des œuvres musicales et le dépassement généralement conscient de la loi et du système normatif de prix.

Au-delà des aspects techniques du support ou d'explications rationnelles, les comportements d'acquisition d'œuvres musicales hors du marché légal nécessitent donc d'être analysés de manière approfondie afin de concevoir, soit des actions limitatives de ce type de comportement, soit, plus largement, des modèles économiques gagnant en efficacité car tenant compte d'un tel comportement (Papies, Eggers et Wlömert, 2011). Il apparaît ainsi utile de comprendre le point de vue de l'internaute sur son comportement lorsqu'il est consciemment déviant par rapport aux lois classiques du marché. Plus précisément, l'objet de la recherche est de mieux connaître les mécanismes cognitifs qui permettent aux internautes de transgresser des normes internalisées ou externes qu'ils ne peuvent ignorer et qu'ils respectent dans leur immense majorité dans le monde physique (en l'occurrence, le droit de propriété et le système de transaction reposant sur les prix).

Notre recherche s'appuie sur la grille d'analyse de la théorie de la neutralisation. Cette théorie, issue du champ de la criminologie (Sykes et Matza, 1957), décrit un mécanisme de justification et de rationalisation facilitant les comportements qui violent les normes ou contreviennent aux attitudes exprimées, permettant ainsi aux individus d'atténuer ou d'éliminer la culpabilité qui devrait en résulter et de faire face aux éventuelles accusations (Grove, Vitell et Strutton, 1989). Elle repose sur un ensemble de dispositifs cognitifs, qualifiés de techniques de neutralisation, dont il s'agit ici de savoir dans quelle mesure ils sont employés par ceux qui acquièrent des œuvres musicales sans en acquitter le prix du marché.

L'article est structuré en quatre parties : la première porte sur le phénomène du téléchargement illégal de musique ; la seconde présente la théorie de la neutralisation et son application au comportement du consommateur. L'étude réalisée et ses principaux résultats sont exposés dans une troisième partie. Dans une dernière partie, ces résultats sont commentés et traduits en termes d'implications managériales et de voies pour de futures recherches.

1. Le téléchargement illégal de musique – un phénomène de très grande ampleur

La lutte contre le téléchargement illégal, qui permet aux internautes d'obtenir des œuvres protégées sans limite et sans rémunérer les détenteurs des droits d'auteur, est devenue un enjeu majeur pour les acteurs de l'industrie musicale et les pouvoirs publics depuis la fin des années quatre-vingt-dix et l'apparition des premiers sites pair à pair (*peer-to-peer* ou P2P). L'ampleur de cette pratique est en effet jugée responsable de l'effondrement des ventes de disques, phénomène qui affecte l'ensemble des pays développés depuis le début des années 2000. Ainsi, selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), le marché de la musique enregistrée en France est passé de 1 302 millions d'euros en 2002 à 554,4 millions d'euros en 2010 (dont 88,1 millions de ventes numériques), soit une diminution de 58% en huit ans. La baisse est mondiale et n'a pas été enrayerée. Dans son rapport 2010, la fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) indique que le chiffre d'affaires de l'industrie musicale a encore reculé de 9 % en un an et que la croissance des ventes numériques est loin de compenser les pertes.

Face à la crise, l'industrie musicale a réagi de trois manières :

Elle a diversifié ses activités pour réduire sa dépendance à l'égard des ventes de CD. Les producteurs se sont engagés dans des stratégies d'intégration verticale, afin d'étendre leur assise sur les différents maillons de la chaîne de valeur de la musique : édition musicale, production de spectacles, exploitation de salles, management d'artistes. Ils ont également diversifié leur offre en développant des produits dérivés (tee-shirts, sacs, calendriers, badges...) et en systématisant la commercialisation de musique pour des messages publicitaires ou des sonneries de téléphone.

L'industrie musicale a également développé l'offre légale en ligne, en acceptant, bon gré mal gré, de s'adapter à de nouveaux modèles économiques, souvent imaginés par des acteurs d'Internet. Les offres de téléchargement légal payant (*iTunes, Amazon...*), de téléchargement légal gratuit moyennant visionnage de publicité (le site *Beezik* par exemple), la diffusion en flux (*streaming*) et le téléchargement en location ou souscription (*Deezer, Spotify, MusicMe...*) sont autant de tentatives de modèles d'affaires nouveaux.

Enfin, l'industrie musicale a déployé de larges efforts de *lobbying* auprès des pouvoirs publics pour obtenir l'application des textes existants et des législations répressives contre le téléchargement illégal (Sandulli et Martín-Barbero, 2007). Si le combat a été mené initialement contre les sites de téléchargement pair à pair, les acteurs et les autorités publiques de nombre d'États se sont orientés davantage à partir de 2003 vers des actions de dissuasion et de sanction des internautes en cherchant à y impliquer les fournisseurs d'accès. L'IFPI rappelle à ce propos dans son rapport 2010 que « *les modèles économiques innovants ne peuvent pas suffire à eux seuls pour combattre les hauts niveaux de piratage numérique* » et en appelle à la coopération des fournisseurs d'accès à Internet pour coopérer à des dispositifs de riposte graduée. Comme le soulignent Odou et Bonnin (2010), il s'agit d'augmenter le coût de transaction lié à la copie illégale en en majorant le coût moral et le coût légal (peur des sanctions).

En France, la principale étape est l'adoption de la loi « Création et Internet », dite « loi Hadopi », qui vise à mettre un terme aux partages de fichiers en pair à pair quand ces partages se font en infraction avec les droits d'auteur. La loi comprend deux grands volets : le volet de riposte gradué et le volet d'amélioration de l'offre légale et de promotion des « usages responsables ». La Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (Hadopi) a présenté en septembre 2011 son premier rapport d'activité. 18 millions d'infractions ont été constatées ; un demi-million de premiers avertissements et 35 000 deuxièmes avertissements ont été envoyés aux internautes. Si la Hadopi juge ces résultats encourageants, le téléchargement illégal est fort loin d'être éradiqué et des réactions organisées se mettent en place pour continuer à bénéficier d'un téléchargement gratuit. En particulier, on trouve aujourd'hui des centaines de fournisseurs d'accès à des réseaux privés virtuels (*Virtual Private Networks* ou VPN), qui, en créant un tunnel chiffré entre un ordinateur et un serveur, permettent de naviguer et de télécharger anonymement. Et une multitude de sites indiquent les moyens de contourner la loi.

2. Comprendre l'illégalité par les formes de rationalisation adoptées par les individus : la théorie de la neutralisation

Il est important, dans ce contexte d'intensification de la lutte contre le téléchargement illégal, de se demander comment des utilisateurs qui n'ont pas pour habitude de transgresser les lois, et dont on peut penser que la grande majorité est d'accord avec les principes de la propriété

intellectuelle, justifient leur comportement. Ainsi que le précisent Odou et Bonnin (2010), « on peut imaginer, vu la diffusion de la pratique du téléchargement, que celle-ci concerne des individus qui reconnaissent le bien fondé du droit à la propriété intellectuelle mais agissent en non-conformité avec cette règle sociale lorsqu'ils sont sur Internet. Ils ne peuvent donc ignorer le discours des « majors » et doivent trouver d'autres formes de justification pour atténuer le sentiment de culpabilité que cette situation peut potentiellement générer ».

En d'autres termes, il importe de comprendre comment un individu qui respecte les normes de transaction dans son comportement d'achat habituel, mais qui a sur Internet un comportement d'acquisition volontairement hors marché - le téléchargement d'œuvres normalement payantes - justifie cet écart à la norme.

2.1 La neutralisation : une théorie issue de la criminologie

La théorie de la neutralisation, issue du champ de la criminologie (Sykes et Matza, 1957), offre un support conceptuel intéressant pour analyser de tels comportements. L'étude de Sykes et Matza les avait conduit à la conclusion, en complète rupture avec les conceptions criminologiques prévalant à l'époque, que le délinquant n'était pas guidé par des impératifs moraux, des valeurs ou des attitudes en opposition avec ceux de la société et qui caractériseraient une sous-culture, mais qu'il développait une série de justifications ou de rationalisations, - les techniques de neutralisation -, qui pouvaient le protéger du sentiment de culpabilité et des accusations.

Les demandes internes et externes de conformité seraient donc neutralisées par le délinquant, qui apprendrait des schémas de pensée l'aidant à rester intégré au système normatif et à présenter ses actions, sinon comme louables, du moins comme acceptables. La neutralisation « protège l'individu de l'auto-culpabilisation et du blâme des autres [...] L'individu peut rester attaché au système de valeurs de la culture dominante tout en commettant des actes criminels sans éprouver la dissonance cognitive qui serait autrement attendue » (Cromwell et Thurman, 2003). La neutralisation joue donc un rôle externe et un rôle interne. Elle permet de préserver le concept de soi lorsqu'on commet un acte déviant au regard de ses normes personnelles et de se défendre contre de possibles accusations et sanctions émanant de l'environnement social dont les normes - formelles ou informelles - ont été transgressées.

2.2 Les techniques de neutralisation

Sykes et Matza ont identifié cinq catégories de techniques de neutralisation :

- le déni de responsabilité : l'argument est que l'on n'est pas personnellement comptable du comportement incriminé. L'individu se présente comme le jouet des circonstances et de facteurs incontrôlables (p. ex. « je n'avais pas d'autre solution que d'emprunter cette voiture pour rentrer chez moi »).
- le déni de dommage : c'est l'assertion selon laquelle l'acte incriminé ne revêt pas de réelle gravité puisqu'il n'a pas vraiment occasionné de préjudice (p. ex. « j'ai juste emprunté ce matériel et je comptais le remettre à sa place »).
- le déni de victime : il s'agit d'arguer qu'il n'y a pas de victime ou que la victime supposée porte en fait la responsabilité de ce qui s'est produit (p. ex. « c'est de leur faute, s'ils avaient tenu leur promesse, je n'aurais pas agi ainsi »).
- la condamnation des accusateurs : l'individu relativise les accusations en alléguant que ceux qui les portent ont des motivations peu avouables ou commettent eux aussi des actes condamnables (p. ex. « les policiers sont corrompus »).
- l'invocation de loyautés plus élevées : le comportement incriminé est présenté comme nécessaire à la satisfaction des besoins supérieurs d'un groupe auquel appartient l'individu (p. ex. « c'est pour ma famille que j'ai volé »).

Cette classification a fait l'objet de critiques. En particulier, le « déni de victime » et le « déni de dommage » ont parfois été jugés partiellement redondants (Maruna et Copes, 2005). D'intéressantes subdivisions de ces catégories ont également été suggérées. Ainsi, Odou et Bonnin (2010) déduisent de leur étude sur le téléchargement illégal qu'il est pertinent de distinguer dans le déni de responsabilité le transfert de responsabilité et la dilution de la responsabilité ; et que le déni de dommage peut se décomposer en deux : la minimisation du dommage et sa compensation. Quant au déni de victime, il résulterait de deux logiques de différenciation : selon les moyens de la victime et selon le mérite de la victime.

D'autres techniques ont été suggérées au fil du temps, visant à compléter la classification initiale (Minor, 1981 ; Cromwell et Thurman, 2003 ; McGregor, 2008). L'intérêt de ces ajouts

est parfois jugée discutable (Chatzidakis, Hibbert et Smith, 2007) et, dans la pratique, on constate que les chercheurs optent majoritairement pour la classification d'origine.

2.3 L'application de la théorie de la neutralisation au comportement du consommateur, en particulier au téléchargement illégal

Sykes et Matza (1957) avaient émis l'idée que les neutralisations n'étaient pas simplement disponibles pour les délinquants, mais pour la société toute entière. De fait, une multitude de recherches en sciences humaines et sociales ont pris appui sur cette théorie. En comportement du consommateur, la théorie de la neutralisation a été introduite à la fin des années quatre-vingts (Grove, Vitell et Strutton, 1989). Le besoin de justifier et rationaliser ses comportements peut en effet concerner toutes sortes d'activités du consommateur dès lors qu'elles présentent une dimension éthique. Chatzidakis et coll. (2004), qui ont exploré un grand nombre de contextes de consommation, concluent que les techniques de neutralisation sont particulièrement susceptibles d'être employées dans deux types de contextes : pour des comportements clairement déviants tels que le vol en magasin, et dans des contextes de choix éthiques de consommation, tels que le recyclage ou l'achat de produits issus du commerce équitable.

Il existe désormais un *corpus* de recherches sur les comportements de consommation délictueux ou non éthiques intégrant explicitement la théorie de la neutralisation. Le téléchargement illégal fait partie des thèmes qui ont inspiré ces recherches et, à notre connaissance, cinq études ont été réalisées sur cette question.

Trois d'entre elles ont porté sur des échantillons étatsuniens (Ingram et Hinduja, 2008 ; Harris et Dumas, 2009 ; Ulsperger, Hodges et Paul, 2010), la quatrième (Cohn et Vaccaro, 2006) sur des blogs anglophones et un échantillon plurinational ; et la dernière a été réalisée en France (Oudou et Bonnin, 2010). Mais, à la différence de notre propre recherche, elle a porté sur le téléchargement illégal de films. Ces études, résumées dans le tableau 1, aboutissent à des résultats sensiblement différents, qui peuvent tenir notamment à la diversité des méthodologies, aux différences dans la taxonomie de référence, ou dans le codage des réponses.

Auteurs, date et revue	Objet de l'étude	Méthodologie	Principaux résultats
Cohn et Vaccaro (2006) (<i>International journal of internet marketing</i>)	Applicabilité de la théorie de la neutralisation aux justifications des consommateurs à la distribution et à l'acquisition illégale de musique en ligne.	Questionnaire ouvert auto-administré à quatorze étudiants de neuf nationalités et analyse netnographique de 20 blogs portant sur les fichiers MP3.	Quatre des techniques suggérées par Sykes et Matza sont employées : déni de responsabilité, déni de dommage, déni de victime, invocation de loyautés supérieures.
Ingram et Hinduja (2008) (<i>Deviant behavior</i>)	Lien entre les techniques de neutralisation et le niveau de piratage de musique sur Internet	Questionnaires auprès de 2032 étudiants. Régression multinomiale logistique permettant d'expliquer le degré de participation au téléchargement illégal à partir du degré d'acceptation de techniques de neutralisation.	Une forte acceptation de la plupart des techniques (déni de responsabilité, déni de dommage, déni de victime, appel à des loyautés supérieures) prédit significativement des niveaux modérés de piratage.
Harris et Dumas (2009) (<i>Marketing theory</i>)	Activités Internet en pair-à-pair : identification et analyse des techniques de neutralisation.	Entretiens en profondeur auprès de 54 personnes de 18 à 48 ans.	Sept techniques sont identifiées : déni de victime, déni de dommage, invocation de la normalité, acceptabilité relative, justification par comparaison, invocation de loyautés supérieures.
Ulsperger, Hodges et Paul (2010) (<i>Journal of criminal justice and popular culture</i>)	Identification et analyse des justifications au téléchargement illégal de musique au sein de la génération Y.	Questionnaires avec des questions fermées (âge, sexe, pratique du téléchargement illégal) et une question ouverte sur les raisons de l'éventuel téléchargement illégal auprès de 800 étudiants de quatre universités.	Les cinq catégories de techniques proposées par Sykes et Matza sont utilisées : déni de responsabilité (36%), condamnation des accusateurs (18%), déni de victime (15%), déni de dommage (12%), invocation de loyautés supérieures (6%).
Odou et Bonnin (2010), (<i>Actes des XVème Journées de recherche en marketing de Bourgogne</i>)	Gestion du conflit moral par les techniques de neutralisation chez les internautes téléchargeant illégalement des films.	Entretiens par messagerie instantanée auprès de 16 internautes de moins de 25 ans.	Les justifications sont surtout centrées sur le déni de responsabilité, le déni de dommage et le déni de victime. La condamnation des accusateurs est rare et l'appel à des principes moraux supérieurs presque inexistant.

Tableau 1 - Synthèse des études sur la théorie de la neutralisation et le téléchargement illégal

La théorie de la neutralisation apparaît donc comme un support conceptuel intéressant pour analyser les comportements des individus recherchant volontairement l'obtention gratuite d'œuvres musicales normalement payantes. Tel est l'objet de cette recherche, qui présente deux particularités : la première est que nous nous situons dans un cadre français, où nous ne relevons qu'une étude liant la théorie de la neutralisation et le téléchargement (en l'occurrence, de films) (Odou et Bonnin, 2010). Or, il apparaît que le contexte culturel peut contribuer à déterminer les schémas cognitifs et les comportements en matière de téléchargement illégal. Ainsi, Odou et Bonnin soulignent que « *à l'inverse de l'internaute américain, l'internaute français ne revendique pas son comportement déviant, il ne se sent pas responsable de ses actes et a plus besoin de minimiser les conséquences de ses actes [...] que de les justifier sur la base de principes idéologiques ou moraux lui permettant de contre-attaquer, de condamner les accusateurs* ». En matière de comportements, des différences significatives ont également été notées : ainsi, le numérique payant ne représente guère en 2010 que 16% des ventes en France, contre 29% au niveau mondial et de l'ordre de 50% aux Etats-Unis (Tellier, 2011).

La seconde spécificité de notre démarche est de nous démarquer des approches antérieures, qui reposaient sur une vision très extensive du concept de neutralisation et conduisaient *de facto* à considérer tout mobile comme une forme de neutralisation. La posture que nous adoptons sera explicitée dans la partie 3.

3. Méthodologie de l'étude et résultats obtenus

3.1 Méthodologie

L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 269 étudiants (huit promotions de droit et de gestion sont concernées, de la deuxième année de licence au master 2). Si le choix de consulter des étudiants présente d'indéniables avantages pratiques, il est justifié par d'autres raisons : d'une part, il s'agit de personnes accoutumées à Internet et à la culture numérique, et qui sont parmi les principaux consommateurs de produits culturels. D'autre part, puisque nous voulons comparer les résultats à ceux des études antérieures, il est souhaitable de recueillir l'information auprès d'une population de même nature.

Les étudiants ont été interrogés en vase clos, au début des cours, à l'aide d'un questionnaire. Cette méthode présente plusieurs avantages :

- les répondants sont sur un pied d'égalité (ils sont placés dans les mêmes conditions et disposent exactement du même laps de temps, en l'occurrence un quart d'heure) ;
- le taux de réponse est élevé, le public étant captif (il était explicitement indiqué qu'on pouvait s'abstenir de répondre, mais aucun étudiant n'a saisi cette opportunité) ;
- l'anonymat est strictement respecté (les étudiants devaient déposer leur questionnaire dans une urne à la sortie des salles et amphithéâtres), ce qui permet d'obtenir des réponses plus sincères. En effet, les mesures déclaratives sont souvent entachées d'un important biais de désirabilité sociale, du fait en particulier de la tendance à afficher une préférence pour les buts sociaux au détriment des finalités plus égoïstes (Hansmann et coll., 2006) ;
- les réponses sont spontanées, les étudiants n'ayant pas le loisir de se documenter pour étayer leurs réponses ;
- la salle est supervisée, ce qui garantit des réponses strictement individuelles.

Aucun jugement moral n'était porté et les étudiants n'étaient pas directement invités à se justifier, ce qui aurait pu générer des arguments neutralisants artificiellement créés à l'intention des interviewers (Hindelang, 1970), mais à indiquer simplement les raisons de leur comportement. Le questionnaire comprenait deux questions fermées et une question ouverte. La première concernait le genre ; la seconde question était de nature dichotomique : « Vous-est-il déjà arrivé de télécharger de la musique de manière non légale ? ». La question ouverte portait sur les mobiles du comportement : « Si oui, quelle en est la raison ou quelles en sont les raisons ? » Deux chercheurs ont procédé de manière séparée au codage des réponses selon une catégorisation libre des justifications. Puis des comparaisons ont été effectuées entre les catégories librement identifiées par les chercheurs dans un premier temps, et entre les catégories de justification offertes par Sykes et Matza dans un second temps. Les divergences firent l'objet d'une discussion jusqu'à ce qu'une décision consensuelle puisse être dégagée.

3.2 Les résultats obtenus

La proportion d'étudiants déclarant avoir déjà téléchargé de la musique de manière non légale apparaît sans surprise comme étant très élevée (84,4%) (voir tableau 2).

	Oui	Non	Total
Hommes	75 (90,4%)	8 (9,6%)	83 (30,9%)
Femmes	152 (81,7%)	34 (18,3%)	186 (69,1%)
Total	227 (84,4%)	42 (15,6%)	269 (100%)

Tableau 2 - Proportion d'étudiants déclarant avoir téléchargé illégalement de la musique

Cette proportion est très proche de celle relevée par Ulsperger, Hodges et Paul (2010) dans des universités américaines (86,5%). La différence hommes-femmes n'est pas ici statistiquement significative, alors que ces auteurs avaient relevé que les filles étaient plus nombreuses à télécharger illégalement. Ce résultat contredit également l'étude réalisée par la Hadopi en 2010, selon laquelle le « pirate » type serait un homme âgé de 15 à 39 ans. Il est possible qu'un rééquilibrage des pratiques entre genres se soit produit parmi les natifs du numérique.

Les raisons avancées au téléchargement de musique sans en payer le prix sont scindées en deux catégories : les arguments de nature rationnelle (le téléchargement illégal permet de réduire considérablement différents coûts : argent, temps, énergie, coûts psychologiques... avec des risques faibles), et les arguments neutralisants, qui visent à s'autojustifier ou à se protéger des accusations. Les premiers sont bien plus souvent mentionnés (619 occurrences contre 297) (voir tableau 3).

Arguments	
Arguments rationnels	619 (67,6%)
Justifications relevant de la neutralisation	297 (32,4%)
Total	916 (100%)

Tableau 3 - Classement général des arguments au téléchargement illégal

3.2.1 Les arguments rationnels

Ils sont en grande partie liés aux avantages intrinsèques du téléchargement (gain de temps, accessibilité, étendue du choix, gratuité, facilité du processus...). Le tableau 4 offre une synthèse de l'ensemble de ces arguments.

Ces avantages intrinsèques au téléchargement ont pu être interprétés dans certaines études comme relevant de la neutralisation et ont été fréquemment intégrés dans la catégorie « déni de responsabilité » (Cohn et Vaccaro, 2006 ; Harris et Dumas, 2009 ; Ulsperger, Hodges et Paul, 2010). Il s'agit selon nous d'une vision abusive du concept de neutralisation. Ainsi, si les caractéristiques technologiques rendent aisé le passage à l'acte et sont des facilitateurs, elles ne sauraient à nos yeux être interprétées comme des justifications à ces actes, sauf à corrompre le concept-même de neutralisation, qui inclurait *de facto* tous les mobiles susceptibles d'être avancées. Il en est de même de la gratuité et du risque perçu par le consommateur au comportement déviant. Pour prendre une analogie avec un acte de délinquance mineure, si un individu déclare ne pas avoir payé de titre de transport pour emprunter un bus et qu'il avance comme arguments que la ligne n'est quasiment jamais contrôlée et que cela lui permet de voyager gratuitement, nous ne sommes aucunement confrontés à une quelconque rationalisation du comportement pour faire face à de la culpabilité ou d'éventuelles accusations, mais à des arguments parfaitement rationnels, qui relèvent d'une logique coûts/bénéfices.

Arguments rationnels	Nombre de répondants
Gratuité, possibilité d'économiser	155
Rapidité	104
Facilité (sans précision)	27
Facilité procédure (accès, téléchargement)	71
Facilité (de chez soi, sans avoir besoin de se déplacer)	51
Facilité d'utilisation de la musique (compatibilité avec les équipements informatiques et nomades)	31
Facilité de gestion et de suppression de la musique (par rapport aux CD notamment)	11
Sélection des titres qui plaisent dans un album	58
Choix illimité	38
Découverte sans risque de nouveaux albums, de nouveaux artistes ou de nouveaux styles musicaux	35
Risques de sanction faibles ou inexistantes	20
Accès aux nouveautés non encore commercialisées en France	11
Divers (pas plus de cinq citations)	7
Total	619

Tableau 4 - Les arguments rationnels donnés au téléchargement illégal

La gratuité, la rapidité et la facilité sont les arguments les plus souvent avancés. La gratuité est mentionnée par 155 des 227 personnes qui téléchargent illégalement : *« Même si le téléchargement légal se développe (et que les prix ont nettement diminué), il est "normal" de vouloir se procurer de la musique gratuitement quand c'est aussi facile »*. *« Je suis conscient que ça ne permet pas de rémunérer les acteurs de la filière musicale, mais après tout, ce n'est pas mon problème. Moi, j'économise, c'est tout ce qui m'importe »*. La rapidité (104 citations) apparaît également essentielle dans un univers numérique dominé par l'immédiateté : *« On accède à de la musique au moment où on y pense, immédiatement »*. *« Il est possible d'obtenir de manière rapide de la musique à n'importe quel moment de la journée »*.

La facilité, parfois difficile à dissocier de la rapidité, présente quatre facettes (27 répondants mentionnent la facilité sans donner de précision) :

- la facilité d'accès (71 citations) : il est très facile d'accéder aux sites, de trouver ce qui plaît et de télécharger.
- l'absence de déplacement (51 citations) : on peut faire les opérations de chez soi et éviter les désagréments occasionnés par les déplacements : *« Il n'est plus nécessaire de se déplacer en magasin donc plus de soucis pour stationner et évitement de la foule »*.
- la compatibilité avec la technologie et le mode d'écoute (31 citations) : les fichiers téléchargés sont directement compatibles avec les équipements possédés par les répondants, qui obtiennent directement le titre au format qu'ils utilisent puisque l'ordinateur leur tient souvent lieu de chaîne et qu'ils disposent en outre d'équipements nomades (baladeurs numériques, clefs USB...) : *« Mon ordinateur est ma chaîne stéréo. C'est plus facile d'utilisation si les musiques sont déjà sous forme de fichiers informatisés »*. *« La musique peut être stockée sur des clés USB ou des cartes SD et je peux ainsi les écouter dans la voiture »*. *« Cela permet d'avoir des fichiers MP3 rapidement transposables sur les lecteurs MP3 et les portables (le support est immatériel) »*.
- la facilité de gestion de la musique possédée par rapport au CD (11 citations) : on gagne ainsi de la place par rapport à des CD encombrants, fragiles et dont on ne sait parfois que faire. La musique qui n'intéresse plus peut être supprimée aisément : *« Lorsqu'on se lasse de la musique que l'on a téléchargée, on peut la supprimer facilement alors que, si on achète un CD, il est plus difficile de s'en débarrasser »*.

Le quatrième argument, par ordre d'importance, est la possibilité de sélectionner les titres dans un album (58 citations). On peut en effet éliminer le coût d'opportunité en ne téléchargeant que les titres qui suscitent de l'intérêt, ce qui n'est pas le cas lors de l'achat d'un disque : « *Le plus souvent, il n'y a que quelques chansons intéressantes, or le support physique nécessite d'acheter tout un album pour quelques chansons seulement* ». Deux autres arguments assez fréquents sont le caractère illimité du choix (38 citations) et la possibilité de découvrir sans risque des albums, des artistes ou des genres musicaux (35 citations) : « *Permet d'écouter des morceaux de musique et des chanteurs qu'on n'aurait pas écoutés si cela avait été payant* ». « *Cela permet de découvrir des artistes que l'on ne connaît pas, et si on est déçu, ce n'est pas trop grave vu que cela ne nous a rien coûté* ». Les derniers arguments significatifs sont le caractère largement virtuel des sanctions éventuelles (20 citations) et la possibilité d'accéder à des nouveautés non encore commercialisées en France (11 citations).

3.2.2 Les arguments relevant de la neutralisation

Les arguments de cette nature sont moins nombreux et 30% des répondants n'y ont pas recours (voir tableau 5). On constate à l'opposé que 18,5% d'entre eux font appel à au moins trois techniques, ce qui laisse soupçonner l'existence d'un segment de personnes qui pratiquent le téléchargement illégal, mais l'assument avec difficulté.

Nombre de techniques de neutralisation utilisées	Nombre de répondants téléchargeant illégalement	Total
0	68 (30%)	0
1	76 (33,5%)	76
2	41 (18%)	82
3	32 (14,1%)	96
4	8 (3,5%)	32
5	1 (0,4%)	5
6	1 (0,4%)	6
Total	227 (100%)	297

Tableau 5 - L'intensité du recours aux techniques de neutralisation

Les arguments relevant de la neutralisation ont tous pu être classés dans une des catégories de Sykes et Matza. Le tableau 6 en présente les résultats. Les catégories les plus représentées sont le déni de dommage, le déni de victime et le déni de responsabilité ; par contre, l'appel à des loyautés supérieures et la condamnation des accusateurs regroupent un nombre infime d'arguments.

Arguments neutralisants	Nombre de réponses	Pourcentage des réponses obtenues
Déni de dommage	100	33,7%
Déni de victime	95	32,0%
Déni de responsabilité	81	27,3%
Appel à des loyautés supérieures	15	5,0%
Condamnation des accusateurs	6	2,0%
Total	297	100%

Tableau 6 - Les techniques de neutralisation employées

Déni de dommage : cette forme de neutralisation est la plus présente. Elle regroupe principalement trois types d'arguments : la minimisation du dommage (27 citations), l'indisponibilité supposée des musiques recherchées en magasin ou sur des sites légaux (25 citations) et le déni de valeur de la musique (25 citations également).

Certains minimisent le dommage, en affirmant qu'ils n'auraient de toute façon pas acheté de CD ou que les artistes ne subiraient pas de réel dommage ou un dommage incertain : « *Un CD ne rapporte pas grand-chose à l'artiste qui ne gagne que peu sur ce support. Donc, je préfère payer pour un concert que pour un CD* ». « *Avant que les téléchargements de musique piratée n'apparaissent, je n'achetais quasiment pas de CD. S'il n'y avait pas eu de piratage, je ne pense pas que j'aurais acheté tant que cela de CD* ». La minimisation tient aussi parfois à la modération dans les téléchargements ou au fait de continuer à acheter des CD : « *Pour la sécurité de mon ordinateur et le respect des artistes, je ne le fais pas très souvent* ». « *Le téléchargement est pour moi occasionnel* ». L'indisponibilité supposée des titres recherchés est également avancée comme explication. Les étudiants affirment parfois rechercher des raretés qui justifieraient le téléchargement illégal : « *Certains morceaux (remix) ne se trouvent pas dans le commerce alors qu'on les trouve sur des sites de téléchargement* ». « *On ne trouve*

pas tout en magasin. Etant amateur de musique depuis longtemps, je trouve tout sur Internet et pas seulement le commercial ».

Le troisième argument fréquemment invoqué tient à la faible valeur ou l'absence de valeur des musiques téléchargées. Beaucoup de répondants jugent que les musiques sont volatiles et indiquent ou sous-entendent qu'ils n'auraient de toute façon pas acheté des titres ou des albums voués à être démodés en quelques semaines. Cela reflète une société de l'éphémère où l'attachement durable aux artistes cède le pas aux effets de mode : « *Les modes et les envies passent vite et je n'ai pas envie de payer une chanson pour ne l'écouter que quelques semaines* ». « *Aujourd'hui, la popularité des chanteurs est éphémère, j'aime celui-ci aujourd'hui et au autre demain, je ne peux pas me permettre d'acheter tous les CD que j'aime parfois uniquement pour une chanson* ». « *L'accès gratuit au téléchargement permet de télécharger des chansons "idiotes" ou que l'on aime juste un peu et que l'on n'aurait certainement pas achetées* ». Le téléchargement illégal permet également de préparer ses soirées dansantes gratuitement : « *Pour une soirée, on télécharge les chansons qui nous semblent importantes plutôt que de se déplacer, aller acheter 10 albums à 20 euros chacun* ». Il est parfois allégué que le téléchargement illégal servirait de banc d'essai et d'outil de sélection, exactement comme un poste d'écoute chez un disquaire ou un site de *streaming* (11 citations) : « *Le téléchargement me permet principalement de pouvoir écouter les dernières chansons d'un artiste afin de voir si je souhaite vraiment acheter l'album* ». Quelques individus soulignent que le dommage fait l'objet d'une compensation, car ils fréquenteraient davantage les salles de concert et les festivals (8 citations). Enfin, quatre personnes jugent qu'il existe des dispositifs à leurs yeux comparables (hier, les cassettes ; aujourd'hui, les sites de *streaming*) et qui ne sont pas illégaux.

Déni de victime : l'argument essentiel (70 citations) est que les prix ou les marges pratiqués sont exagérément élevés : « *Même si je décide un jour d'adopter l'achat éthique, les prix devront être mois élevés. Un album aujourd'hui peut aller jusqu'à 20 euros. C'est abusif* ». « *La part que se prennent les magasins est très importante* ». Le niveau de vie des artistes est parfois mis en cause (7 citations) : « *Je pense que le train de vie des artistes dans la musique ne dissuadera pas les gens qui culpabiliseraient de leur ôter le pain de la bouche* ». « *Les artistes et les maisons de disques sont déjà assez riches* ». L'attitude des artistes est aussi l'objet de critiques (4 citations) : « *J'estime qu'un artiste doit exercer son métier, c'est-à-dire jouer en concert et vivre de cela. Je considère le disque comme une forme de promotion de*

cette activité. Il devrait donc être très peu cher ou gratuit ». On trouve toutefois, pour les artistes, et même exceptionnellement pour les maisons de disques, une distinction selon les victimes, mais cette attitude semble très minoritaire (10 citations) : « *Pour de grands groupes connus, on n'hésite pas à télécharger, car on considère que leur carrière est déjà assez rentable* ». « *Je n'ai pas l'impression de porter préjudice aux grandes maisons de disques, j'évite de télécharger la musique de maisons plus "petites"* ».

Déni de responsabilité : le statut d'étudiant et le manque de moyens sont les justifications les plus souvent invoquées dans cette catégorie (36 citations). Le discours ambiant sur le coût élevé de la vie et un contexte de crise économique renforcent ce sentiment : « *Je parle en tant qu'étudiante n'ayant que de faibles moyens, mais appréciant cependant la musique et le cinéma. La vie est chère aujourd'hui, les loisirs nous sortent de ce quotidien et, quand c'est gratuit, c'est encore mieux, alors pas de remords !* ». « *On est étudiant, on n'a donc pas d'argent à dépenser dans des musiques* ». Les étudiants avancent également le manque d'informations sur le caractère légal ou illégal des sites fréquentés (9 citations) : « *Pour tout dire, on n'arrive pas à savoir qu'est-ce qui est légal ou non. Les sites ne nous informent pas assez* ». Ou affirment ne pas connaître les possibilités légales (3 citations). L'accoutumance au téléchargement illégal est invoquée par huit personnes : « *Des fois, je télécharge sans savoir pourquoi* ». Les insuffisances ou inconvénients des alternatives (sites payants, sites légaux gratuits, sites de *streaming*) sont parfois mentionnés (9 fois). En particulier, l'obligation de délivrer des informations personnelles est parfois perçue comme un frein : « *Le fait de pouvoir l'acheter (en ligne) n'apporte rien de plus. C'est plus lent, il faut donner des infos personnelles, on reçoit des pubs après* ». Le grand nombre de nouveautés (5 citations) est également source d'envies difficiles à satisfaire financièrement : « *Il y a prolifération des genres de musique de notre génération et le désir musical change du jour au lendemain tandis que nous ne sommes pas outillés financièrement* ». Certains rejettent également la faute sur l'existence d'une offre non légale, qui créerait des tentations irrésistibles (5 citations) ou sur l'existence des NTIC qui autorise ce type de comportement (4 citations) : « *Beaucoup de sites proposent une liste impressionnante d'albums. Aussi, on est tentés de télécharger tout ce qui pourrait nous plaire, et pas juste l'album qu'on voulait à la base* ». Enfin, on observera avec intérêt que l'influence des pairs n'est citée que deux fois ; presque personne ne se réfugie derrière le comportement de proches pour expliquer sa pratique de téléchargement illégal.

Appel à des loyautés supérieures : les arguments de cette nature sont fort rares (15 citations) et se scindent en deux catégories : la première concerne la revendication d'un accès de tous à la culture (8 citations) : « *La musique est quelque chose de populaire. Le prix d'un CD est tout sauf accessible par la classe populaire* ». « *La culture doit être gratuite* » ; « *C'est la conséquence à mon avis d'une société de plus en plus capitaliste, industrialisée, qui fait de la culture, qui devrait être accessible à tous, un luxe* ». La seconde concerne la dimension altruiste du téléchargement (7 citations) : « *Partage de certaines valeurs comme la solidarité, l'entraide et le partage. Certains internautes passent des heures à mettre leurs fichiers à disposition des autres* ». « *Pour échanger les CD avec des potes* ».

Condamnation des accusateurs : cette forme de neutralisation ressort ici comme marginale (6 citations). L'argument le plus fréquent (3 citations) est que tout le monde ou presque s'adonne à cette pratique : « *Tout le monde profite des ressources sur Internet, même si je sais que cette action nuit à l'activité musicale* ». « *De plus, la plupart des gens ayant accès à Internet le font, je ne vois pas pourquoi je ne le ferais pas !* ». Le système peut également être jugé hypocrite : « *Il est mis à notre disposition des sites de téléchargement, des logiciels, des graveurs sur nos ordinateurs, des CD vierges en grandes surfaces. On ne peut pas dire que le système essaie de nous en empêcher* ».

4. Interprétation et implications

4.1 Interprétation théorique : une logique essentiellement utilitariste et une acculturation du gratuit

L'étude confirme et enrichit la compréhension des comportements de téléchargement illégal de musique. Elle met en évidence la nette prévalence d'une logique utilitariste sur une logique éthique et tend à confirmer l'acculturation du « gratuit » dans l'accès à la musique, phénomène qui serait favorisé par une évolution de la valeur perçue de la musique et par une large occultation des acteurs de la filière, qui sont rarement évoqués et essentiellement de manière négative.

D'une manière générale, les étudiants se placent, délibérément ou non, dans une alternative téléchargement illégal - CD, bien plus avantageuse pour leur argumentation qu'une alternative téléchargement illégal - téléchargement légal. Car nombre des avantages qu'ils invoquent

concernent en fait toutes les formes de téléchargement. Mais, comme le souligne ce répondant : « *Les plateformes de téléchargement non légales existent toujours, il est toujours préférable de ne rien payer ...* ». En d'autres termes, l'alternative ne se pose pas au niveau des valeurs ou de la morale (adopter ou non un comportement éthique ou légal), mais plus prosaïquement en termes d'intérêt individuel : pourquoi payer un service lorsqu'il est disponible gratuitement, sans contraintes véritablement ressenties ?

Cette logique essentiellement individualiste et opportuniste est représentative, selon la thèse du prix Nobel d'économie Gary Becker (1968), du délinquant dont le comportement est fondé sur un calcul utilitariste coûts-bénéfices de ses actes. Le consommateur déviant agirait de manière analogue en opérant un arbitrage entre les bénéfices attendus du comportement déviant (économiques et psychologiques), les risques (être repéré et sanctionné), et les coûts (les sanctions éventuelles) (Djelassi et Perron, 2009). La logique utilitariste qui semble prédominer dans notre étude est également à rapprocher de la théorie des opportunités, selon laquelle l'individu ne ferait que profiter d'occasions qui lui sont données par la société. Cette théorie a pour origine les travaux de Cohen et Felson (1979), qui ont montré que l'évolution de la criminalité était fonction de l'évolution du nombre d'opportunités criminelles s'offrant aux délinquants potentiels. Ces auteurs avaient ainsi observé qu'au fur et à mesure que les femmes intégraient le marché du travail, le nombre de maisons laissées sans surveillance en plein jour augmentait, ce qui accroissait le nombre de cambriolages. Par analogie, on peut considérer que l'accroissement du nombre de supports numériques, de moyens d'accès à Internet (ordinateurs, tablettes, téléphones) et de sites de téléchargement concourent à augmenter les opportunités de téléchargement. Cette logique opportuniste peut être complémentaire à la logique utilitariste : tant qu'une alternative gratuite existe sans coûts ni risques perçus importants, elle est d'autant plus privilégiée que les possibilités matérielles d'en profiter sont croissantes. En d'autres termes, le téléchargement illégal serait imputable à la fois à une cause interne ou naturelle (le comportement naturellement utilitariste des individus) associée à une cause externe (le progrès technologique accroissant les opportunités de téléchargement illégal).

La prévalence d'un individualisme utilitariste semble confirmée par le nombre infime de justifications relevant de la condamnation des accusateurs ou de l'invocation de loyautés plus élevées et qui s'inscriraient dans la revendication d'une idéologie libertaire ou anticapitaliste. La dimension altruiste ou communautaire est également presque absente, ce qui confirme les

résultats d'Odou et Bonnin (2010) dans un contexte français, en contraste avec les résultats des études conduites aux États-Unis. S'il est vrai que certains internautes dénoncent la politique commerciale des acteurs du secteur, ce jugement ne les conduit pas, dans leur majorité, à remettre en cause le système, mais à en justifier le contournement. Nous sommes donc ici très loin de la vision d'une société numérique de la liberté et du partage que revendiquent les organisations activistes. Ni la gratuité ni l'illégalité ne sont ici significatifs de valeurs ou d'idéologies spécifiques. Nous ne sommes pas dans un cadre où une idéologie cherche à en supplanter une autre, mais plutôt dans un cadre de prévalence « naturelle » d'une logique individualiste coûts /bénéfices sur une logique collective éthique-légale.

Les résultats de l'étude permettent non seulement de souligner la prévalence d'une logique individualiste, mais également de l'enrichir. Le fait que les arguments rationnels dominent largement et qu'une proportion significative de sujets (30%) n'aient aucunement recours à des techniques de neutralisation peut tenir au fait que le comportement incriminé est tellement répandu et ancien qu'il est largement intériorisé et nécessite moins de prévenir un éventuel sentiment de culpabilité ou d'y remédier. Il est plausible qu'une norme ressentie (tous les jeunes téléchargent de la musique sans la payer), même si elle est rarement explicitement signalée dans notre recherche, ait pris le pas sur la norme formelle prônée (respect du droit d'auteur). Grove, Vitell et Strutton (1989) avaient souligné à ce propos que les activités du consommateur pouvaient être influencées par un large éventail de normes implicites, dont les normes ressenties. On assisterait donc à une forme d'acculturation du « gratuit musical », s'appuyant sur le discours et le comportement dominant ainsi que sur la technologie existante, et tendant à faire du téléchargement gratuit d'œuvres musicales un comportement normatif, du moins chez les jeunes. Ainsi, dès 2004, Freestone et Mitchel avaient relevé que seuls 6% des jeunes de la génération Y jugeaient condamnable le téléchargement illégal de musique. En 2008, Ingram et Hinduja aboutissaient à 10% d'étudiants jugeant cette pratique inappropriée. Dès lors que l'accès gratuit à la musique à partir d'Internet tend à être perçu comme normatif, le « délinquant » n'est pas perçu comme tel au sein de son groupe social et la nécessité de recourir à des techniques de neutralisation est moindre.

Cette acculturation du gratuit nous semble favorisée par une évolution de la valeur perçue de la musique et par une large occultation des acteurs de la filière, comme le suggèrent les commentaires catégorisés dans le déni de dommage et le déni de victime. La musique, dans les points de vue recueillis, est perçue comme dénuée de valeur économique. Outre le

caractère éphémère de la musique, maintes fois soulignée, la profusion de musique téléchargeable, la possibilité de la dupliquer sans limite, et l'émergence incessante de nouveaux artistes qui contredit, au moins en apparence, le discours alarmistes de l'industrie musicale, expliquent sans doute largement ce sentiment. Le modèle économique classique liant la rareté à la valeur et l'échange au transfert de propriété apparaît ainsi dépassé dans les perceptions recueillies. Cette évolution est d'autant plus aisée que, dans les discours, les individus de la chaîne économique sont largement ignorés. Lorsqu'ils sont évoqués, ils suscitent fort peu de sympathie ou d'empathie, y compris les artistes. Vivre en partie des ventes de disques est même parfois perçu comme une déviance par rapport à ce qui devrait être leur vocation première : les concerts. On constate également l'absence de compassion et d'intérêt pour les disquaires. Leur valeur ajoutée dans le circuit n'est jamais mentionnée par les répondants, qui les perçoivent comme inutiles : « *Je n'ai pas ainsi la confrontation avec un vendeur m'annonçant hautainement que le stock est vide* ». On observe également, ce qui est plus surprenant, fort peu de distinctions entre les acteurs. Ces résultats contredisent ceux d'études antérieures. Ainsi, Harris et Dumas (2009) avaient noté que les adeptes du téléchargement illégal établissaient une distinction selon les victimes potentielles du téléchargement ou, selon les termes de Sykes et Matza (1957), entre les victimes « acceptables » et « inacceptables ». Odou et Bonnin (2010) avaient également relevé que les victimes étaient différenciées selon deux critères : les moyens et le mérite. Notre étude laisse apparaître, au contraire, un très faible discernement entre les victimes, de rares évocations de ces dernières, et lorsque c'est le cas, une perception essentiellement négative. L'implication est d'importance : tant que la figure de l'individu n'apparaît pas derrière l'action, si ce n'est de manière critique, tant qu'un comportement n'est pas évalué en termes de conséquences humaines pour autrui, une logique individualiste tend à prévaloir sur une logique éthique.

4.2 Implications managériales

L'industrie musicale et les pouvoirs publics pourraient tirer des enseignements intéressants de cette recherche et plusieurs pistes potentiellement fécondes peuvent être esquissées. En particulier, trois voies nous semblent à privilégier : chercher à contrer les techniques de neutralisation les plus fréquemment employées, en particulier le déni de victime et le déni de dommage ; agir sur les déterminants du comportement utilitariste, les coûts et les bénéfices perçus ; ou prendre acte d'un changement de norme, pour s'orienter vers de nouveaux modèles économiques. Nous limiterons essentiellement notre propos aux deux premières

voies. Il est en effet impossible d'explorer la troisième voie dans le cadre du présent article, car cela impliquerait d'analyser de manière approfondie les différents modèles d'affaires et leur capacité à combiner une bonne adaptation aux attentes des internautes et une validité économique pour l'ensemble des acteurs de la filière.

Il a souvent été souligné qu'une meilleure appréhension des mécanismes de neutralisation pouvait aider à orienter les actions marketing et, tout particulièrement, les communications destinées à désamorcer ou à contrer les techniques de neutralisation employées par les différents segments de consommateurs (Chatzidakis, Hibbert et Smith, 2007 ; McKercher, Weber et du Cros, 2008). Il s'agirait donc de chercher à « neutraliser » les neutralisations. Lutter contre le déni de victime et le déni de dommage passe selon nous par des actions visant à redonner un visage et une substance aux victimes. Sykes et Matza (1957) avaient en effet observé que le déni de victime pouvait être favorisé par une conscience amoindrie de l'existence de la victime, qui tiendrait à son absence physique, à l'ignorance de son identité ou à son caractère abstrait. Compte tenu des perceptions extrêmement négatives des acteurs de cette industrie, il semble éminemment souhaitable de communiquer sur son fonctionnement économique, de permettre au public de mieux appréhender le rôle des différents acteurs et de mesurer les conséquences que pourrait avoir sa disparition. Pascal Nègre, le président d'Universal faisait récemment à cet égard son *mea culpa* : « *On n'a pas assez pris le temps d'expliquer. On était dans la panique, et l'on n'a pas su raconter ce qui nous arrivait, et pourquoi c'était injuste. On n'a pas su parler des métiers de la musique, de leur complexité, de notre savoir-faire. On n'a pas su montrer le travail en studio avec les artistes, les coulisses, tout ce qui est à mettre à notre crédit et que le public ne voit pas* » (Tellier, 2011). Les actions collectives engagées par différents acteurs de l'industrie musicale, peuvent également humaniser les acteurs en témoignant concrètement de l'existence d'une chaîne économique et sociale. Le lancement en France du Disquaire Day en 2011 va dans ce sens. Créé en 2007 aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, il s'agit d'un événement où les artistes s'impliquent en faveur des disquaires indépendants. Les disquaires participants ont proposé à cette occasion des disques vinyles inédits ou *collectors*, ainsi que des animations (mini-concerts, rencontres, dédicaces, expositions...) et des artistes connus ont proposé à cette occasion des produits exclusifs. Selon le Calif (Club Action des Labels Indépendants Français), cet événement est « *l'opportunité d'une réconciliation militante et festive entre les différents acteurs de la filière musicale et le public mélomane* ». Il n'en demeure pas moins qu'un rendez-vous annuel centré sur le disque vinyle ne suffira pas à éviter l'extinction de la

profession et qu'il est indispensable de mener une réflexion approfondie sur la valeur ajoutée apportée par le disque en ces temps de prolifération non seulement de l'offre – légale ou non - en ligne, mais également de l'information sur les albums (critiques, avis des consommateurs...). Concernant toujours la lutte contre les techniques de neutralisation, il est intéressant de noter que la Hadopi a mené une importante campagne de communication qui, sciemment ou non, s'attaque au déni de dommage et au déni de victime. Sur le thème « c'est Mozart qu'on assassine », la Hadopi présente plusieurs œuvres hypothétiques des années 2020 et 2030 (musique, film, série TV...) réalisées par des enfants d'aujourd'hui, et qui ne verront peut-être pas le jour à cause du piratage. Il est toutefois permis de s'interroger sur la pertinence d'une approche mettant en scène des victimes et des dommages virtuels.

Tenir compte d'un comportement utilitariste et opportuniste nécessite pour les acteurs du marché d'agir sur les bénéfices ou les risques et coûts perçus par les internautes. Concernant les actions dissuasives qui visent à accroître les risques et les coûts, il est assez difficile de se prononcer sur la base de cette étude, car très peu des sujets interrogés ont évoqué spontanément la loi « Hadopi ». Les quelques commentaires suggèrent que l'inquiétude l'emporterait sur l'indignation, mais cette perception repose sur trop peu d'indices et pourrait faire l'objet d'une étude spécifique. Concernant les bénéfices perçus, il pourrait être opportun d'imaginer des systèmes de récompenses favorisant les comportements légaux (concerts gratuits, tarifs avantageux pour les festivals...). Un autre axe est de travailler davantage l'offre physique, pour diminuer sa substituabilité et accroître sa valeur perçue en proposant davantage de contenus non numérisables et en accentuant les efforts en matière de design, même si cela est moins aisé que pour le cinéma, où de réelles innovations (3D, « Blue-Ray ») diminuent le degré de substituabilité entre la copie originale et le film téléchargé (Odou et Bonnin, 2010). Les résultats de l'étude laissent apparaître que la probabilité que les jeunes sevrés à Internet achètent des CD est faible, mais les disquaires peuvent espérer empêcher le passage au tout Internet des publics qui les fréquentent, d'autant que l'attachement de certains consommateurs au CD est profond (Chaney, 2008). Un autre axe pour en augmenter la valeur perçue dans la chaîne économique est d'en faire des lieux expérientiels où se retrouvent et échangent les passionnés. Dans ce cadre, il est envisageable de proposer des services additionnels (boissons, restauration...), de développer les ventes de produits dérivés (vêtements, accessoires...) et de faciliter l'achat numérique dans un cadre agréable.

Limites et voies de recherche

La recherche menée présente plusieurs limites : elle porte sur un échantillon de convenance, qui est composé uniquement d'étudiants recrutés dans une seule université située en Bretagne. Concernant ce dernier point, comme les facteurs culturels semblent de nature à avoir un effet sur les attitudes et comportements en matière de téléchargement, il serait souhaitable de consulter des étudiants d'autres régions. Par ailleurs, restreindre l'échantillon à des étudiants ne permet évidemment pas de rendre compte d'éventuelles spécificités des catégories de jeunes qui ne fréquentent pas ou plus l'université, et, en particulier de ceux qui disposent d'une pleine autonomie financière, sans parler naturellement des autres générations (le téléchargement illégal n'est pas l'apanage de cette classe d'âge).

Une autre voie de recherche serait d'identifier les comportements qui sont les plus susceptibles de se substituer au téléchargement illégal chez l'internaute qui aurait été averti par la Hadopi ou craindrait de l'être. En 2010, la Hadopi avait fait réaliser un sondage : 68 % des internautes déclaraient connaître son existence et 57 % des sondés estimaient que la Haute autorité ne les dissuaderait pas de consommer des œuvres culturelles de manière illégale. Mais, ce sondage avait été effectué avant que la Hadopi soit en vitesse de croisière et de nouvelles études semblent nécessaires après les premières grandes vagues d'avertissements adressés. Toutefois, l'existence même de la loi Hadopi et de l'instance éponyme est très hypothétique dans le contexte politique français.

D'autres pistes de recherche méritent d'être suivies. En particulier, il serait tout à fait utile de mener des études approfondies sur le degré d'acceptabilité des différents modèles économiques existants ou envisageables. A cet égard, il semble pertinent de se référer au cadre conceptuel *Service-Dominant Logic* (S-D L), qui part du constat que les consommateurs sont moins motivés par l'acquisition d'un produit (*via* un changement de propriété), que par l'accès au service ou au bénéfice que l'utilisation de ce produit permet. Des auteurs tels que Grönroos (2006) ou Vargo et Lusch (2004, 2008) incitent à adopter une logique de service, dans laquelle le prix fait référence à une valeur d'utilisation, et non plus une valeur d'échange, issue du coût du produit. La musique pourrait être envisagée davantage comme un service que de produit (Lovelock et Gummesson, 2004). Le droit de propriété serait remplacé par le droit d'usage ou d'accès, pour non plus obtenir seulement la musique mais bénéficier par l'intermédiaire d'un ensemble de ressources d'une expérience particulière. Différents modèles

s'inscrivant dans cette logique ont déjà été expérimentés (*streaming*, téléchargement en location, téléchargement gratuit moyennant le visionnage d'une publicité) et il serait opportun d'en mesurer et d'en comparer l'acceptabilité auprès des internautes, à l'instar du travail conduit par Papies, Eggers et Wlömert (2011) sur la gratuité basée sur des ressources publicitaires. Dans ce cadre, il serait également judicieux de mener des études, mais cette fois auprès de l'ensemble des internautes (ceux qui téléchargent illégalement comme ceux qui ne le font pas) sur l'hypothèse de la licence globale, véritable serpent de mer de l'économie numérique en matière de culture et dont l'avènement en lieu et place de la Hadopi est régulièrement prôné par des acteurs d'Internet et des responsables politiques.

Bibliographie

Becker G. S. (1968), Crime and punishment: an economic approach. *Journal of Political Economy*, 76, 2, 169-217.

Calif (Club Action des Labels Indépendants Français), <http://calif.fr/>

Chaney D. (2008), Pourquoi acheter un CD quand on peut le télécharger? Une approche exploratoire par le concept d'appropriation, *Management et Avenir*, 20, 30-48.

Chatzidakis A., Hibbert S., Mittusis D. et Smith A. (2004), Virtue in consumption? *Journal of Marketing Management*, 20, 527-544.

Chatzidakis A., Hibbert S. et Smith A. (2007), Why people don't take their concerns about fair trade to the supermarket: the role of neutralisation, *Journal of Business Ethics*, 74, 89-100.

Chen Y.C., Shang R.A. et Lin A.K. (2008), The intention to download music files in a P2P environment: consumption value, fashion and ethical decision perspectives, *Electronic Commerce Research and Applications*, 7, 4, 411-422.

Cohen L. et Felson M. (1979), Social change and crime rate trends: a routine activity approach, *American Sociological Review*, 44, 4, 588-608.

Cohn D.Y. et Vaccaro V.L. (2006), A study of neutralization theory's application to global consumer ethics: P2P file-trading of musical intellectual property on the internet, *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 3, 1, 68-88.

Cromwell P. et Thurman Q. (2003), The devil made me do it: use of neutralizations by shoplifters, *Deviant Behaviour*, 24, 6, 535-550.

Djelassi S. et Perron F. (2009), Comportements déviants du consommateur et démarque, une approche exploratoire, *Actes des XIVème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.

Freestone O. et Mitchell V.-W (2004), Generation Y attitudes towards e-ethics and Internet-related misbehaviours, *Journal of Business Ethics*, 54, 2, 121-128.

Grönroos C., (2006), Adopting a service logic for marketing, *Marketing Theory*, 6, 3, 317-333.

Grove S.J., Vitell S.J. et Strutton D. (1989), Non-normative consumer behaviour and the techniques of neutralization, *Proceedings of the 1989 AMA Winters Educators Conference*, 131-135.

Hadopi (Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet), <http://www.hadopi.fr/>

Hansmann R., Bernasconi P., Smieszek T., Loukopoulos P. et Scholz R. W. (2006), Justifications and self-organization as determinants of recycling behavior: the case of used batteries, *Resources, Conservation and Recycling*, 47, 133–159.

Harris L. C. et Dumas A. (2009), Online consumer misbehaviour: an application of neutralization theory, *Marketing Theory*, 2009, 9, 379-402.

Hindelang M. J. (1970), The commitment of delinquents to their misdeeds: do delinquents drift? *Social Problems*, 17, 502-509.

International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) <http://www.ifpi.org/>

Ingram J.R. et Hinduja S. (2008), Neutralizing music piracy: an empirical examination, *Deviant Behavior*, 29, 334-366.

Khouja M. and Rajagopalan H. (2009), Can piracy lead to higher prices in the music and motion picture industries? *Journal of the Operational Research Society*, 60, 3, 372-383.

Krugman P., Bits, bands and books, *The New York Times*, 6 juin 2008.

Lovelock C. et Gummesson E. (2004), Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives, *Journal of Service Research*, 7, 1, 20-41.

Maruna, S. et Copes, H. (2005), Excuses, excuses. What have we learned in five decades of neutralization research? *Crime and Justice: A Review of Research*, 32, 221-320.

McGregor S. (2008), Conceptualizing immoral and unethical consumption using neutralization theory, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 36, 3, 261-276.

McKercher B., Weber K. et du Cros H. (2008), Rationalising inappropriate behaviour at contested sites, *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 4, 369-385.

Minor W. (1981), Techniques of neutralization. A reconceptualization and empirical examination, *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 18, 2, 295-318.

Odou P. et Bonnin G. (2010), Téléchargement illégal, déviance et gestion individuelle du conflit moral : l'apport de la théorie de la neutralisation, *Actes des XVème Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.

Papies D., Eggers F. et Wlömert N. (2011), Music for free? How free ad-funded downloads affect consumer choice, *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 39, 777-794.

Sandulli F. et Martín-Barbero S. (2006), 68 cents per song: a socio-economic survey on the Internet, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13, 1, 63-78.

Sykes G. M. et Matza D. (1957), Techniques of neutralization: a theory of delinquency, *American Sociological Review*, 22, 6, 664 - 670.

Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), <http://www.disqueenfrance.com/fr/>

Tellier E. (2011), Le disque dure, *Télérama*, 3195, 26-30.

Ulsperger J. S., Hodges S. H. et Paul J. (2010), Pirates on the bank: neutralization theory and the criminal downloading of music among generation Y in the era of modernity, *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 17, 1, 124-151.

Vargo S. et Lusch R. (2004), Evolving to a new dominant logic for marketing, *Journal of Marketing*, 68, 1, 1-17.

Vargo S. et Lusch R. (2008), Service-dominant logic: continuing the evolution, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 1-10.