

## L'émergence, la marchandisation et la chute d'un réseau hellénophone de *peer-to-peer*

Nikos Smyrnaiois et Ioanna Vovou

Il ne se passe pas de semaine sans que le conflit qui oppose depuis plusieurs années les principaux acteurs des industries culturelles, ainsi que les pouvoirs politiques et économiques qui les soutiennent, aux communautés d'internautes qui partagent des contenus protégés par le droit d'auteur ne fasse la Une de l'actualité. Ce conflit, qui se déroule à une échelle mondiale et dont la nature se révèle être non seulement socioéconomique mais également politique, est porteur d'enjeux déterminants : il démontre l'importance que revêt le contrôle de la propriété intellectuelle dans le contexte de ce que d'aucuns appellent le *capitalisme cognitif*<sup>1</sup>, au point qu'elle est assimilée au « pétrole du XXI<sup>e</sup> siècle<sup>2</sup> ».

Pour ce qui est plus spécifiquement des industries culturelles, il est clair que la période actuelle est décisive pour la future évolution des canaux de distribution numériques<sup>3</sup>. D'un côté, les représentants des industries culturelles et médiatiques s'efforcent de reprendre le contrôle de ces canaux et, de l'autre, une multitude de communautés d'internautes tente de pérenniser les pratiques de partage et de libre diffusion des mots, des images et des musiques, désormais socialement fortement ancrées.

En effet, à travers des initiatives d'amateur, ont progressivement émergé des plateformes qui font office de distributeurs de contenu auprès des millions d'internautes dans le monde<sup>4</sup>. Ces acteurs se retrouvent pour beaucoup dans un espace d'entre deux, à la limite de la légalité et aux marges de la sphère marchande du web, tout en touchant un nombre d'internautes souvent supérieur à certaines plateformes de distribution légales. Cependant, les acteurs du *peer-to-peer* ne constituent aucunement un ensemble homogène. Au contraire, leurs stratégies et leurs

---

<sup>1</sup> Colletis Gabriel et Bernard Paulré (dir.), *Les nouveaux horizons du capitalisme. Pouvoirs, valeurs, temps*, Economica, Paris, 2008 et Moulrier-Boutang Yann, *Le capitalisme cognitif : la nouvelle grande transformation*, Éditions Amsterdam, Paris, 2009.

<sup>2</sup> En août 2000, Marc Getty, PDG de Getty Images, a déclaré au magazine *The Economist* : « *Intellectual Property is the oil of the 21st century* ». Cette citation a été depuis reprise notamment par des critiques radicaux de la propriété intellectuelle. Voir « *The oil of the 21st century. Perspectives on intellectual property* », disponible à <http://oil21.org/?about>.

<sup>3</sup> Bustamante Enrique, « *Cultural industries in the digital age : some provisional conclusions* », *Media, Culture and Society*, vol. 26, n°6, 2004, p. 803-820.

<sup>4</sup> Selon une étude récente, le nombre d'ordinateurs dans le monde disposant d'au moins une application *peer-to-peer* est passé de 183 à 202 millions entre juin 2006 et juin 2008. Source : BigChampagne, mai 2009.

positionnements respectifs vont d'une opposition quasi-idéologique au principe de la propriété intellectuelle à la simple poursuite de leur intérêt économique.

La recherche en sciences sociales a abordé la question des nouvelles pratiques d'échange de biens culturels et informationnels sur l'internet selon des points de vue multiples. Les premiers écrits au sujet de cette forme de « piraterie » faisaient directement le lien entre les usages du réseau et les utopies libertaires qui ont jalonné l'histoire<sup>5</sup>. Au fur et à mesure que les internautes ont intégré les protocoles *peer-to-peer* dans leurs pratiques d'échange, au point d'en faire le principal vecteur, ces techniques et les usages qui y sont associés sont progressivement devenus des objets de recherche courants. Dès lors, l'accent a été mis sur l'aspect communautaire des réseaux d'échange et ceci du point de vue des modes de régulation du collectif<sup>6</sup> ; des implications de ces dispositifs en tant qu'interfaces d'interaction sociale<sup>7</sup> ; de la constitution des communautés d'imaginaire « documédiatisées<sup>8</sup> ». Le réseau décentralisé, en tant que concept générique, a même été envisagé comme nouvelle forme d'organisation sociale capable de soutenir un nouveau type de civilisation<sup>9</sup>. D'autres approches, plus mesurées, ont privilégié l'examen des conséquences économiques du phénomène sur le secteur des industries culturelles<sup>10</sup>. Enfin, des enquêtes empiriques sur le sujet se sont penchées sur les caractéristiques sociologiques des utilisateurs des réseaux *peer-to-peer* ainsi que sur la nature de leurs pratiques et usages<sup>11</sup>.

Alors que ces aspects du *peer-to-peer*, en tant que phénomène social aux ramifications économiques, techniques et politiques, ont été largement traités, peu de recherches se sont en

---

<sup>5</sup> Ludlow Peter, *Crypto Anarchy, Cyberstates, and Pirate Utopias*, MIT Press, Cambridge, 2001.

<sup>6</sup> Beuscart Jean-Samuel, « Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle. Construction et régulation d'un collectif sociotechnique », *Sociologie du Travail*, vol. 44, n°4, octobre-décembre 2002, p. 461-480.

<sup>7</sup> Burnett Ron, « La communication *peer-to-peer* : l'interactivité dans le design des interfaces », in Proulx Serge, Poissant Louise et Sénécal Michel (dir.), *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Presses de l'Université Laval, Québec, 2006, p. 177-186.

<sup>8</sup> Zacklad Manuel, « Réseaux et communautés d'imaginaire documédiatisées », in Skare Roswitha, Lund Niels Windfeld et Vårheim Andreas (eds.), *A Document (Re)turn*, 2007, Peter Lang, Francfort, p. 279-297.

<sup>9</sup> Bauwens Michel et Sussan Rémi, « Le *peer-to-peer* : nouvelle formation sociale, nouveau modèle civilisationnel », *Revue du Mauss*, n°26, 2005, p. 193-210.

<sup>10</sup> Bourreau Marc et Labarthe-Piol Benjamin, « Le *peer-to-peer* et la crise de l'industrie du disque. Une perspective historique », *Réseaux*, n°125, 2004, p. 17-54, Gensollen Michel, Gille Laurent, Bourreau Marc et Curien Nicolas, « Distribution de contenus sur internet. Commentaires sur le projet de taxation de l'*upload* », *Les Cahiers de l'internet* n°4, mai 2004, p. 1-48, disponible à [http://egsh.enst.fr/p2p/documents/Fing\\_DistributionContenus1.pdf](http://egsh.enst.fr/p2p/documents/Fing_DistributionContenus1.pdf), Vandiedonck David, « L'industrie de la musique enregistrée recomposée », in Bouquillion Philippe et Combès Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, L'Harmattan, Paris, 2007, p. 92-99 et Oberholzer-Gee Felix et Strumpf Koleman, « The effect of file sharing on record sales. An empirical analysis », *Journal of Political Economy*, 115(1), 2007, p. 1-42.

<sup>11</sup> Nicolas Yann, « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair », *Développement culturel*, n°148, 2005, p. 1-10, disponible à [http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/numerique/DC\\_148.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/numerique/DC_148.pdf), Granjon Fabien et Combes Clément, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas des jeunes amateurs », *Réseaux*, n°145-146, 2007, p. 291-334.

revanche intéressées de près aux instigateurs de ces réseaux, tant leurs créateurs que leurs administrateurs, au-delà des simples utilisateurs et des « vedettes » du domaine comme Shawn Fanning, Bram Cohen, Janus Friis ou Niklas Zennström<sup>12</sup>. Cet état de fait est probablement imputable à la nature de cette activité « souterraine ». En effet, les créateurs des plateformes d'échange de contenu en ligne font souvent l'objet des poursuites de la part des industries culturelles, ce qui les conduit à rester discrets, voire à cultiver le secret autour de leur identité et de leurs activités<sup>13</sup>. Pourtant, les questionnements concernant les initiateurs des réseaux de *peer-to-peer* sont nombreux : quels sont leurs profils socioculturels ? Quelles sont leurs motivations ? De quelle nature sont les relations qu'ils établissent avec le reste de la communauté d'utilisateurs de leurs propres créations ? Comment gèrent-ils le processus de marchandisation qui gagne inmanquablement des projets dont l'origine se trouve souvent dans des initiatives d'amateurs ? Quelles sont les conditions du succès, ou inversement, de l'échec de telles initiatives ?

Dans le présent article, nous allons tenter de répondre à ces questions sur la base d'une recherche empirique auprès des créateurs de la plus grande plateforme hellénophone<sup>14</sup> d'échange de contenu, fermée en mars 2010 suite à une opération de police. Notre terrain de recherche est constitué d'entretiens semi-directifs avec les trois fondateurs du site, ainsi que de données chiffrées (statistiques, fréquentation, volume des données échangées) et d'observations concernant les fonctionnalités et les contenus proposés. Notre démarche consiste à nous concentrer sur l'offre, non pas de contenus à proprement parler, mais des dispositifs de téléchargement « sauvage » et sur les conditions de sa formation, en la mettant en contexte et en perspective.

Dans un premier temps, nous nous pencherons sur le cadre sociotechnique, juridique et culturel dans lequel a évolué la plateforme qui a constitué notre terrain d'enquête. Nous allons ainsi rendre compte des dernières évolutions de la « guerre contre le piratage » dans le monde, avant de nous intéresser plus particulièrement au cas grec. Dans un deuxième temps, nous allons présenter la plateforme en question, l'historique de sa création, les profils et trajectoires de ses créateurs ainsi que son évolution, notamment par rapport aux communautés d'utilisateurs qui se sont progressivement formées autour d'elle.

<sup>12</sup> Respectivement créateurs de Napster, BitTorrent et KaZaa.

<sup>13</sup> En juin 2009, par exemple, les administrateurs du site francophone SnowTigers.net ont été arrêtés par les gendarmes pour contrefaçon, à la demande de l'Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle. Source : Guillaume Champeau, « Le groupe warez Snowtigers démantelé avec une aide "militaire" », *Numérama*, 5 juin 2009. Disponible à <http://www.numerama.com/magazine/13088-Le-groupe-warez-Snowtigers-demantele-avec-une-aide-34militaire34.html>.

<sup>14</sup> Nous préférons le terme « hellénophone » au terme « grec » car il met l'accent sur la langue utilisée par les créateurs et les utilisateurs du site qui proviennent de Grèce mais aussi de l'étranger.

## 1. Le contexte de la « guerre contre le piratage »

En France, la version définitive de la loi Création et internet a été adoptée en septembre 2009 après de nombreux soubresauts et malgré les fortes oppositions qu'elle a soulevées. Des groupements d'internautes, des associations professionnelles, des partis politiques et des observateurs indépendants ont été particulièrement critiques envers le principe de la « riposte graduée » prôné par la loi<sup>15</sup>. Les adversaires de la loi ont notamment critiqué ses fondements juridiques, son application technique et ont mis en cause son efficacité par rapport à l'objectif déclaré qui est de protéger et de favoriser la création. À l'inverse, certains médias dominants ont été largement favorables à cette loi et en ont même fait la promotion<sup>16</sup>.

En 2009, des dispositifs répressifs fondés sur le principe de la « riposte graduée » ont été mis en œuvre en Corée du Sud et à Taiwan<sup>17</sup>. En avril 2010, une loi similaire, le Digital Economy Bill, a été votée par le Parlement britannique<sup>18</sup>. En Suède, les quatre fondateurs du site The Pirate Bay ont été condamnés en première instance dans le procès qui les opposait aux *majors* des industries culturelles, de même que ceux de Mininova aux Pays-Bas<sup>19</sup>. Le gouvernement suédois a quant à lui renforcé l'arsenal répressif contre l'échange de contenu sur l'internet en harmonisant sa législation nationale avec la directive européenne Intellectual Property Rights Enforcement Directive (IPRED) de 2004. En Irlande, le groupement professionnel Irish Recorded Music Association (IRMA), représentant des ayants droit, a obtenu du premier fournisseur d'accès du pays Eircom qu'il bloque des sites soupçonnés de piratage<sup>20</sup>. De son côté, la Commission européenne négocie la mise en place de l'Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), un accord international qui prévoit le durcissement de la législation contre la contrefaçon et le piratage<sup>21</sup>. Début 2009, un projet de la Commission européenne

<sup>15</sup> Pour une synthèse de ces critiques, voir le dossier complet de *La Quadrature du Net* disponible à <http://www.laquadrature.net/HADOPI>.

<sup>16</sup> Le projet de la loi trouve son origine dans le rapport de Denis Olivennes, à l'époque PDG de la Fnac et actuellement directeur général du *Nouvel observateur*. TF1 de son côté a publiquement appuyé le projet de loi, allant même jusqu'à licencier l'un de ses employés qui avait exprimé son désaccord. Voir *Arrêt sur images*, « Hadopi : le 20h de TF1 a réservé son plateau aux fans de la loi », 11 mai 2009. Disponible à <http://www.arretsurimages.net/contenu.php?id=1940>.

<sup>17</sup> *Le Monde*, « Du laisser-faire à la loi : ce que font les autres pays pour lutter contre le piratage », 12 mai 2009.

<sup>18</sup> Scott Katie, « Will the Digital Economy Bill pass without debate ? », *Wired*, 1<sup>er</sup> avril 2010. Disponible à <http://www.wired.co.uk/news/archive/2010-04/01/will-the-digital-economy-bill-pass-without-debate.aspx>.

<sup>19</sup> Cochard Sandrine, « The Pirate Bay lourdement condamné », *20 Minutes*, 17 avril 2009. Disponible à <http://www.20minutes.fr/article/320543/High-Tech-The-Pirate-Bay-lourdement-condamne.php>.

<sup>20</sup> Modine Austin, « Eircom to block Pirate Bay », *The Register*, 23 février 2009. Disponible à [http://www.theregister.co.uk/2009/02/23/irma\\_demands\\_irish\\_isps\\_block\\_access\\_to\\_piracy\\_sites/](http://www.theregister.co.uk/2009/02/23/irma_demands_irish_isps_block_access_to_piracy_sites/).

<sup>21</sup> Manenti Boris, « Le Parlement européen réclame la transparence des négociations sur l'Acta », *Nouvelobs.com*, 10 mars 2010. Disponible à

concernant l'extension des droits d'auteur dans le domaine de la musique a été approuvé par le Parlement européen et fait désormais l'objet des négociations entre les États membres<sup>22</sup>. Enfin, en mars 2010, plusieurs dizaines de milliers de plaintes ont été déposées contre des utilisateurs des réseaux BitTorrent aux États-Unis par le groupement US Copyright Group<sup>23</sup>, remettant au goût du jour la stratégie des poursuites individuelles qui semblait avoir été abandonnée par les ayants droit<sup>24</sup>.

Dans le même temps, les résistances à ces projets de répression de l'échange de contenus sur l'internet et de renforcement du copyright se développent de manière chaotique mais significative. Par exemple, alors que l'adoption d'une loi inspirée de la « riposte graduée » était envisagée pour un temps par le gouvernement de la Nouvelle Zélande, celui-ci a finalement dû y renoncer à cause d'une opposition forte de la part des internautes<sup>25</sup>.

De son côté, le Parlement européen a adopté à une large majorité l'amendement 138 du Paquet Télécom qui s'oppose au principe de la « riposte graduée » et affirme que l'accès à l'internet est un droit fondamental<sup>26</sup>. En France, à l'occasion du vote de la loi Création et internet ont été organisées plusieurs manifestations d'opposants, les premières concernant directement une question liée aux enjeux de l'internet. Suite à la condamnation du site The Pirate Bay, les manifestations se sont également multipliées en Suède où le Parti Pirate, radicalement opposé à la propriété intellectuelle, a obtenu un certain succès aux élections européennes en engrangeant plus de 7% de votes exprimés et en obtenant deux postes de députés<sup>27</sup>. Désormais, de nombreux pays comptent des partis « pirates » qui, bien que demeurant des organisations marginales, n'en tentent pas moins de structurer un mouvement

---

[http://hightech.nouvelobs.com/actualites/20100310.OBS9406/le\\_parlement\\_europa\\_en\\_ra\\_clame\\_la\\_transparence\\_des\\_negociations\\_sur\\_l\\_acta.html](http://hightech.nouvelobs.com/actualites/20100310.OBS9406/le_parlement_europa_en_ra_clame_la_transparence_des_negociations_sur_l_acta.html).

<sup>22</sup> Communiqué de presse du Parlement européen, 12 février 2009. Disponible à [http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress\\_page/058-48812-040-02-07-909-20090209IPR48791-09-02-2009-2009-false/default\\_fr.htm](http://www.europarl.europa.eu/news/expert/infopress_page/058-48812-040-02-07-909-20090209IPR48791-09-02-2009-2009-false/default_fr.htm).

<sup>23</sup> Gardner Eriq, « New litigation campaign quietly targets tens of thousands of movie downloaders », *The Hollywood Reporter*, 30 mars 2010. Disponible à <http://thresq.hollywoodreporter.com/2010/03/new-litigation-campaign-targets-tens-of-thousands-of-bittorrent-users.html>.

<sup>24</sup> McBride Sarah et Smith Ethan, « Music industry to abandon mass suits », *Wall Street Journal*, 19 décembre 2008. Disponible à <http://online.wsj.com/article/SB122966038836021137.html>.

<sup>25</sup> Pilcher Pat, « Guilty by accusation copyright protesters paint it black », *The New Zealand Herald*, 17 février, 2009. Disponible à [http://www.nzherald.co.nz/technology/news/article.cfm?c\\_id=5&objectid=10557216](http://www.nzherald.co.nz/technology/news/article.cfm?c_id=5&objectid=10557216).

<sup>26</sup> Suite à d'intenses négociations tripartites entre la Commission, le Conseil et le Parlement européen, l'amendement 138 a été supprimé et remplacé par le point 3a de l'article 1 du Paquet Télécom, disponible à <http://www.edri.org/edriagram/number7.21/amendment138-replaced-consiliation>. Pour un aperçu des enjeux globaux du Paquet Télécom, voir le dossier de *La Quadrature du Net* disponible à [http://www.laquadrature.net/Telecoms\\_Package](http://www.laquadrature.net/Telecoms_Package).

<sup>27</sup> Samuel Laurent, « Il y aura un pirate parmi les eurodéputés », 8 juin 2009, *lefigaro.fr*. Disponible à <http://www.lefigaro.fr/elections-europeennes-2009/2009/06/08/01024-20090608ARTFIG00494-il-y-aura-un-pirate-parmi-les-eurodeputes-.php>.

politique d'envergure internationale<sup>28</sup>. Parallèlement, la production intellectuelle de ceux qui mettent en cause le droit d'auteur dans sa forme actuelle et qui prennent la défense des « pirates » se diversifie constituant progressivement un solide socle culturel et théorique<sup>29</sup>.

## 2. Le contexte particulier de la Grèce

Si la Grèce fait partie de l'Union européenne depuis 1981, sa situation géographique et économique, son histoire récente, son poids démographique limité et sa langue placent le pays de fait aux marges de l'Europe. Cette situation particulière rejaille sur les pratiques culturelles qui prennent forme dans l'espace hellénophone depuis un certain nombre d'années. L'une de ces caractéristiques est l'existence d'un important marché parallèle de biens culturels contrefaits, internationalement connu<sup>30</sup>. Historiquement, ce marché a pris la forme de la vente de supports physiques piratés comme les cassettes audio, puis les VHS et enfin les CD et les DVD. Cette situation a valu à la Grèce plusieurs rapports alarmistes de la part des représentants des ayants droit qui préconisent des mesures pour endiguer ce phénomène dans le pays.

Le plus récent de ces rapports a été produit en 2009 par l'International Intellectual Property Alliance (IIPA), une organisation interprofessionnelle qui regroupe les industries américaines détentrices de droits de propriété intellectuelle<sup>31</sup>. Dans ce document, l'IIPA affirme que le niveau de piratage des biens culturels en Grèce est le plus élevé dans l'Union européenne et recommande à ses membres d'intégrer le pays aux zones géographiques à surveiller particulièrement (*watch list*). Après une description du marché parallèle des biens physiques, le rapport mentionne que l'échange de contenus sur l'internet grec se développe également rapidement.

Cette tendance est confirmée par les enquêtes relatives à cette pratique. Ainsi, un sondage en ligne effectué en 2008 par un magazine spécialisé dans le domaine de la musique, révèle que

---

<sup>28</sup> Voir par exemple l'organisation non gouvernementale Pirate Parties International (PPI) dont le site web est disponible à <http://www.pp-international.net>.

<sup>29</sup> Voir, entre autres, le « Pacte pour les libertés numériques » du Réseau des pirates disponible à <http://reseaudespirates.org/?q=content/le-pacte-pour-les-libertés-numériques>, le manifeste « Peer-to-peer and human evolution » de l'organisation P2P Foundation à <http://p2pfoundation.net/Manifesto>, les ouvrages de John Logie, *Peers, Pirates, and Persuasion : Rhetoric in the Peer-to-Peer Debates*, Parlor Press, Indiana, 2006 et de Matt Mason, *The Pirate's Dilemma : How Youth Culture Is Reinventing Capitalism*, Free Press, New York, 2009, les documentaires *Steal this Film II* et *RiP : A Remix Manifesto*, sortis respectivement en 2008 et 2009.

<sup>30</sup> Chris Heard, « Greek holiday warning on fake CDs », BBC, 20 mai 2004. Disponible à <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/music/3731861.stm>.

<sup>31</sup> International Intellectual Property Alliance 2009 Special 301 Report, 17 février 2009. Disponible à <http://www.iipa.com/rbc/2009/2009SPEC301GREECE.pdf>.

plus de 60% des internautes grecs téléchargent régulièrement des albums sous copyright sans les acheter<sup>32</sup>. Selon une autre enquête, universitaire, de 2009, la totalité des internautes grecs interrogés déclarent télécharger des contenus culturels et 42% d'entre eux rediffusent même de tels contenus sur le réseau<sup>33</sup>.

En effet, si l'usage de l'internet en Grèce demeure l'un des plus faibles parmi les pays européens, quoi que fortement croissant, la demande de contenus culturels en ligne y est en augmentation. Et ceci notamment de la part de la diaspora et des couches les plus jeunes de la population grecque. Ces dernières, globalement très diplômées et utilisatrices avisées de l'internet, ont été souvent à l'origine des communautés d'échange de contenus basées sur des protocoles *peer-to-peer*. Cette offre, assurée essentiellement par des amateurs, a rencontré depuis deux ans un succès d'autant plus élevé que les industries culturelles et médiatiques locales n'ont pas mis en place un système d'exploitation commerciale de leurs catalogues sur l'internet. Ainsi, les communautés de *peer-to-peer* semblent compenser ce manque d'investissement des acteurs traditionnels et accèdent ainsi à une position de distributeur d'œuvres en masse<sup>34</sup>.

La montée en puissance de la distribution non autorisée des produits culturels sur l'internet grec a fini par alerter les ayants droit ainsi que les pouvoirs publics, traditionnellement laxistes dans ce domaine. Ainsi, sous la pression notamment de l'IIPA, a été constitué un groupe de travail regroupant les associations des ayants droit, l'Organisme grec de la propriété intellectuelle (OPI), les principaux fournisseurs d'accès (FAI) ainsi que des représentants des différents ministères concernés. L'objectif de ce groupe est de piloter les mesures qui visent à endiguer le phénomène de téléchargement non autorisé en imposant aux fournisseurs d'accès un contrôle de leurs abonnés. Cette injonction a apparemment été entendue puisque, depuis l'été 2008, des dizaines d'internautes grecs ont reçu une lettre recommandée de leurs fournisseurs d'accès, lettre leur signalant une utilisation « frauduleuse » de leur connexion internet et les menaçant de couper leur accès au réseau<sup>35</sup>. Cette initiative des FAI grecs, visiblement inspirée du principe de la « riposte graduée » et prise sous la pression des ayants droit, s'est faite sans que le cadre législatif correspondant

<sup>32</sup> Enquête du magazine *Sonik*, octobre 2008.

<sup>33</sup> Enquête de l'Institut de la Communication sur les médias sociaux, Athènes, février 2009. Disponible à <http://www.instofcom.gr/?bGFzdF9tZW51X2NsaWNrZWQ9bWFpb9tZW51Jm1haW5fbWVudV9pdGVtX2lkPTE2MSZwYWdlX2lkPTgxJmxhbmc9R1Im>.

<sup>34</sup> Smyrniaios Nikos et Vovou Ioanna, « L'intermédialité des séries télévisées grecques : pratiques de diffusion et de réception sur les réseaux de pair à pair », *Entrelacs*, novembre 2007, non paginé. Disponible à <http://w3.lara.univ-tlse2.fr/entrelacs/spip.php?article136>.

<sup>35</sup> Matthaios Tsimitakis, « Le *far-west* de l'internet grec », *Kathimerini*, 15 juin 2008, [http://news.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_ell\\_1\\_15/06/2008\\_273861](http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_ell_1_15/06/2008_273861).

soit adopté par le Parlement, voire même discuté par la classe politique du pays. En effet, dans la législation grecque en vigueur, les communications via internet sont *a priori* assimilées à de la correspondance privée et protégées en tant que telles. Ce qui signifie qu'il ne peut y avoir d'identification d'un internaute par le biais de son adresse IP sans autorisation d'un juge. Encore une fois, la particularité de la situation grecque, qu'on pourrait qualifier d'*anomie généralisée*, semble se confirmer non seulement au niveau de la facilité avec laquelle les œuvres circulent de manière non autorisée dans le pays, mais également au niveau des moyens mis en œuvre pour réprimer cette circulation en dehors de tout cadre réglementaire et législatif.

Enfin, la crise économique qui a durement frappé le pays a contribué à faire baisser le pouvoir d'achat des Grecs qui ont été obligés de réduire fortement leur budget de consommation, y compris en ce qui concerne le poste des activités et biens culturels<sup>36</sup>. De ce fait, la dégradation du climat économique a pu avoir un impact positif sur l'utilisation des réseaux *peer-to-peer*, qui constituent potentiellement dans ce contexte un moyen de substitution aux circuits de distribution légaux des biens culturels.

### 3. Le cas du *tracker* MT

L'adoption croissante du protocole BitTorrent parmi les utilisateurs des systèmes *peer-to-peer* a entraîné une mutation de leur structuration sociotechnique. En effet, pour qu'un réseau d'échange puisse fonctionner sur la base de ce protocole, il est nécessaire de passer par un serveur central dénommé *tracker*, souvent couplé à un site web. Ces sites centralisent non pas le contenu, mais les informations qui permettent aux membres du réseau de repérer les endroits où se trouve le contenu, stocké dans les disques durs des pairs<sup>37</sup>. Cette contrainte technique a abouti à la multiplication de ce genre de site internet depuis l'invention de BitTorrent en 2001.

Dans le cas grec, certains *trackers* font partie des sites les plus populaires de l'internet hellénophone, loin devant les sites des chaînes de télévision ou des stations de radio. Leur développement est tel qu'ils se muent progressivement en portails proposant un éventail très large d'activités (forum, radio, concours, *tchat*, encyclopédie, jeux, actualité, etc.). L'offre de

<sup>36</sup> Public Issue, Baromètre économique février 2010.

<sup>37</sup> Wikipédia en donne la définition suivante : « un *tracker* est un serveur qui sait en permanence quels *seeds* et quels *peers* se trouvent dans le *swarm* (l'essaim). Les clients lui envoient régulièrement des informations. En échange, ils reçoivent des informations sur d'autres clients auxquels ils peuvent se connecter. Le traqueur n'est pas directement impliqué dans le transfert de données et ne possède pas de copie du fichier ». Disponible à <http://fr.wikipedia.org/wiki/BitTorrent>.



contenus échangés est assurée par les membres de la communauté qui s'organisent en équipes et procèdent à une répartition du travail (numérisation, sous-titrage, édition) afin d'assurer une distribution efficace. Si la communauté est en charge de fournir le contenu échangé, la gestion technique et économique du portail est en revanche le fait d'équipes restreintes, qui s'identifient bien souvent aux fondateurs. Le succès en termes de trafic aboutit à ce que certains *trackers* deviennent, en s'appuyant sur des réseaux publicitaires d'envergure mondiale, de véritables petites entreprises. Il en découle un conflit entre les discours tenus par certains initiateurs de ces communautés, largement inspirés par l'éthique hacker et pirate, et la poursuite d'un projet à visée professionnelle.

Un cas particulièrement intéressant, qui illustre bien cette évolution, est celui du site MT, qui a été jusqu'en mars 2010 le *tracker* le plus populaire de l'internet hellénophone<sup>38</sup>. En février 2010 le site dénombrait plus de 800 000 comptes utilisateurs<sup>39</sup>. Pour le même mois, selon le service Google Analytics, le site a reçu plus de 10 millions de visites (102 millions de pages vues) de la part de 1,7 millions de visiteurs uniques en provenance de 125 pays<sup>40</sup>. Depuis la mise en place de ce système de mesure, plus de 10 millions de visiteurs uniques ont visité le site. À n'importe quel moment d'une journée moyenne, plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs étaient connectés sur le site simultanément. La croissance exponentielle de l'audience de MT le plaçait début 2010 parmi les 20 sites les plus populaires de l'internet hellénophone, loin devant les principaux médias du pays (journaux, chaînes de télévision et de radio).

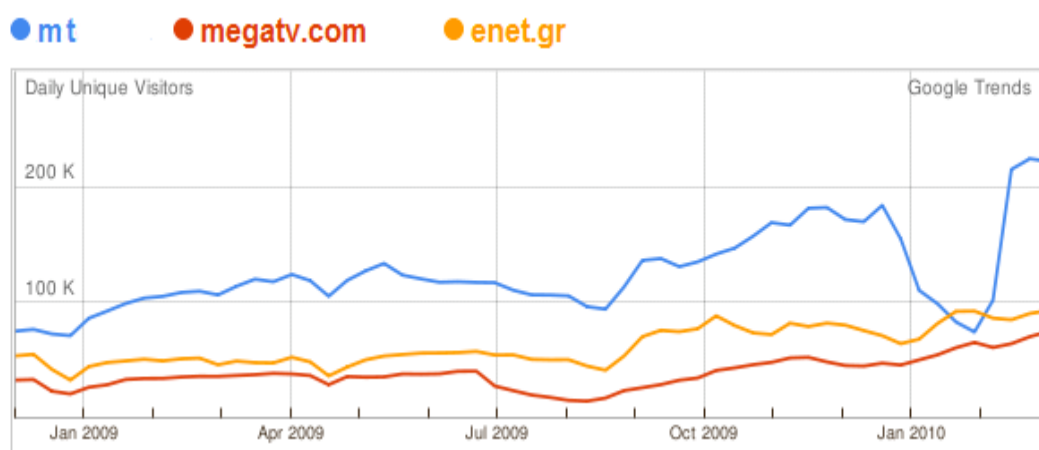


Figure 1 : Comparatif d'audience entre MT (ligne du haut) et les sites web de la chaîne Mega, la plus regardée en Grèce, et du quotidien *Eleytherotypia*. Source : Google

<sup>38</sup> MT n'est pas le nom réel du site. Nous l'utilisons pour garantir la confidentialité.

<sup>39</sup> Ce chiffre ne correspond pas forcément à des personnes différentes, puisque le même utilisateur peut créer plusieurs comptes. Cependant, il donne un ordre de grandeur du nombre de membres de MT.

<sup>40</sup> Les données d'audience utilisées ici proviennent des services de mesure dits *site-centric*, essentiellement Google Analytics. Ainsi, les « visiteurs uniques » mentionnés ne correspondent pas réellement à des personnes mais plutôt à des ordinateurs différents.

La provenance des visites est très concentrée géographiquement, puisque 98% proviennent de Grèce et de Chypre. Les autres pays présents dans les statistiques de manière significative sont ceux où existe une forte communauté grecque comme l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Italie, les États-Unis, le Canada, la Suède et les Balkans. Le principal pourvoyeur d'audience du site est Google d'où provient un quart des visites. La fidélité des visiteurs est particulièrement élevée puisque les trois quarts d'entre eux sont revenus sur le site au moins dix fois pendant un mois moyen. Il s'agit là d'une caractéristique typique des sites communautaires.

Entre la date de sa création, en décembre 2005, et mai 2009, les utilisateurs du site avaient échangé 43,49 pétabits (PB) d'information, soit approximativement 43 millions de gigabits (GB), ce qui correspond à plus de 70 millions de longs-métrages compressés sous le format DivX. Au moment de notre observation, en mai 2009, le site proposait 68 818 *torrents* qui correspondent à autant des fichiers différents (textes, images, vidéos, sons et logiciels). Le contenu le plus populaire à ce moment-là, le film *Grand Torino* sorti en 2008, avait été téléchargé 105 000 fois depuis sa mise à disposition sur le site six mois auparavant. 321 fichiers différents avaient été téléchargés plus de 10 000 fois chacun. Si l'essentiel de l'utilisation du site, comme le montrent ces chiffres indicatifs, se concentrait sur l'échange de contenu, l'aspect communautaire y était également très développé. Ainsi, le forum de MT, distinct du *tracker*, comptait au moment de l'observation plus d'un demi-million de comptes utilisateurs, 25 372 sujets de discussion (*threads*) et 515 484 messages postés.

En raison de son succès, MT est très rapidement devenue la cible des organismes de gestion de droits d'auteurs qui ont sollicité l'intervention des autorités à son sujet. En mars 2010, lors d'une opération de police coordonnée, six membres éminents de la communauté de MT ont été arrêtés dans quatre villes grecques, parmi lesquels cependant ne se trouvait aucun de trois fondateurs et propriétaires réels du site. Ces arrestations ont soulevé l'émoi parmi les utilisateurs du service dont plus d'un millier a manifesté sa colère de manière spontanée au centre d'Athènes. Les manifestants ont notamment mis en parallèle l'impunité dont ont bénéficié, selon eux, les responsables de la faillite du pays avec la répression disproportionnée réservée aux membres de leur communauté, coupables simplement d'avoir échangé des fichiers sur l'internet. Par ailleurs, l'affaire a eu un retentissement au sein de la communauté de *peer-to-peer* mais aussi auprès des médias internationaux. Ces arrestations ont abouti à la fermeture définitive du site décidée par ses fondateurs par précaution. Les jours qui ont suivi la fermeture de MT, le trafic de l'internet grec s'est réduit quasiment de moitié, comme il

apparaît dans le graphique ci-dessous, illustrant ainsi l'importance de MT pour une part significative d'internautes grecs.

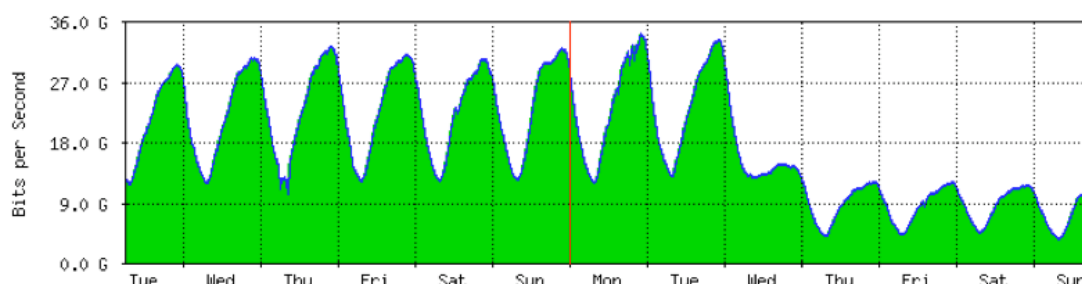


Figure 2 : Le trafic de l'internet grec en mars 2010. Source : GRIX Internet Exchange

#### 4. Un réseau *peer-to-peer* « sans règles »

Les fondateurs du site sont trois. Les deux plus jeunes sont des amis d'enfance et le troisième le grand frère de l'un d'entre eux. Ils se connaissent depuis longtemps et leurs relations sont très proches voire familiales. Celui qui occupe une position pivot dans l'équipe est Alex<sup>41</sup>, 32 ans, puisqu'il est à la fois l'ami très proche de Dominique et le frère de Jean. Après avoir terminé une école privée d'informatique, il a travaillé d'abord en Grèce, puis dans un pays du nord de l'Europe en tant que gestionnaire de réseaux au sein d'une multinationale de télécommunications. Jean, 37 ans, est le plus âgé du groupe, il a fait ses études d'ingénieur en informatique aux États-Unis et a eu une courte expérience professionnelle dans la Silicon Valley en 1999-2000, en plein boom de la « nouvelle économie ». Au sein du groupe, il est le porteur principal d'une conception « libérale-libertaire » du web, fortement inspirée par « l'idéologie californienne<sup>42</sup> ». Il travaille actuellement au sein d'une société de prestations informatiques dans un pays du nord de l'Europe. Dominique a 32 ans. Après des études dans le domaine du graphisme, il est employé dans un cabinet de design architectural à Athènes. Dominique et Alex ont fait partie, pendant quelques années, d'un groupe qui organisait des soirées musicales à Athènes. À cette époque, ils avaient une activité semi-professionnelle de « créatifs » (*mix*, création d'affiches et de *flyers*, etc.) en parallèle avec leur emploi principal. Jean et Alex sont satisfaits des postes qu'ils occupent et de leurs niveaux de rémunération respectifs. Dominique, qui est le seul à vivre et à travailler en Grèce, est quant à lui moins

<sup>41</sup> Les prénoms ont été modifiés pour des raisons de confidentialité.

<sup>42</sup> Barbrook Richard et Cameron Andy, « The Californian ideology », *Science as Culture*, vol. 6, issue 1, 1996, p. 44-72.

enthousiaste mais fait remarquer qu'il est malgré tout bien loti étant donné les conditions socioéconomiques du pays. Le premier contact d'Alex et de Jean avec l'internet s'est fait très tôt, en 1994-1995, lorsque le second faisait ses études aux États-Unis. Jean a initialement utilisé l'internet pour des raisons pratiques, à savoir pouvoir communiquer avec la famille restée en Grèce par courrier électronique. Pour Alex, adolescent à l'époque, cette expérience a constitué une sorte de « révélation » concernant les potentialités du média, selon ses propres mots, qui l'a poussé à expérimenter l'internet de l'époque. En ce qui concerne le *peer-to-peer*, Jean et Alex ont été des utilisateurs précoces, puisqu'ils ont commencé en 1999 avec le premier logiciel du genre, Napster, puis ont suivi les évolutions successives de la technique.

La mise en place du *tracker* MT est l'aboutissement des plusieurs tentatives de création de sites web dont la première date de 2001. Ces tentatives ont impliqué les trois partenaires à des degrés divers, le pivot étant toujours Alex pour des raisons techniques (connexion, matériel) et sociales (relations proches avec les deux autres). Pour les trois, la création des sites successifs a été formatrice dans les techniques du web, malgré le fait que ceux-ci soient restés sans succès en termes d'audience. La difficulté principale qu'ils reconnaissent aujourd'hui n'était pas tant l'aspect technique de création et d'entretien d'un site web, qu'ils ont vite maîtrisé, mais plutôt le manque de contenu. L'idée de créer un *tracker* a commencé à germer chez Dominique en 2005.

Jusqu'à l'utilisation des principaux logiciels de *peer-to-peer* (e-Mule, Kazaa, Limewire, etc.) n'impliquait pas la création des sites web. La montée en puissance du protocole BitTorrent, qui nécessite un serveur central et une interface web, a donné l'idée à l'équipe de créer un *tracker* hellénophone. Une raison supplémentaire qui a motivé cette décision découle des modalités de fonctionnement des deux *trackers* hellénophones existant à l'époque, Greek-tracker.com qui est toujours en activité et Blue-whitegt.com fermé depuis. En effet, les *trackers* privés hellénophones étaient, et pour la plupart sont encore, régis par des règles strictes qui encadrent le comportement des utilisateurs. Ces règles imposées par les gestionnaires des sites ont une double inspiration : la première est celle des forums de discussion et incluent toutes les règles de « netiquette » traditionnelles<sup>43</sup>. La seconde est plus particulière aux réseaux *peer-to-peer* et concerne la qualité du service rendu aux utilisateurs.

---

<sup>43</sup> Marcoccia Michel, « La normalisation des comportements communicatifs sur internet : étude sociopragmatique de la netiquette », in Guégen Nicolas et Toblin Laurence (dir.), *Communication, société et internet*, L'Harmattan, Paris, 1998, p. 15-22.

Il s'agit d'éviter le comportement de « passager clandestin », bien identifié par la théorie économique dans le cas du fonctionnement des réseaux<sup>44</sup>, c'est-à-dire celui de personnes téléchargeant du contenu sans partager à leur tour et qui risquent ainsi de détruire le réseau. Pour éviter ce problème, un ratio est attribué à chaque utilisateur, ratio calculé en fonction des quantités d'information téléchargée (*download*) et partagée (*upload*). La baisse du ratio en dessous d'un seuil prédéfini aboutit au bannissement de l'utilisateur. De même, sont mises en place des règles encadrant la mise à disposition des contenus (présentation, description, *screenshots*) dont le non-respect peut aboutir également au bannissement de la communauté. Enfin, les règles d'accès aux *trackers* privés dépendent également des contraintes techniques, principalement la capacité des serveurs mobilisés. Ainsi, le nombre de membres est souvent limité et les inscriptions se font sur la base d'un système d'invitation qu'on pourrait qualifier de « cooptation<sup>45</sup> ».

Ces règles assez strictes ont rebuté Dominique. Il a donc proposé aux deux autres membres de l'équipe, qui eux aussi avaient subi des « punitions » de ce genre, d'ouvrir un *tracker* « sans règles » — un *tracker* qualifié de « *free ratio* » par ses créateurs puisque le maintien d'un ratio élevé entre contenus téléchargés et contenus partagés n'était pas une condition *sine qua non* pour rester membre du site. Cette solution avait également l'avantage de fournir rapidement un contenu attrayant et permettait aux fondateurs de réaliser un site web doté d'une audience importante. La mise en place du *tracker* s'est faite très rapidement sur la base d'une collaboration à distance fin 2005.

D'un point de vue technique, le *tracker* MT a été bâti avec des logiciels libres comme le *front-end* (Bti Tracker) et le *back-end* (Xbt Tracker) développés par des communautés d'utilisateurs et de programmeurs<sup>46</sup>. Xbt Tracker, développé au départ par Olaf van der Spek pour le site ISOHunt, est particulièrement économe en ressources et, de ce fait, permet à un serveur de traiter un grand nombre de requêtes avec relativement peu de moyens techniques. Ces outils gratuits et efficaces ont contribué à la démocratisation du protocole BitTorrent et à la multiplication des *trackers* à une échelle mondiale. Ils illustrent ainsi la proximité entre le monde du logiciel libre et celui de *peer-to-peer*, unis par une opposition à la conception traditionnelle de la propriété intellectuelle mais aussi, comme nous le verrons plus loin, par

<sup>44</sup> Penard Thierry et Suire Raphaël, « Économie de l'internet : une économie d'interactions sociales », *Revue française d'économie*, vol. XXII, n°3, 2007, p. 151-187.

<sup>45</sup> À l'inverse, un *tracker* public comme The Pirate Bay ou un métamoteur de recherche comme Mininova n'impliquent pas de règles de comportement, ni d'inscription puisque l'accès aux *torrents* est libre.

<sup>46</sup> Le *front-end* constitue le point d'entrée du système d'information. Par exemple, l'interface graphique d'un poste de travail constitue un point d'entrée pour les données. Le *back-end* est lui l'endroit où s'effectue le traitement informatique. Dans les architectures web, on peut utiliser un serveur *front-end* HTTP pour traiter les requêtes générales et renvoyer certaines demandes de service vers un serveur d'application *back-end*.

une conception proche du travail. D'une certaine façon, le premier a offert au second l'infrastructure logicielle nécessaire à son développement.

La question du support technique, notamment au niveau de l'hébergement, est cruciale car ce dernier implique des coûts élevés qui ont dû être assumés initialement par les fondateurs de MT. À cause de cette contrainte technique, il leur a fallu se débrouiller avec des solutions bricolées, comme le fait d'utiliser comme serveurs principaux pour le *back-end* des ordinateurs personnels pendant la première année de fonctionnement. Ils ont dû aussi changer plusieurs fois de prestataire technique et modifier les paramètres du site afin de faire face au trafic croissant. Ces « bricolages » et « arrangements » qui visent à compenser le manque des ressources sont typiques des projets innovants amateurs qui voient le jour sur l'internet, comme le remarque Jean-Samuel Beuscart au sujet des webradios<sup>47</sup>. Les fondateurs du site ont également procédé à une division du travail en s'attribuant des rôles précis. Alex a été chargé de la mise en place et de la gestion du site au quotidien ainsi que de la communication avec les utilisateurs, Jean s'occupait quant à lui des serveurs et de l'hébergement, alors que Dominique était chargé du graphisme et de la « direction artistique » (slogans, typographie, page d'accueil).

L'augmentation du nombre d'utilisateurs a été exponentielle car la notoriété du site s'est faite très rapidement par le bouche-à-oreille. MT a bénéficié également du fait qu'il n'a été que le troisième *tracker* hellénophone à être créé fin 2005. Depuis, les sites comparables se sont multipliés au point d'atteindre plusieurs dizaines. Au bout de quelques mois, les utilisateurs inscrits chez MT se comptaient par dizaines de milliers.



Figure 3 : La croissance de l'audience quotidienne de MT à partir de 2007 (visiteurs uniques). Source : Google

<sup>47</sup> Beuscart Jean-Samuel, « Le devenir des innovations non-marchandes sur internet : une étude des modèles économiques des webradios », *Réseaux*, n°125, 2004, p. 55-79.

## 6. Maturation et marchandisation

L'originalité de MT par rapport aux sites hellénophones comparables résidait dans le fait que les règles contraignantes internes à la communauté étaient réduites à leur strict minimum. L'inscription au site est par exemple toujours restée libre, ne dépendant d'aucun système de cooptation. De ce point de vue, MT est un site à mi-chemin entre un *tracker* public et un *tracker* privé. La volonté des créateurs était dès le départ d'insuffler une sorte d'éthique ou de règle de conduite à la communauté sans user de la contrainte. Ainsi, ils ne souhaitaient pas utiliser le bannissement comme moyen répressif, en accord avec les préceptes des personnalités « respectées », telles que l'inventeur du protocole BitTorrent Bram Cohen. Il a fallu ainsi persuader les membres qu'il était nécessaire de *seeder* le contenu, autrement dit de partager à leur tour les fichiers téléchargés, afin de faire vivre le réseau. Cette démarche, qu'on pourrait qualifier de pédagogique, a nécessité d'amples échanges, notamment sur le forum de discussion de MT, et un investissement significatif de la part des administrateurs. Dès lors, leur rôle ne s'est plus limité à gérer l'infrastructure technique, mais s'est étendu à la formation des novices afin de jeter les bases d'un réseau de *peer-to-peer*.

En effet, inciter les utilisateurs d'un réseau *peer-to-peer* à contribuer à celui-ci en offrant à la communauté leurs ressources en contenu, en capacité de calcul et en bande passante est une problématique centrale dans ce type de systèmes<sup>48</sup>. Il existe différentes solutions parmi lesquelles ce que Yiming Liu appelle l'« information sociale<sup>49</sup> ». Il s'agit de pouvoir mettre en place des dispositifs d'incitation qui ne sont plus fondés sur la contrainte mais sur les relations sociales médiatisées établies par les utilisateurs pour aboutir à un comportement altruiste, et ceci grâce à la connaissance mutuelle et au sentiment d'appartenance à une communauté. Les fondateurs de MT se sont instinctivement orientés vers ce type de régulation à cause de leur conception « libérale-libertaire » de l'internet et de leur aversion pour des dispositifs contraignants.

Une autre particularité de MT, ayant contribué à son succès, a été l'empreinte créative de ses fondateurs. En effet, leur expérience dans l'organisation des soirées à thème, caractérisée par une recherche esthétique au niveau de la programmation musicale mais aussi du graphisme et de la décoration, a fortement influencé l'organisation et l'évolution du site. Selon les trois

---

<sup>48</sup> Nandi Tushar K. et Rochelandet Fabrice, « The incentives for contributing digital contents over P2P networks : An empirical investigation », *Review of Economic Research on Copyright Issues*, vol. 5, n°2, 2008, p. 19-35.

<sup>49</sup> Liu Yiming, « Sociable P2P : using social information in P2P systems », *Working paper*, University of California, Berkeley, 2007, non paginé. Disponible à [http://people.ischool.berkeley.edu/~yliu/papers/socialp2p\\_paper.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~yliu/papers/socialp2p_paper.pdf).

fondateurs, « il allait de soi que le site devait avoir une identité forte, une ligne éditoriale et une image marquante », contrairement aux autres *trackers* hellénophones standardisés et à l'esthétique pauvre. Pour Dominique, la création de MT a été l'occasion d'appliquer ses compétences en graphisme dans le domaine du web design. Il s'agissait pour lui, comme pour les autres fondateurs dans leurs domaines respectifs, de faire un apprentissage dans une activité qu'il ne maîtrisait pas jusqu'alors, en y consacrant quantité de temps y compris en terme d'autoformation. Comme le remarque Jean-Samuel Beuscart au sujet des webradios, le travail bénévole permet aux contributeurs amateurs de se former à des techniques de pointe qui pourraient être valorisées sur le marché du travail<sup>50</sup>. Si une telle visée professionnelle n'est pas affirmée clairement de la part des fondateurs de MT, elle demeure sous-jacente dans leurs déclarations et notamment dans l'idée que le fait de « gagner sa vie en travaillant pour son propre site internet constitue un rêve ».

Ce rêve a commencé à se réaliser à la suite du tournant décisif qu'a constitué la marchandisation du site, survenue initialement sous la contrainte économique. La croissance régulière du nombre d'utilisateurs et l'absence des sources de financement ont abouti à ce que les fondateurs du site payent eux-mêmes les dépenses relatives à l'hébergement pendant un an et demi. Ces dépenses étaient envisagées d'une part comme l'entretien d'une sorte de *hobby*, mais également comme un investissement, même si une telle visée stratégique n'était pas formulée clairement en tant que telle. Si la réflexion autour des sources possibles de financement a commencé assez tôt, la publicité n'a fait son apparition sur le site qu'en janvier 2008, plus de deux ans après sa création. En effet, le débat concernant la présence de la publicité sur le site a été vif au sein de l'équipe puisque Jean y était opposé dans un premier temps. Ce dernier était celui du groupe qui voyait le site plus comme un « don » à la communauté que comme un moyen de s'enrichir. Il s'agit là d'une conception fortement ancrée chez les utilisateurs de l'internet depuis ses débuts<sup>51</sup>. Cependant, l'augmentation rapide des coûts techniques ainsi que le temps croissant passé dans la gestion du site ont rapidement eu raison des réticences de Jean qui a finalement concédé à la marchandisation du site.

La recherche d'annonceurs publicitaires a été laborieuse pour plusieurs raisons. Dans un premier temps, les fondateurs du site ont tenté de gérer l'espace publicitaire eux-mêmes, mais ils ont rapidement réalisé qu'une telle tâche s'avérait contre-productive, car il fallait passer beaucoup de temps pour gérer les annonceurs, des petites PME grecques pour la plupart, avec

<sup>50</sup> Beuscart Jean-Samuel, « Le devenir des innovations non-marchandes sur internet », *op. cit.*

<sup>51</sup> Kollock Peter, « The economies of online cooperation : Gifts and public goods in cyberspace », in Smith Marc et Kollock Peter (eds.), *Communities in Cyberspace*, Routledge, Londres, 1999, p. 219-237.



des bénéfices dérisoires. Suite à cette expérience, les trois amis ont décidé de s'adresser à une régie publicitaire. Là encore, il a fallu faire face à des refus pour des raisons diverses. Certaines régies, comme AdSense de Google, refusaient de diffuser des publicités sur le site à cause de son contenu (liens vers des fichiers sous copyright ou pornographiques). D'autres, comme AdBrite, ne disposaient pas d'annonceurs qui correspondaient à l'offre d'espace de MT en raison de l'étroitesse du marché hellénophone de la publicité en ligne. À ces raisons s'ajoutait également la complète méconnaissance du secteur de la publicité en ligne de la part des fondateurs du site.

Finalement, l'équipe de MT a reçu une réponse positive d'une société américaine, CPX Interactive, spécialisée dans la vente d'espace publicitaire en ligne. La particularité de cette société est qu'elle semble peu regardante sur la nature des sites dont elle commercialise les espaces publicitaires. En échange, les prix pratiqués sont bas en comparaison avec ceux des régies majeures du secteur. Progressivement, les membres de l'équipe ont commencé à comprendre la logique publicitaire, aidés également par les responsables de la régie qui assuraient une sorte de formation à distance, essentiellement par courrier électronique et par téléphone. Ils ont ainsi réalisé que le prix de la publicité sur leur site dépendait du rapport entre le nombre de pages avec publicité affichées et celui des clics sur les publicités. Ils ont progressivement appris à mieux gérer l'intégration des bandeaux publicitaires pour améliorer ce ratio et augmenter ainsi la profitabilité du site. On distingue là un processus d'*acculturation à la logique publicitaire*, prenant corps dans un système économique qu'on peut qualifier de « parallèle ». Celui-ci implique des supports considérés comme peu respectables par les principaux acteurs du marché (par exemple les sites de téléchargement et de pornographie), des intermédiaires qui gèrent de manière automatique les espaces publicitaires de ces supports (régies) et des annonceurs d'une nature particulière (par exemple les sites des jeux de hasard) à la recherche de moyens de promotion à bas prix.

Progressivement, l'équipe de MT a procédé à des ajustements techniques afin d'augmenter les recettes publicitaires du site. L'espace communautaire a été séparé du *tracker* par une adresse URL différente afin de contourner les contraintes imposées par Google et pouvoir y placer des liens sponsorisés. Dans le même temps, des modifications ont été faites afin d'augmenter l'efficacité technique du site pour que celui-ci puisse supporter une très grande affluence d'utilisateurs sans augmenter de manière proportionnelle les dépenses d'hébergement. En mai 2009, le site combinait des revenus en provenance de trois régies différentes. Cette croissance est également due au développement récent du marché hellénophone de la publicité en ligne, qui a vu croître le nombre d'annonceurs. Le développement commercial de MT a été

accompagné d'un changement d'hébergeur pour une meilleure qualité de service mais avec un coût plus élevé. Le profit dégagé par le site était partagé entre les trois fondateurs du site, leur offrant ainsi un complément de revenu important, voire supérieur au salaire « officiel » dans le cas de Dominique.

Selon les trois associés, il s'agit là d'un juste retour par rapport au temps consacré au projet, mais aussi aux risques encourus. En effet, au départ, et pendant deux ans, les trois fondateurs passaient chacun plus de dix heures par jour à s'occuper du site. Ils profitaient notamment de la nature de leur activité professionnelle, qui les conduisait à passer leurs journées devant un écran d'ordinateur, afin de rester connectés au site, de surveiller ce qui s'y passait et d'intervenir lors des pannes, par exemple. Ce temps est décrit par les créateurs de MT comme un mélange particulier d'activité semi-professionnelle et de *hobby*, qui correspond bien à la nature du travail au sein de la communauté du logiciel libre telle qu'elle est décrite par Pekka Himanen dans son analyse de « l'éthique hacker<sup>52</sup> ». Cette éthique hacker consiste à envisager le travail non plus comme une contrainte mais comme une activité souple, intégrant des aspects ludiques et se trouvant de ce fait à la frontière entre vie privée et vie professionnelle. Comme l'écrit Sébastien Delsalle, « cette souplesse du temps de travail permise par les nouvelles technologies a, on le suppose, une incidence sur la flexibilité des agents et leur engagement dans un projet. Dotés de moyens leur permettant plus de flexibilité dans leur travail (ou plutôt activité), les individus s'y investissent sans que celui-ci ne soit perçu comme une contrainte formelle<sup>53</sup> ».

La position des trois fondateurs face à la marchandisation progressive du site est ambiguë. D'une part, ils affirment que leur objectif initial n'était pas économique, mais en même temps, ils admettent qu'il s'agissait bien là d'un projet professionnel, au moins pour Alex et Dominique. Cependant, la première motivation évoquée pour justifier la création du *tracker* était de pouvoir mettre en place un site où « il y a du monde ». La volonté de « monétiser » ce « monde » par le biais de la publicité ne s'est affirmée que par la suite, une fois que l'objectif premier a été atteint.

Symétriquement, le discours des trois fondateurs de MT au sujet du droit d'auteur est peu construit et réfléchi. Ils sont conscients d'avoir participé à une activité aux limites de la légalité, selon les règles du copyright en vigueur, mais considèrent que celle-ci était seulement préjudiciable aux *majors* des industries culturelles et aucunement aux artistes et

---

<sup>52</sup> Himanen Pekka, *L'éthique hacker*, Exils, Paris, 2001.

<sup>53</sup> Delsalle Sébastien, « Vers une cité du libre... Le modèle théorique de la cité par projets », *Biblio du libre*, 15 mars 2004, non paginé. Disponible à [http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id\\_article=187](http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id_article=187).

créateurs. Régulièrement, les gestionnaires du site étaient contactés par des ayants droit qui leur demandaient d'enlever des liens vers le contenu propriétaire, y compris en usant de la menace. De même, les organisations représentant les ayants droit sollicitaient les fournisseurs d'hébergement en les pressant d'expulser le site de leurs centres de serveurs. Les créateurs de MT étaient donc depuis longtemps confrontés aux mesures répressives de la part des industries culturelles et surveillaient attentivement l'actualité internationale à ce sujet.

Néanmoins, malgré ces confrontations régulières à la problématique du droit d'auteur, il n'y a pas, de leur part, d'argumentation construite au sujet de la propriété intellectuelle et de ses enjeux socioéconomiques, comme celle qu'on peut trouver par exemple chez leurs confrères de Pirate Bay par le biais de l'organisation affiliée Piratbyrån<sup>54</sup>. Leur position consistait simplement à affirmer qu'ils n'étaient pas, à leurs yeux, responsables du contenu échangé par le biais du site, contrairement aux utilisateurs qui le mettaient à disposition. Des tentatives visant à constituer un discours militant de la part des fondateurs du site ont existé, notamment par le biais de la création d'un blog dédié et par la publication des messages « engagés » sur le forum de MT, mais elles ont été vite abandonnées. Ces tentatives se sont heurtées à la difficulté d'objectiver une critique du droit d'auteur mais aussi à l'incompréhension, voire dans certains cas à l'hostilité face à une telle démarche, d'une partie des utilisateurs du site.

Quant aux risques encourus en raison de leur activité, celui qui pesait le plus sur les membres de l'équipe était la menace d'un contrôle fiscal. C'est la raison pour laquelle ils ont fini par mettre en place une société-écran qui leur permettait, d'une part, de déclarer les recettes au fisc et, d'autre part, de se protéger contre les démarches des ayants droit auprès des autorités en rendant en quelque sorte anonyme la propriété de MT. Les projets concernant l'évolution du site se sont également multipliés. Ainsi, en 2009, MT a intégré un espace dédié à la distribution de contenu libre de droits, afin de faire la promotion d'artistes sans contrat avec une maison de disques, initiative qui a connu un certain succès. Ces projets témoignaient d'une volonté, du moins partielle, des fondateurs de sortir MT de l'*underground* et d'en faire un service « respectable ». Paradoxalement, ces tentatives de normalisation ont eu lieu quelques mois seulement avant la fermeture définitive du site.

## **7. Du « piratage » à la communauté**

---

<sup>54</sup> <http://www.piratbyran.org>.

L'augmentation du nombre d'utilisateurs inscrits et leur engagement croissant au sein du site a rapidement confronté les fondateurs à une communauté multiple et de plus en plus structurée. La présence des trois fondateurs au sein de cette communauté, par le biais de l'animation du forum, a été très forte au début, mais a diminué progressivement. Comme ils le disent eux-mêmes, l'objectif de départ était d'insuffler des « valeurs » à la communauté comme par exemple la participation de tout le monde au partage de contenu. Peu à peu, des membres actifs, les modérateurs, ont pris le relais pour faire en sorte que la communauté s'autorégule sur la base des préceptes initiaux.

Les trois fondateurs ont pris soin de se « fondre » en quelque sorte dans la masse des utilisateurs. Leurs avatars respectifs n'avaient pas d'attributs particuliers mais se présentaient comme ceux des modérateurs moyens. Très peu d'utilisateurs savaient que ces avatars correspondaient aux administrateurs du site et connaissaient encore moins leur identité réelle. Il s'agit là d'une stratégie de « camouflage » visant à anticiper les conséquences d'une action en justice de la part des ayants droit. Les relations entre les trois fondateurs et les autres utilisateurs, notamment les modérateurs, ont bien souvent été conflictuelles. L'expression utilisée par l'un d'entre eux pour caractériser ces mises en cause de la part des utilisateurs aguerris du site est l'émergence d'un « État dans l'État ». Selon les fondateurs de MT, certains modérateurs ont parfois usé « d'abus de pouvoir » envers d'autres utilisateurs ou se sont « révoltés » contre des choix techniques ou éditoriaux des administrateurs. Ces situations sont bien connues des sites sociaux et communautaires<sup>55</sup> : l'investissement fort de certains utilisateurs au sein d'un site communautaire aboutit souvent à l'émergence chez eux d'un sentiment de « propriété », ce qui peut générer des conflits aigus avec les administrateurs. En l'occurrence, l'équipe de MT dit avoir toléré les critiques et même les insultes sans user de la possibilité de bannissement dont elle disposait, sauf rares exceptions.

Les utilisateurs du site avaient tendance à se regrouper au sein d'équipes organisées et tournées vers un objectif précis comme la capture et la diffusion de contenus télévisuels grecs ou la création des sous-titres. Ces équipes procédaient à une division de travail en leur sein et à une organisation qui aboutissaient, dans certains cas, à une autonomisation complète par rapport à la communauté d'origine, en créant par exemple leur propre *tracker*. D'autres développaient hors-ligne les relations interpersonnelles qu'ils établissaient sur le site en

---

<sup>55</sup> Voir le cas de Digg et celui, plus récent, de Facebook : Arrington Michael, « Digg capitule face à sa mafia », *Techcrunch*, 2 mai 2007, disponible à <http://fr.techcrunch.com/2007/05/02/digg-capitule-face-a-sa-mafia/> et Banos Julie, « Facebook fait machine arrière après la révolte des internautes », *Rue89.com*, 18 février 2009, disponible à <http://www.rue89.com/2009/02/18/facebook-fait-machine-arriere-apres-la-revolte-des-internautes>.

organisant des fêtes dans plusieurs villes, des matchs de football et même de campings au nom du site. L'identification à la « marque » MT a été telle parmi les membres qu'un certain nombre de produits dérivés (*t-shirts*, autocollants, etc.) estampillés de son logo ont vu le jour. Dans le même temps, s'inscrivant dans une tendance inverse, les conflits entre utilisateurs ont été récurrents. Ces polémiques se sont principalement développées dans le forum au sujet du sport, de la politique et de la religion. Cette tendance a été favorisée dans un premier temps par la politique de contrôle minimal de la part des administrateurs et par l'absence des règles de netiquette strictes. Encore une fois, les administrateurs ont dû défendre ce choix « éditorial » face à la demande d'un contrôle plus sévère des échanges de la part de nombreux utilisateurs.

## 8. Conclusion

La création et le développement de MT a bénéficié d'un terreau particulièrement fertile. D'abord, l'abaissement des coûts techniques qui permet de gérer une telle masse d'utilisateurs avec peu des ressources a été obtenu grâce à l'adoption d'applications de logiciel libre, dont l'éventail s'élargit de manière continue et l'efficacité s'accroît. Par ailleurs, les compétences professionnelles des créateurs du *tracker* leur ont permis de faire jouer la concurrence à un niveau mondial, notamment en ce qui concerne les prestations d'hébergement, et d'obtenir ainsi un rapport qualité/prix avantageux tout en « bricolant » leur système afin de maximiser son efficience. MT a également bénéficié de la croissance exponentielle du nombre des internautes grecs qui a assuré au service une masse critique d'utilisateurs. Le financement de la croissance de MT a été assuré par un système économique fondé sur un marché publicitaire complètement décentralisé dans lequel les liens entre l'annonceur et le pourvoyeur d'espace sont quasi-inexistants, ce qui permet à des intermédiaires de valoriser commercialement des pans du web « souterrain ». Enfin, les fondateurs du site ont bénéficié pendant plus de quatre ans de l'inefficacité des mesures d'endiguement du téléchargement « sauvage » entreprises par les industries culturelles, ainsi que de la position marginale de l'internet hellénophone au regard des enjeux économiques du secteur.

La trajectoire des fondateurs de MT correspond à celle d'autres initiateurs de services innovants sur l'internet telles qu'elles ont été décrites par la recherche. Citons le cas des webradios<sup>56</sup> et celui des fanzines en ligne, analysé notamment par Yannick Estienne<sup>57</sup>. Dans

<sup>56</sup> Beuscart Jean-Samuel, « Le devenir des innovations non-marchandes sur internet », *op. cit.*

<sup>57</sup> Estienne Yannick, *Le journalisme après internet*, L'Harmattan, Paris, 2008.

un premier temps, ces dispositifs se sont mis en place comme une alternative aux industries culturelles et médiatiques traditionnelles, alternative porteuse d'une critique artiste affirmée<sup>58</sup>. Néanmoins, en raison des contraintes matérielles notamment, ces dispositifs innovants se sont progressivement intégrés dans le système médiatique soit par absorption (rachat, acquisition), soit par le débauchage de leurs fondateurs par le secteur marchand. Les webradios et les fanzines en ligne s'inscrivant au départ dans une démarche critique ont même fini par constituer une source de renouvellement des médias traditionnels.

Cependant, le cas du *peer-to-peer* et des communautés d'échange est autrement plus complexe en raison de la question du droit d'auteur et de la « guerre contre le piratage » à laquelle se livrent actuellement les industries culturelles et les pouvoirs publics. Dans ce sens, l'évolution des sites comme MT vers une activité légale de distributeur officiel ou complémentaire de contenus sur l'internet dépendra largement de l'issue de ces tentatives d'endigement du téléchargement « sauvage ».

Nous pouvons émettre l'hypothèse que si les moyens de répression mis en œuvre s'avèrent inefficaces, les industriels de la communication seront tentés d'intégrer les ennemis d'hier en leur sein. Et ceci d'autant plus que chez certains acteurs du *peer-to-peer*, comme les fondateurs de MT, il existe la volonté de « légaliser » leur modèle économique et de valoriser les audiences et les communautés dont ils disposent. L'exemple de Mininova est à ce titre édifiant. Suite au procès tenté contre ses fondateurs par l'organisation représentant les ayants droit des Pays-Bas, le site a mis en place un dispositif de filtrage pour exclure de ses résultats les *torrents* qui renvoient vers du contenu sous copyright, ce qui modifie complètement la nature du service. Dans le même temps, en juillet 2009, les fondateurs de Pirate Bay ont annoncé la vente du site à une société suédoise cotée en bourse, projet avorté depuis. L'objectif déclaré était la mise en place d'un modèle économique « légal<sup>59</sup> ». Ces exemples illustrent le rôle structurant du cadre juridique et de l'efficacité, ou non, de son application.

Une autre conclusion que l'on peut tirer du succès de MT est le poids des facteurs de différenciation d'un service innovant, y compris dans le domaine du *peer-to-peer*. Contrairement à une conception purement utilitariste des réseaux d'échange, comme celle qui prévaut dans des nombreux travaux d'économistes, notre observation de MT et de ses fondateurs montre qu'il existe une multitude de facteurs qui définit le degré d'engagement des

---

<sup>58</sup> Chiapello Eve, *Artistes vs Managers. Le management culturel à l'épreuve de la critique artiste*, Métailié, Paris, 1998.

<sup>59</sup> Sanyas Nil, « The Pirate Bay racheté 5,5 millions d'euros, bientôt 100% légal ? », *PC Inpact*, 30 juin 2009, <http://www.pcinpact.com/actu/news/51708-the-pirate-bay-rachete-ggf.htm?vc=1>.

utilisateurs autour d'un site internet de cette nature, et par extension, conditionne son succès auprès du public. Ces facteurs sont liés au contexte culturel dans lequel il voit le jour, à l'identité éditoriale du dispositif, à son histoire et à la nature du lien social qui s'y développe et non seulement au profit matériel que les utilisateurs pensent en tirer.

### Bibliographie

Barbrook Richard et Cameron Andy, « The Californian ideology », *Science as Culture*, vol. 6, issue 1, 1996, p. 44-72.

Bauwens Michel et Sussan Rémi, « Le *peer-to-peer* : nouvelle formation sociale, nouveau modèle civilisationnel », *Revue du Mauss*, n°26, 2005, p. 193-210.

Beuscart Jean-Samuel, « Le devenir des innovations non-marchandes sur internet : une étude des modèles économiques des webradios », *Réseaux*, n°125, 2004/3, p. 55-79.

Beuscart Jean-Samuel, « Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle. Construction et régulation d'un collectif sociotechnique », *Sociologie du Travail*, vol. 44, n°4, octobre-décembre 2002, p. 461-480.

Bourreau Marc et Labarthe-Piol Benjamin, « Le *peer-to-peer* et la crise de l'industrie du disque. Une perspective historique », *Réseaux*, n°125, 2004, p. 17-54.

Burnett Ron, « La communication *peer-to-peer* : l'interactivité dans le design des interfaces », in Proulx Serge, Poissant Louise et Sénécal Michel (dir.), *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Presses de l'Université Laval, Québec, 2006, p. 177-186.

Chiapello Eve, *Artistes vs Managers. Le management culturel à l'épreuve de la critique artiste*, Métailié, Paris, 1998.

Colletis Gabriel et Bernard Paulré (dir.), *Les nouveaux horizons du capitalisme. Pouvoirs, valeurs, temps*, Economica, Paris, 2008.

Delsalle Sébastien, « Vers une cité du libre... Le modèle théorique de la cité par projets », *Biblio du libre*, 15 mars 2004, non paginé. Disponible à [http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id\\_article=187](http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id_article=187).

Estienne Yannick, *Le journalisme après internet*, L'Harmattan, Paris, 2008.

Gensollen Michel, « Économie non rivale et communautés d'information », *Réseaux*, n°124, 2004, p.110-204.

Gensollen Michel, Gille Laurent, Bourreau Marc et Curien Nicolas, « Distribution de contenus sur internet. Commentaires sur le projet de taxation de l'*upload* », *Les cahiers de*

*l'internet*, n°4, mai 2004, p. 1-48. Disponible à [http://egsh.enst.fr/p2p/documents/Fing\\_DistributionContenus1.pdf](http://egsh.enst.fr/p2p/documents/Fing_DistributionContenus1.pdf).

Bustamante Enrique, « Cultural industries in the digital age : some provisional conclusions », *Media, Culture and Society*, vol. 26, n° 6, 2004, p. 803-820.

Granjon Fabien et Combes Clément, « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas des jeunes amateurs », *Réseaux*, n°145-146, 2007, p. 291-334.

Himanen Pekka, *L'éthique hacker*, Exils, Paris, 2001.

Kollock Peter, « The economies of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace », in Smith Marc et Kollock Peter (eds.), *Communities in Cyberspace*, Routledge, Londres, 1999, p. 219-237.

Liu Yiming, « Sociable P2P : using social information in P2P systems », *Working paper*, University of California, Berkeley, 2007, non paginé. Disponible à [http://people.ischool.berkeley.edu/~yliu/papers/socialp2p\\_paper.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~yliu/papers/socialp2p_paper.pdf).

Logie John, *Peers, Pirates, and Persuasion : Rhetoric in the Peer-to-Peer Debates*, Parlor Press, Indiana, 2006. Disponible à <http://www.parlorpress.com/pdf/PeersPiratesPersuasion-Logie.pdf>.

Ludlow Peter, *Crypto Anarchy, Cyberstates, and Pirate Utopias*, MIT Press, Cambridge, 2001.

Marcoccia Michel, « La normalisation des comportements communicatifs sur internet : étude sociopragmatique de la nétiquette », in Guégen Nicolas et Toblin Laurence (dir.), *Communication, société et internet*. L'Harmattan, Paris, 1998, p. 15-22.

Mason Matt, *The Pirate's Dilemma : How Youth Culture Is Reinventing Capitalism*, Free Press, New York, 2009.

Moulier-Boutang Yann, *Le capitalisme cognitif : la nouvelle grande transformation*, Éditions Amsterdam, Paris, 2009.

Nandi Tushar K. et Rochelandet Fabrice, « The incentives for contributing digital contents over P2P networks : An empirical investigation », *Review of Economic Research on Copyright Issues*, vol. 5, n°2, 2008, p. 19-35.

Nicolas Yann, « Le téléchargement sur les réseaux de pair à pair », *Développement culturel* n°148, 2005, p. 1-10. Disponible à [http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/numerique/DC\\_148.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/numerique/DC_148.pdf).

Oberholzer-Gee Felix et Strumpf Koleman, « The effect of file sharing on record sales. An empirical analysis », *Journal of Political Economy*, 115(1), 2007, p.1-42.



Penard Thierry et Suire Raphaël, « Économie de l'internet : une économie d'interactions sociales », *Revue française d'économie*, vol. XXII, n° 3, 2007, p. 151-187.

Smyrnaioi Nikos et Vovou Ioanna, « L'intermédialité des séries télévisées grecques : pratiques de diffusion et de réception sur les réseaux de pair à pair », *Entrelacs*, novembre 2007, non paginé. Disponible à <http://w3.lara.univ-tlse2.fr/entrelacs/spip.php?article136>.

Vandiedonck David, « L'industrie de la musique enregistrée recomposée », in Bouquillion Philippe et Combès Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, L'Harmattan, Paris, 2007, p. 92-99.

Zacklad Manuel, « Réseaux et communautés d'imaginaire documédiatisées », in Skare Roswitha, Lund Niels Windfeld et Vårheim Andreas (eds.), *A Document (Re)turn*, 2007, Peter Lang, Francfort, p. 279-297.