

Les pratiques de copiage des internautes en France

Le cas de la musique

Fabrice Rochelandet

ADIS – Université Paris 11
www.adis.u-psud.fr/rochelandet



UNIVERSITÉ
PARIS-SUD 11

Les pratiques de copiage des internautes en France

Le cas de la musique

Etude menée en partenariat avec l'UFC Que Choisir

(volet empirique disponible sur www.jm.u-psud.fr/~adisrob/rochelandet2005_5.pdf)

Réponse à l'appel du Ministère délégué à la Recherche et aux
Nouvelles Technologies pour le programme 'Usages des
Nouvelles Technologies pour la Société'.

Auteur du rapport : Fabrice Rochelandet

En collaboration avec Fabrice Le Guel (économètre)

Constats :

- **Premier constat** : la crise du disque (baisse des ventes depuis 2002)
- **Deuxième constat** : le succès des échanges P2P de fichiers (1 milliard de fichiers P2P contre 20 millions de fichiers achetés en ligne)
→ Conclusion intuitive : substitution achats/copies
- **Objectif de l'étude** = évaluer les causes et les conséquences des échanges non autorisés de copies (CD gravés, fichiers P2P, etc)
→ Conclusion : Nous montrons que les échanges P2P sont une conséquence plus qu'une cause de la crise du disque

Contexte et enjeu de l'étude :

- **Explications possibles de la crise du disque :**

- Prix du CD trop élevé + stagnation pouvoir d'achat des ménages
- Arbitrage budgétaire : concurrence des nouveaux supports et services (DVD, dépenses télécoms, jeux vidéo...)
- Prix du CD + fin de cycle de vie du disque
(le P2P = un catalyseur plus qu'un initiateur de la crise)
- Exposition insuffisante des œuvres sur les médias
- Stratégies de promotion/suggestion des maisons de disques inadaptées face à la fragmentation des goûts/genres musicaux
- Téléchargements et échanges de copies (CD gravés, etc)
(s'ils se substituent à l'achat et ne suscitent pas d'autres achats)
- ...

- **Enjeu de l'étude : Evaluer et expliquer les pratiques de copiage**

- Impossible de tester tous ces facteurs simultanément
(données insuffisantes sur les 10 dernières années)
- Choix scientifique : se focaliser sur le comportement des copieurs

- **Evaluer et expliquer ces pratiques, c'est-à-dire :**
 - Décrire ces pratiques sur un échantillon large et représentatif (4000 répondants)
 - Expliquer ces pratiques : motifs des copieurs et des non-copieurs, probabilité d'adoption d'un comportement de copieur, déterminants de l'intensité de copiage, identifier les logiques de partage.
 - Evaluer leurs conséquences économiques (sur les achats CD et DVD, sur les pratiques culturelles)
 - Formuler des recommandations sur la base des résultats obtenus : prévention, répression, laissez-faire, possibilités de nouveaux modèles économiques ?

Résultats (1/2) :

- Une pratique très répandue parmi les internautes
- Aucun profil type
(en dehors de l'âge / corrélé avec compétences informatiques)
- Les principaux motifs *déclarés* sont :
 - le prix jugé trop élevé des originaux (95% « d'accord »)
 - l'envie de découvrir de nouveaux artistes (90%)
 - les nouvelles possibilités d'usages offertes par le numérique (85%)
- Les déterminants du comportement de copiage :
 - l'**entourage social** (+)
 - la **recherche de diversité culturelle** (+)
 - la **conscience éthique** (-)
 - la préférence pour des originaux (si copies disponibles) (-)
 - En revanche, le **risque juridique perçu** n'influence pas le copiage.

Résultats (2/2) :

- L'explication du niveau des achats de CD et de DVD des internautes copieurs de musique :
 - le **revenu (+)**
(résultat classique en économie de la culture)
 - la **localisation (+)**
(évaluée par la densité urbaine, résultat attendu)
 - l'**intensité du copiage toutes techniques confondues (+)**
(l'apprentissage à la culture se fondent sur les pratiques d'échanges)
- En revanche, **l'intensité du copiage sur les réseaux P2P** n'a pas d'effet significatif sur les achats de CD et de DVD.
 - Cela pourrait traduire :
 - (1) une indépendance entre les deux pratiques
 - (2) la neutralisation de deux logiques :
 - logique de synergie (le copiage augmente les achats)
 - logique de substitution (le copiage diminue les achats)

Recommandations :

- Les **politiques de répression** apparaissent inefficaces
- La **prévention** plus efficace...
...mais infondée : le copiage nuit-il vraiment aux ventes ?
Non, selon notre étude
- Les autres solutions :
 - Les MTP : empêcher ou contrôler les échanges
 - La licence légale : « taxer » les internautes ou les FAI
 - L'innovation : inventer des modèles économiques

Quels modèles économiques ?

- **1er scénario :**

Les « innovations » se greffent autour d'une modèle « tout-DRM » avec marginalisation des pratiques de partage (Exemple : iTunes)

- ➔ Problème = report sur Internet des problèmes existants (goulet d'étranglement de la distribution, diversité insuffisante, prix trop élevés...)
- ➔ Ces innovations n'en sont pas vraiment : elles modifient simplement la structure de distribution (les canaux électroniques cannibalisent la distribution traditionnelle), un jeu à somme nulle (peu de valeur ajoutée).

- **2ème scénario :**

Coexistence des modes de valorisation (complémentaires)... et nécessité d'extraire la valeur économique des pratiques de partage.

➔ *Notre étude apporte des éléments en faveur de ce scénario :*

- (1) il existe un consentement à payer pour pouvoir partager (*les copieurs attribuent une valeur positive à leur pratique d'échange*).
- (2) les pratiques de partage sur Internet sont ancrées sur des pratiques d'interactions directes (amis, famille...) (donc illusoire de vouloir les éliminer)
- (3) il existe une demande pour la diversité, voire pour l'accès à une exhaustivité de l'offre (ce que ne peut pas offrir seul le modèle de la VAD)

La disposition à payer (DAP) pour un service P2P

(en plus de l'abonnement Internet)	ETUDE UP11/UFC (moyenne des données non redressées+redressées)	IPSOS (Redressé : 1000 internauts représentatifs)
musique en ligne	6,66 euros	5,20 euros
films	8,44 euros	N-D
musique en ligne et films	12,62 euros	9,10 euros

Comment extraire une valeur de ces pratiques de partage ?

Au minimum trois conditions :

(1) Le mécanisme de transfert de valeur ne doit pas anéantir les sources de cette valeur

un modèle publicitaire ne doit pas provoquer une publiphobie / une exploitation de données personnelles doit se faire avec l'accord des internautes, ce qui peut supposer de les « rémunérer » / etc.)

(2) Il faut accroître le consentement à « payer » des individus :

- les pratiques de partage doivent permettre de faire émerger des artistes moins connus / exploiter le phénomène de « Long Tail »
- Il faut garantir une palette large de possibilités d'usages et d'interactions.

(2) Il convient de restreindre au maximum les comportements « parasites » (*comportements non contributifs*) inévitable dans les réseaux de partage afin de garantir la viabilité des modèles économiques s'y greffant.

Les comportements coopératifs (1/2) : cadre d'analyse

PRATIQUES DE PARTAGE		CONTRIBUER	
		0	1
RECEVOIR	0	PAS D'ECHANGE	PUR ALTRUISME
	1	RESQUILLAGE (FREE RIDING)	RECIPROCITE

0 : jamais/rarement ; 1 : parfois/souvent

Les comportements coopératifs (2/2) : l'enquête UP11/UFC

P2P		CONTRIBUER	
		0	1
RECEVOIR	0	48,20%	0,70%
	1	28,30%	22,80%
FAMILLE		CONTRIBUER	
		0	1
RECEVOIR	0	48,90%	9,50%
	1	13,60%	28,10%
AMIS		CONTRIBUER	
		0	1
RECEVOIR	0	42,30%	4,70%
	1	16,90%	36,00%
TRAVAIL		CONTRIBUER	
		0	1
RECEVOIR	0	69,20%	3,10%
	1	10,00%	17,90%

Logiques dominantes

→ Resquillage
(Free riding)

→ Altruisme

→ Réciprocité

→ Pas d'échange

MERCI !

fabrice.rochelandet@jm.u-psud.fr

Annexe 1 : Les déterminants du copiage

NAME	DESCRIPTION
DEMOGRAPHICS - GENDER - AGE - HOUSEHOLD - EDUCATION - SOCIO-PROF GROUP - INCOME	- - Number of household members Occupation - -
WTP	The willingness to pay for originals when a digitized copy is freely available
HERDING	The proportion of copiers in the social neighborhood (relationship density)
LOCATION	(urban density)
PERCEPTION - ETHIC - RISKLEG - RISKTECH - DIVCULT	Ethical concern towards copying Perception of legal risks (to be caught) Perception of technical risks (to be contaminated by virus) Perception of cultural diversity over P2P networks
CULTSPEND	CD & DVD purchases
TECHNICAL ENVIRONMENT - SKILL - PASTEXP	How long the individual uses the Internet How long the individual makes copies
COPYING BEHAVIOR - SOFTCOPY - GAMECOPY	Copying of software Copying of video games

Annexe 2 : Les données

L'enquête sur « les pratiques de copiage des internautes en France »

- Une enquête sur 2 mois – (janvier/février 2005)
- Trois types d'échantillons :
 - enquête papier
 - enquête en ligne
 - enquête rue
- Une population large et représentative de celle des internautes français
- Construction de l'échantillon par tirage aléatoire sans remise (pas de méthode des quotas) (Logiciel SAS)
- Redressement de l'échantillon (post-stratification) par la méthode du Calage sur Marges (CALMAR – INSEE) (Logiciel SAS)
- Contrôle des biais de non réponse par la méthode des imputations multiples (Schafer, 1997) (logiciel R)
- Diminution du biais de sélection par la correction d'Heckman sur modèle Logit ordonné (logiciel LIMDEP)
- Test du modèle économétrique avec et sans pondérations (logiciel STATA)

Annexe 3 : Quelques chiffres

« Les pratiques de copiage des internautes en France »

(plus de détails : http://www.jm.u-psud.fr/~adisrob/rochelandet2005_5.pdf)

- 74 % des internautes copieurs annoncent qu'ils utilisent les logiciels de p2p (les autres réseaux d'échange sont la famille, les amis et les relations de travail)

- (0) jamais téléchargé sur le réseau p2p : 26.2 %
 - (1) rarement téléchargé sur le réseau p2p : 22.6 %
 - (2) parfois téléchargé sur le réseau p2p : 27.7 %
 - (3) beaucoup téléchargé sur le réseau p2p : 23.5 %

- La disposition à payer pour un morceau de musique en ligne est de 0.30 Euros (avec un écart type de 0.27) – Remarque : prix moyen d'un morceau de musique sur des sites de téléchargements légaux (iTune, Fnac...) : 0.99 Euros

- Concernant l'entourage de copieurs « combien de personnes dans votre entourage possède des morceaux de musique ou des films copiés à l'aide d'une technologie numérique (CD gravés, MP3...) »:

- (0) personne dans l'entourage ou NSP : 15.8 %
 - (1) 1 à 5 personnes : 26.4 %
 - (2) 6 à 15 personnes : 18.7 %
 - (3) > 15 personnes : 39.1 %

Annexe 4 : Résultats des modèles économétriques

Effects on copying behavior (likelihood and intensity)	Determinants
Favorable (+)	<ul style="list-style-type: none">- Social neighboring***- Internet skills***- Copying of software***- Cultural diversity***- Being male**
Unfavorable (-)	<ul style="list-style-type: none">- Increasing in the WTP for originals***- Increasing in ethical concerns***- Higher education***- Increasing in age**
Neutral	<ul style="list-style-type: none">- Perception of legal and technical risks- Cultural spending- Location- Experience in copying- Socio-professional group- Income- Household size

Annexe 5 :

L'inefficacité de la politique de répression des utilisateurs de logiciels p2p

- La **perception du risque n'est pas significative**. En revanche les copieurs ont des préoccupations éthiques quant au copiage.

Conséquence : une politique de prévention (relative aux effets du copiage sur la rémunération des artistes) aurait un impact plus fort qu'une logique de répression.

Problème : la prévention serait alors fondée sur une fausse information...

- Les **interactions** d'un individu à un autre font partie des **déterminants clés et « naturels »** du mécanisme de **diffusion** des biens culturels (par échange ou recommandations).

Conséquence : les réseaux informatiques permettent d'**accélérer** ce phénomène de diffusion et d'offrir un accès plus large à la **diversité culturelle**. La politique de répression va à l'encontre de ce phénomène « ancré » dans les individus.

- Nous avons montré que le partage des morceaux de musique ne se limite pas au seul univers de l'Internet (c'est-à-dire via les logiciels de p2p). Les échanges se font aussi dans **les réseaux d'interactions physiques** (de la main à la main).

Conséquence : cela peut générer une '**substitution** des réseaux d'échange' rendant pratiquement inutile la répression des utilisateurs de logiciels de p2p.

Annexe 6 : Des chiffres curieux ?

- NON : des résultats semblables dans d'autres études (DEP/Ministère de la culture, Spedidam/Médiamétrie...) : les gros copieurs sont des gros acheteurs.
- Autrement dit, une preuve par la demande que la baisse du marché du disque n'est pas dû au piratage.