



# Comportement du consommateur et piratage dans le contexte des réseaux informatiques

Alexandra Côté  
Youssef Elbouziri  
Julien Legath  
Benjamin Mucci  
Virginie Souverain

Université Laval  
Novembre 2000

# Table des matières

<b>TABLE DES MATIÈRES.....</b>	<b>II</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>DROIT D'AUTEUR .....</b>	<b>3</b>
<b>APERÇU DE L'ACTE DE PIRATAGE AU SENS LÉGAL.....</b>	<b>3</b>
PIRATAGE DE LOGICIEL.....	3
PIRATAGE DE PIÈCES MUSICALES.....	4
<b>TYPES DE PIRATAGE.....</b>	<b>5</b>
INFRACTION AU NIVEAU DES BREVETS ET DES COPYRIGHTS .....	5
PIRATAGE INDUSTRIEL.....	5
PIRATAGE CORPORATIF.....	5
PIRATAGE CHEZ LES MANUFACTURIERS ET REVENDEURS .....	5
PIRATAGE DOMESTIQUE.....	6
<b>AMPLEUR DU PHÉNOMÈNE DU PIRATAGE .....</b>	<b>7</b>
INDUSTRIE DU LOGICIEL .....	7
INDUSTRIE DU DISQUE .....	8
<b>LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR SELON LES ENQUÊTES.....</b>	<b>10</b>
ÉTUDE RÉALISÉE PAR ANGUS REID ET INTERPRÉTÉE PAR CEFRIO SUR L'UTILISATION DES MP3 .....	10
SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE DE FRANCE .....	11
RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA .....	11
<b>RECHERCHE : LE PIRATAGE ET LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR.....</b>	<b>12</b>
PIRATAGE VU SELON LE MODÈLE DE DIFFUSION .....	18
<b>ENTREVUE AVEC MARIO CANTIN.....</b>	<b>20</b>
PROFIL DE MARIO CANTIN .....	20
LE COMPORTEMENT DU CYBERCONSOMMATEUR.....	21
DE LA SOCIÉTÉ TRADITIONNELLE À LA SOCIÉTÉ VIRTUELLE.....	22
DU PHYSIQUE AU VIRTUEL.....	24
LE RÔLE DE L'ÉDUCATION .....	24
LE RÔLE DES GOUVERNEMENTS.....	25
DE NOUVEAUX MODÈLES D'AFFAIRES .....	27
SYNTHÈSE DE L'ENTREVUE .....	28
<b>ANALYSE ET RÉFLEXION .....</b>	<b>29</b>
UN SUJET DIFFICILE D'APPROCHE.....	29
UN PHÉNOMÈNE D'ENVERGURE.....	30
LE TITRE DE PIRATE SE DÉMOCRATISE .....	30
COMPRENDRE LA MOTIVATION DES PIRATES .....	31
L'ACTE DE PIRATAGE PERÇU DIFFÉREMMENT SELON LE BIEN PIRATÉ .....	32
L'IMPACT DE LA DÉMATÉRIALISATION DES BIENS SUR LA VALEUR PERÇUE.....	32
ÉDUCATION ET SENSIBILISATION DU CONSOMMATEUR.....	33
REFONTE DES MODÈLES D'AFFAIRES .....	33
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>35</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>36</b>
<b>RÉFÉRENCES .....</b>	<b>38</b>

## Introduction

Depuis quelques années la démocratisation du réseau Internet, suite à l'arrivée du Web, apporte des changements majeurs dans plusieurs secteurs de la vie sociale et économique. Ce qui surprend le plus dans la présente révolution du savoir et de l'information, c'est la vitesse avec laquelle elle évolue. En effet, on assiste littéralement à l'explosion d'un phénomène qui s'inscrit dans un laps de temps très court. La radio aura pris 35 ans à atteindre un taux de pénétration de 50 % chez les consommateurs aux États-Unis, la télévision 25 ans alors que le Web aura pris seulement 5 ans. Cette croissance effrénée a pour effet de provoquer une modification très rapide de la réalité dans laquelle doivent évoluer tant les consommateurs que les entreprises. En fait, on assiste à la création d'une nouvelle dimension qui non seulement amène de nouvelles règles, mais qui pour certaines de ses règles en impose à la dimension traditionnelle. La disparité et la vitesse à laquelle ces deux réalités évoluent ont pour conséquence que certaines industries font face à des situations qui obligent à remettre en question le modèle d'affaires traditionnel. Ce constat est d'autant plus frappant lorsqu'on s'intéresse à tout bien pouvant appartenir aux deux dimensions simultanément.

L'importance grandissante accordée à l'information et au savoir, combinée aux possibilités des réseaux, déplace la valeur accordée aux biens matériels vers des biens moins tangibles. C'est de cette transition que découlent plusieurs problèmes, notamment celui de donner de la valeur à des biens immatériels ou intangibles comme l'information et le savoir. Il faut savoir que tout bien dont il est possible de dissocier le contenu de son support physique peut être, dès aujourd'hui, distribué sur les réseaux informatiques. Cette réalité rend difficile le traitement de l'information, du savoir ainsi que les biens immatériels comme des actifs. Il est par le fait même souvent difficile de déterminer une valeur à ces mêmes biens. Qui plus est, la facilité avec laquelle ces informations sont reproductibles et distribuables dans un contexte de réseau informatique global tel Internet amène de nouvelles problématiques au niveau du respect de la propriété intellectuelle et des droits d'auteur. Ce nouvel environnement rend aussi très difficile l'application des lois.

À ces questions d'ordre technique et légal s'ajoutent des considérations culturelles. Il ne faudrait pas oublier la culture des réseaux. Il faut rappeler que le réseau Internet visait à l'origine à

permettre la création de communautés virtuelles afin de faciliter l'échange et le partage des connaissances et du savoir dans le domaine de l'éducation, de la science et de la technologie. Cet héritage se traduit aujourd'hui par la création de communautés virtuelles telles Napster, Hotline et Gnutella et bientôt des projets comme Freenet qui appliquent pour tous la même philosophie de partage. Par contre, le problème se pose lorsqu'il s'agit de pièce musicale ou encore de logiciels commerciaux.

Devant cette nouvelle réalité, deux industries font face de façon plus manifeste aux nouvelles problématiques que cette nouvelle dimension amène, à savoir l'industrie du disque et du logiciel. C'est dans ce contexte de bouleversements majeurs que le présent travail vise à faire un survol du phénomène du piratage en s'intéressant principalement à l'impact des réseaux informatiques sur le comportement du consommateur. On s'intéressera à l'impact actuel du comportement sur les deux industries, aux recherches effectuées et publiées au sujet de cette problématique. On inclura aussi les grandes lignes d'une entrevue réalisée avec Mario Cantin au sujet de la problématique du piratage et du comportement du consommateur dans le contexte des réseaux informatiques. Enfin, on partagera notre analyse de la situation ainsi que notre réflexion.

## Droit d'auteur

On définit en termes simples le droit d'auteur au Canada comme suit :

*Le droit d'auteur est le droit exclusif de reproduire une oeuvre créatrice ou de permettre à une autre personne de le faire. Il comprend le droit exclusif de publier, de produire, de reproduire, d'exécuter en public, de traduire, de communiquer au public par des moyens de télécommunication et, dans certains cas, de louer une oeuvre.<sup>1</sup>*

Cette définition est valide aussi bien pour les pièces musicales que pour les logiciels. On notera que les droits d'auteur s'appliquent simplement selon les termes suivants :

*Le droit d'auteur s'applique à toute **oeuvre** originale à caractère littéraire, dramatique, musical et artistique, y compris les livres, les autres écrits, les oeuvres musicales, les sculptures, les peintures, les photographies, les films, les pièces de théâtre, les émissions de télévision et de radio et les programmes d'ordinateur. Le droit d'auteur s'applique aussi à d'autres **objets** comme des enregistrements sonores (fixés sur des dispositifs comme des disques, bandes et cassettes), aux prestations et aux signaux de communication."*

## Aperçu de l'acte de piratage au sens légal

On associe souvent le piratage au domaine du logiciel. Mais comme il a été mentionné précédemment, ce même phénomène touche maintenant l'industrie du disque. Il faut savoir que la problématique au niveau des pièces musicales sans être un phénomène nouveau, a pris énormément d'ampleur depuis l'arrivée du format de compression MP3 et de site tel MP3.com qui permet de télécharger des oeuvres musicales gratuitement mais surtout depuis l'arrivée de logiciel tel Napster. Il est à prévoir que ce même phénomène, amplifié par la facilité que procurent les réseaux informatiques, touchera bientôt l'industrie du cinéma et de la vidéo ainsi que du livre.

### Piratage de logiciel

De façon générale, la loi canadienne<sup>2</sup> définit le piratage de logiciel de la façon suivante :

*C'est un crime, au Canada, de copier et de vendre un logiciel protégé par un droit d'auteur. Il incombe au propriétaire du droit d'auteur d'intenter une poursuite en s'adressant à la Gendarmerie Royale du Canada. Il appartient ensuite aux tribunaux de décider si le propriétaire du logiciel a été lésé.* <sup>3</sup>

Dans le domaine du logiciel, il faut cependant se référer aux licences d'utilisation incluses avec le logiciel, car les conditions d'utilisation peuvent varier d'un logiciel à l'autre et selon le type de licence.

Par contre, la loi permet de réaliser la copie dans les conditions suivantes :

#### Programmes d'ordinateur<sup>4</sup>

##### 30.6 Ne constituent pas des violations du droit d'auteur : - Actes licites

a) le fait, pour le propriétaire d'un exemplaire - autorisé par le titulaire du droit d'auteur - d'un programme d'ordinateur, de produire une seule copie de l'exemplaire par adaptation, modification ou conversion, ou par traduction en un autre langage informatique s'il établit que la copie est destinée à assurer la compatibilité du programme avec un ordinateur donné, qu'elle ne sert qu'à son propre usage et qu'elle est détruite dès qu'il n'est plus propriétaire de l'exemplaire ;

b) le fait, pour le propriétaire d'un exemplaire - autorisé par le titulaire du droit d'auteur - d'un programme d'ordinateur, de produire une seule copie de sauvegarde de l'exemplaire ou de la copie visée à l'alinéa a) s'il établit qu'elle est détruite dès qu'il n'est plus propriétaire de l'exemplaire

#### **Piratage de pièces musicales<sup>5</sup>**

Au niveau des pièces musicales, les mêmes dispositions s'appliquent. Une personne ayant acheté un CD a le droit de copier celui-ci, si la copie est destinée à un usage privé afin de pouvoir jouir de l'achat en toute circonstance. À ce titre, il est légal de faire une copie d'un CD sur un autre CD, sur une cassette audio ou encore dans un format numérique tel le format MP3.

Par contre, il est illégal de distribuer gratuitement ou à profit, sous quelque forme que ce soit, le contenu du CD destiné à un autre usage que privé sans le consentement de l'auteur. Il est de plus interdit de posséder ou encore de stocker sur quelque médium que ce soit des pièces musicales dont la personne ne possède pas l'original. Par le fait même, si on s'intéresse plus particulièrement au phénomène de Napster, toute pièce téléchargée que l'utilisateur ne possède pas est illégale.

## **Types de piratage**

On retrouve cinq principaux types de piratage. Le classement est établi selon la manière dont l'acte est commis et dans quel type de groupe l'acte se déroule. Il est important de noter que cette classification a été réalisée dans l'optique du piratage de logiciels<sup>6</sup>. Par contre, mis à part le piratage corporatif, les descriptions sont pertinentes dans le contexte des pièces musicales.

### **Infraction au niveau des brevets et des copyrights**

Ce type de piratage se produit lorsque qu'une entreprise recopie du matériel ou encore un processus créé par une autre entreprise dans le but de faire du profit.

### **Piratage industriel**

Le piratage industriel se produit lorsqu'un individu ou un groupe copie ou / et distribue à grande échelle un produit dans le but de faire du profit.

### **Piratage corporatif**

Le piratage corporatif intervient lorsqu'une entreprise installe une copie d'un logiciel sur un réseau local et, que potentiellement, plusieurs employés peuvent avoir accès sans licences au logiciel.

### **Piratage chez les manufacturiers et revendeurs**

Le piratage chez un manufacturier, ou encore un revendeur, peut se produire lorsqu'un logiciel est pré-chargé sur un ordinateur sans licence ou encore qu'un logiciel est vendu à des marchés qui ne se qualifient pas pour ce type de licence (mischanneling<sup>7</sup>).

## **Piratage domestique**

Généralement on définit le piratage domestique comme tout acte qui inclue l'échange avec des amis de disquette ou CD-ROM ou, encore, le fait de posséder un serveur visant à distribuer de façon illégale des logiciels dans une optique de non-profit.

Le présent travail s'intéresse davantage au comportement du consommateur, c'est-à-dire au niveau du piratage domestique. On abordera aussi bien l'acte au niveau des consommateurs qui distribuent les logiciels ou pièces musicales qu'au niveau de ceux qui les consomment.

## Ampleur du phénomène du piratage

L'importance grandissante que les entreprises et lobbies de l'industrie du disque et du logiciel accordent au phénomène du piratage s'explique principalement par les pertes de revenus qu'occasionne ce comportement. Le phénomène, depuis les trois dernières années, ne cesse de prendre de l'expansion aux dires de ceux-là. Les différents rapports donnent une importante part de responsabilité aux appareils tels les graveurs de CD-ROM dont le prix ne cesse de diminuer, ce qui se traduit par un taux de pénétration de plus en plus important dans les ménages. Les graveurs permettent de reproduire une copie exacte, tant d'un CD Audio que d'un CD-ROM, ou encore de réaliser des compilations de pièces musicales ou de logiciels et cela, à un coût minimum une fois l'achat du graveur effectué. Les rapports font aussi état de l'impact de l'augmentation de la bande passante des liens Internet. La pénétration très rapide des liens de type DSL et modem-câble a pour effet d'augmenter énormément la capacité des utilisateurs à s'échanger des logiciels et pièces musicales rapidement et cela, à l'échelle mondiale. Malheureusement, même si le phénomène du piratage via les réseaux informatiques est connu, aucune donnée fiable n'est actuellement disponible sur l'ampleur réelle de ce type de piratage.

## Industrie du logiciel

Le "Report on Global Software Piracy"<sup>8</sup> publié chaque année par "The Software & Information Industry Association (SIIA)" indique que les revenus mondiaux de la vente de logiciels pour l'année 1999 se chiffrent à 21,6 milliards soit une hausse de près de 19 % par rapport à 1998. Par contre, malgré la hausse globale des revenus, la SIIA affirme que près de 12 milliards de dollars en revenus ont été perdus à cause du piratage informatique. Il est à noter que ces estimations ne tiennent pas compte du piratage dans le milieu de l'éducation, du divertissement et de l'électronique (Internet).

	1997	1998	1999
Western Europe	\$2,519	\$2,760	\$3,630
Central Europe	561	640	409
North America	3,074	3,196	3,631
Latin America	978	1,045	1,128
Asia/Pacific	3,916	2,955	2,792
Middle East	206	190	284
Africa	186	190	194
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>\$11,440</b>	<b>\$10,976</b>	<b>\$12,163</b>

Il est aussi important de constater l'ampleur du phénomène selon les régions du globe. En effet, dans la région de l'Asie et du Pacifique, on retrouve la proportion de piratage de 47 %. Certains pays comme la Chine et le Vietnam ont des taux de piratage de 91 et 98 % respectivement. Les régions du Moyen-Orient et de l'Afrique pour leur part ont un taux moyen de 60 %. L'Amérique du Nord (Canada/US) pour sa part a le taux de piratage le plus faible avec 26 %. L'Amérique Latine incluant le Mexique a un taux de piratage de 59 %. Il est intéressant de constater l'écart entre l'Europe de l'Ouest et celle de l'Est. Dans la région Ouest, on observe un taux de piratage de 34 % contrairement à l'Est où le taux atteint 70 %, soit le plus élevé.

### **Industrie du disque**

Contrairement à l'industrie du logiciel qui fait face depuis déjà plusieurs années au phénomène du piratage à grande échelle, l'industrie du disque se voit confrontée à cette nouvelle réalité depuis peu. Étant donné son bassin de consommateurs plus important que l'industrie du logiciel, l'industrie du disque voit avec beaucoup d'appréhension cette nouvelle problématique à mesure que les moyens techniques facilitent la copie de pièces musicales et garantissent une qualité de reproduction similaire à l'original. L'industrie du disque trouve tout aussi problématique la prolifération des graveurs de CD et l'augmentation de la capacité des liens Internet. Par contre, le principal problème auquel elle doit faire face dans l'immédiat provient des réseaux organisés de piratage. Ces réseaux, semble-t-il, sont principalement situés en Asie et utilisent généralement des presses afin de produire les CD piratés de façon quasi industrielle. À ce titre, selon les chiffres publiés par International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), on estime que plus de 500 millions de CD piratés auraient été produits en 1999. 450 millions de ce nombre auraient été produits sous forme de CD pressée et 50 millions de CD sous forme gravée. Globalement, 1 disque sur 3 vendu mondialement serait piraté.

Toujours selon la IFPI, il est aujourd'hui difficile de quantifier les pertes dues au piratage effectué via Internet. Par contre, on s'inquiète de l'évolution rapide du phénomène et de son impact probablement plus important que celui du piratage physique à long terme. À titre d'exemple, selon les chiffres internes de la compagnie Napster, on pense que le service comptera plus de 75 millions d'utilisateurs d'ici la fin de 2000. On observe une croissance de 200 % par mois au

niveau des utilisateurs. À chaque seconde, on estime que 10,000 documents MP3 sont échangés. Plus de 100 utilisateurs tentent de se connecter au serveur à chaque seconde.<sup>9</sup>

Comme nous l'avons souligné, la proportion de logiciels piratés varie selon les régions du globe. Il en est de même pour les œuvres musicales. Les chiffres démontrent qu'en Amérique du

Nord, le taux de piratage demeure relativement faible avec moins de 10 % des CD piratés. Par contre, comme le fait remarquer le IFPI Music Piracy Report 2000, il est important de surveiller le phénomène de Napster afin de maintenir le taux de piratage à ce niveau. En ce qui a trait à l'Europe, tout comme pour les logiciels, on retrouve un taux de piratage différent selon que l'on étudie l'Est ou l'Ouest. À l'Ouest, on retrouve généralement un taux de piratage des œuvres musicales à moins de 10 % tandis qu'à l'Est, dans certains pays comme la Russie, le taux de piratage dépasse le 50 %. Globalement, l'Asie est la région où le piratage est le plus important. En Chine, on observe une croissance importante du comportement tandis qu'à Hong Kong on observe une diminution. Au niveau de l'Amérique latine, on observe un accroissement au Brésil, en Argentine, au Mexique et au Pérou qui ont des taux de piratage variant entre 25 et 50 %. Seul le Mexique présente une amélioration avec 40 %. Au Moyen Orient, on retrouve des taux de piratage de 30 à 50 %. Le continent africain pour sa part démontre un taux de piratage supérieur à 50 % sauf en Afrique du Sud et au Zimbabwe où le taux est aux alentours de 15 %. Enfin, en Océanie, on observe un taux relativement bas, soit inférieur à 10 %.

### Current IFPI priorities in terms of domestic piracy levels in 1999

Country	Piracy (US\$m)	Piracy Level (Units)
China	620	90%
Russia	200	75%
Brazil	180	50%
Italy	115	25%
Mexico	75	40%
Taiwan	70	25%
Poland	55	50%
Israel	45	60%
Greece	45	45%
Hong Kong	25	50%

## **Le comportement du consommateur selon les enquêtes**

On ne trouve que très peu de chiffres exacts sur le comportement du consommateur en matière de piratage informatique. Par contre, le phénomène des MP3 a été jusqu'à maintenant beaucoup plus sondé. En effet, un sondage réalisé auprès de français et présenté sur le site mp3France<sup>10</sup> faisait ressortir que 46% des personnes interrogées répondraient de façon positive à la question : "Êtes-vous prêt à payer de la musique sur Internet?" Une autre enquête réalisée en mars 2000<sup>11</sup> par des étudiants de l'Université Laval indique que la moitié des répondants ne ressent aucune culpabilité lors du téléchargement de documents MP3 illégaux. 60% des répondants ont peu ou pas d'intérêt pour l'achat de MP3 sur Internet. 81% des répondants ont affirmé avoir découvert de nouveaux artistes suite au téléchargement de documents MP3 et 68% auraient réalisé l'achat d'un disque à la suite de la découverte de nouveaux artistes ; 22,6% des répondants affirment avoir augmenté leur consommation de disques depuis l'événement des MP3, 22,3% disent avoir diminué leur consommation et 55,1% disent ne pas avoir modifié leur comportement d'achat. Chez les personnes ayant augmenté leur consommation de disques, on observe une augmentation des achats de 23,4%. Chez ceux qui ont diminué leur consommation de disques, on observe une diminution des achats de l'ordre de 65,6%. Globalement, on observe une diminution des achats de 21,2% chez les personnes ayant modifié leur comportement. Pour l'échantillon, on observe une diminution de 9,25% des achats de disques compact audio. Cette même enquête a mené, lors de la recherche de données secondaires, aux constats suivants.

### **Étude réalisée par Angus Reid et interprétée par CEFRIO sur l'utilisation des MP3**

Mené au mois de janvier 2000 auprès des Canadiens naviguant sur le Web à la maison, ce sondage du groupe Angus Reid se penche sur le téléchargement de fichiers MP3 diffusés sur Internet.

Les résultats démontrent que les trois quarts des Canadiens utilisant Internet à la maison ont déjà entendu parler de la technologie MP3 et près de quatre ménages branchés sur dix (soit 39% d'entre eux) ont téléchargé des fichiers de ce format au cours des six derniers mois, en janvier 2000. Ceci représente une hausse sensible par rapport au mois de juillet 1999, mois pour lequel

Angus Reid estime que 25% des ménages branchés s'étaient procurés des fichiers MP3 sur Internet au cours des six mois précédents.

Selon le sondage, la connaissance de la technologie MP3 et le téléchargement de fichiers de ce format sont particulièrement répandus chez les jeunes de 18 à 24 ans (dont 67% se sont procurés des fichiers MP3 sur Internet au cours des six derniers mois, en janvier 2000). De même, on retrouve d'importants taux d'utilisation chez les hommes (58%) et chez les internautes expérimentés, c'est-à-dire utilisant Internet depuis 3 ans ou plus (63%). Encore relativement peu d'internautes (soit 7% d'entre eux) ont déjà eux-mêmes diffusé des fichiers MP3 sur Internet. On note aussi que le tiers des utilisateurs de la technologie MP3 télécharge des fichiers de ce format au moins une fois par semaine et que l'impact de la technologie MP3 sur la vente de disques laser serait relativement restreint puisque 72% des utilisateurs affirment que le téléchargement de fichiers n'influence pas le nombre de disques qu'ils achètent.

### **Syndicat national de l'édition phonographique de France**

Une étude réalisée par le Syndicat national de l'édition phonographique de France a révélé une importante baisse des ventes de disques CD audio depuis le phénomène MP3. Il s'est vendu, en 1999, 114,7 millions d'albums en France contre 118,4 millions en 1998, soit une diminution de 3,1%. Cette baisse a également touché les singles (formats courts), qui sont passés de 40 millions d'unités en 1998 à 36,4 millions en 1999, soit une chute de 9%. Par contre en 1999, les ventes en termes d'unités auraient augmenté de 5% en France selon le rapport du Record Industry Interim Sales de septembre 1999 produit par International Federation of the Phonographic Industry (IFPI).

### **Recording Industry Association of America**

En 1997, l'industrie du disque avait subi une diminution des ventes de près de 6,5% par rapport à 1996. Par contre en 1998 et 1999, les ventes ont augmenté de façon importante. En effet, en 1998 on avait observé une augmentation de 9% des ventes d'albums. Pour sa part, l'année 1999 s'est soldée, selon la RIAA, par une hausse de 5,6% des ventes d'albums. On constate aussi un fort engouement des Américains pour l'achat de la musique. Toutefois, il y a une diminution de près de 4,2% sur la proportion des ventes chez les 15 à 24 ans. Cette diminution pourrait s'expliquer par la disponibilité des MP3 sur les ventes de disques<sup>12</sup>.

## Recherche : le piratage et le comportement du consommateur

Avec l'avènement de l'ère de l'information, le citoyen de n'importe quel pays développé a désormais accès à une quantité considérable d'information de toute sorte. Les actifs physiques (les usines, l'équipement, l'immobilier), autrefois piliers du système économique, sont désormais supplantés par la connaissance et la maîtrise de l'information, d'où une emphase accrue sur la protection de la propriété intellectuelle. Le piratage de logiciel est considéré comme un cas de violation de cette loi. En qualifiant cette pratique de criminelle, les causes ont été attribuées à des processus psychologiques et aux caractéristiques de l'individu. Dans son article intitulé *The impact of national culture on software piracy*<sup>13</sup>, Bryan W Husted analyse certains facteurs contextuels, en particulier la culture nationale des individus, et s'interroge sur sa relation avec le piratage de logiciels.

Les logiciels s'avèrent être une entité particulièrement vulnérable à la duplication illégale et à la contrefaçon, étant donné la facilité avec laquelle les copies peuvent être réalisées à un coût négligeable. En outre, la copie ne présente pas une qualité dégradée par rapport à l'original. Ainsi, le montant total des logiciels piratés s'élevait à 13.2 milliards de dollars US en 1996.

Glass et Wood (1996) ont utilisé la théorie de l'équité empruntée à la psychologie sociale pour expliquer la décision de la personne qui prête un logiciel destiné à être copié. Ils ont étudié les intentions de 271 étudiants non diplômés de fournir des logiciels à d'autres étudiants dans le but de produire des copies illégales. Ils ont découvert que le problème du piratage de logiciel est souvent perçu non pas comme un problème éthique, mais comme le résultat de l'évaluation de l'individu concernant l'équité de la distribution (distributive fairness), qui se base sur le ratio du rapport entre ce qui est donné et ce qui est reçu. Rappelons que d'après l'étude de Logsdon, Thompson et Reid (1994), les étudiants perçoivent souvent le piratage de logiciels comme un thème impliquant une faible intensité morale.

Traphagan et Griffith (1998) ont démontré que, bien que les différences au niveau des taux de piratage de logiciels soient attribuables en partie à la richesse du pays, la culture joue également un rôle important, comme l'attestent les différences constatées dans ce domaine entre la Finlande

et l'Espagne (26% contre 76%). D'après Steidlmeier (1993), la protection de la propriété intellectuelle est profondément ancrée dans les valeurs culturelles occidentales de libéralisme et de droits individuels. Le point de vue européen contraste de façon importante avec l'emphase sur l'harmonie sociale et la coopération qui prédominent en Asie, comme l'ont remarqué Swinyard, Rinne et Keng Kau, 1990 et Donaldson, 1996. Beaucoup de pays en voie de développement n'acceptent pas la légitimité du monopole sur la propriété intellectuelle revendiquée par les entreprises. En outre, les ressortissants de ces pays sont plus affectés par les conséquences de leurs actes sur eux-mêmes, leur famille et leur communauté que par le caractère illégal de la copie de logiciels. Whitman, Townsend, Hendrickson et Rensvold (1998) ont trouvé des indicateurs de l'interaction entre la culture et l'éthique de l'utilisation d'un ordinateur.

Hofstede (1997) définit la culture comme « la programmation collective de l'esprit qui distingue un groupe de personnes d'un autre ». Kluckhohn et al. (1951) définit une valeur comme une conception, explicite ou implicite, particulière à un individu ou caractéristique d'un groupe, de ce qui est souhaitable. Cela influence la sélection des moyens d'action. Six hypothèses ont été formulées:

Hypothèse 1 : Le taux de piratage de logiciel diminue avec l'élévation du niveau de développement économique.

Hypothèse 2 : Toutes choses étant égales par ailleurs, le taux de piratage de logiciel augmente avec l'élargissement de la classe moyenne.

Les travaux de Geert Hofstede nous montrent comment des valeurs liées au travail peuvent être associées au piratage de logiciels. Ce chercheur a considéré cinq de ces valeurs qui caractérisent différentes cultures dans le monde : le degré de soumission au pouvoir, l'individualisme, le caractère masculin, l'aversion à l'incertitude et le dynamisme confucéen. Ces valeurs sont directement liées à l'activité économique, contrairement à celles de Rockeach (1973).

Selon Hofstede (1997), le « degré de soumission au pouvoir » (power distance) indique jusqu'à quel point les membres les moins puissants des institutions et organisations d'un pays acceptent une distribution inégale du pouvoir.

Hypothèse 3 : Le taux de piratage dans un pays augmente avec le degré de soumission au pouvoir.

Hofstede (1997) définit les concepts d'individualisme-collectivisme comme un continuum indiquant jusqu'à quel point les liens entre les individus sont étroits. Dans les cultures collectivistes, la moralité est définie en termes de bénéfices du groupe interne (la famille, les amis, les compagnons de travail), ce qui implique l'entretien d'une solidarité. Les membres de ce groupe sont placés sur un pied d'égalité. Glass et Wood ont analysé le piratage de logiciels comme un échange impliquant une évaluation de ce qui est reçu comparativement à ce qui est donné (théorie de l'équité). Ce type de calcul semble logiquement prévaloir dans une culture individualiste. La culture collectiviste, quant à elle, met davantage l'emphase sur le partage désintéressé au sein du groupe interne, et le logiciel n'échappe pas à la règle.

Hypothèse 4 : Plus la société est individualiste, moins il y a de piratage.

Hypothèse 5 : Le degré de masculinité d'une culture est corrélé positivement avec le taux de piratage.

Selon Hofstede (1997), le concept d'aversion à l'incertitude indique jusqu'à quel point les membres d'une culture se sentent menacés par l'incertitude ou des situations inconnues. Cela reflète une certaine intolérance à l'ambiguïté dans une culture donnée et réduit la propension des gens d'affaires à percevoir des problèmes éthiques.

Hypothèse 6 : Le taux de piratage augmente avec le niveau d'aversion à l'incertitude (uncertainty avoidance).

Il est clair que certaines variables sont corrélées entre elles. Par exemple, les pays les plus riches ont tendance à privilégier l'individualisme et à faire preuve d'un faible degré de soumission au pouvoir. Ces pays auront plus tendance à s'insurger contre les inégalités. Les données semblent corroborer les hypothèses 1 (richesse économique), 2 (inégalité de revenu) et 4 (individualisme-collectivisme). Les hypothèses restantes ne peuvent être acceptées.

Cependant, comme le précisent Wines et Napier (1992), la relation entre les valeurs morales et les pratiques culturelles dominantes est probablement tempérée par l'environnement externe (ressources, climat, densité de population) ainsi que par les variables démographiques (âge). En

effet, Sun, Cheng et Teegen (1996) ont découvert que les étudiants plus âgés étaient plus enclins à recourir au piratage de logiciels que les plus jeunes.

De tels résultats peuvent être utilisés pour élaborer des solutions possibles au problème. La relation entre l'individualisme et le piratage de logiciels associée aux caractéristiques des nations collectivistes suggère que les campagnes effectuées pour contrer le piratage devraient démontrer que le piratage est une pratique honteuse qui fait perdre la face devant la communauté à laquelle on appartient. Il s'agit d'inciter le groupe tout entier, plutôt que l'individu, à se conformer aux normes légales. L'industrie du logiciel doit également convaincre les pays « collectivistes » que l'application d'une réglementation stricte en matière de piratage de logiciels contribuera à l'élévation du bien-être général de la société. Cela suggère que les politiques de prévention et de contrôle du piratage soient sensibles aux nuances culturelles reliées à l'individualisme et au collectivisme.

Un certain nombre de personnes ne perçoivent pas le piratage de logiciels comme un problème éthique. Cette perception est particulièrement répandue au sein de la communauté étudiante. Ainsi, dans une étude réunissant 309 étudiants de collège, Cohen et Cornwell (1989) découvrent que le piratage est considéré comme un comportement acceptable et normatif. Quant à Solomon et O'Brien (1990), qui ont étudié un échantillon de 266 étudiants, ils ont trouvé que 71% d'entre eux reconnaissent avoir permis à d'autres personnes d'effectuer des copies de logiciels protégés et que ces étudiants considéraient cela comme un comportement socialement et éthiquement acceptable.

Si une personne, propriétaire légal d'un logiciel, permet à une autre d'en faire une copie illégale, alors on peut parler d'échange entre les deux parties. Dans ce contexte, les facteurs influençant le donateur et ses motivations seraient mieux expliqués en adoptant la perspective de la théorie de l'échange social plutôt que celle de la prise de décision éthique. Les perceptions d'équité de l'échange devraient jouer un rôle important dans cette décision. L'application de la théorie de l'échange social, en particulier de la théorie de l'équité, est l'approche privilégiée par les auteurs Glass et Wood dans leur article *Situational determinants of software piracy : An equity theory perspective*<sup>14</sup>, pour examiner l'influence des facteurs situationnels sur les intentions des étudiants

qui permettent aux autres d'effectuer des copies illégales de logiciels et qui par là même s'engagent dans la piraterie.

La théorie de l'équité décrit la recherche individuelle de justice et d'équité dans les échanges sociaux. Les individus déterminent l'équité de leurs relations ou échanges avec les autres en évaluant le ratio obtenu en divisant ce qu'ils reçoivent de l'échange et ce qu'ils apportent à l'échange. Une relation équitable existe quand l'individu perçoit que les participants à l'échange reçoivent des parts relatives équivalentes, c'est-à-dire qu'ils reçoivent un juste retour par rapport aux efforts ou ressources investis.

Si on se réfère à cette théorie, le phénomène étudié s'apparente à un échange réciproque. Un avantage d'une telle approche est qu'elle suppose que la décision individuelle de participer au piratage de logiciels est basée sur le désir de l'individu de maximiser ce qu'il retire de son comportement et non sur le contenu éthique de ce comportement.

Les propositions suivantes suggèrent comment certains facteurs situationnels ont un effet sur les perceptions d'équité chez les individus ayant l'intention de fournir à une autre personne un logiciel légalement acquis dans le but de le copier illégalement.

Proposition 1: L'intention de s'engager dans un tel comportement sera corrélée négativement avec le prix du logiciel.

En effet, du point de vue du prêteur, plus le prix du logiciel est élevé, plus l'échange est perçu comme défavorable.

Proposition 2 : Cette intention sera corrélée positivement avec les conséquences sociales favorables perçues.

Kabanoff (1991) a remarqué que les aspects sociaux constituaient un déterminant important dans l'évaluation de l'équité d'un échange.

Proposition 3 : Cette intention sera reliée positivement à la perception d'une dette antérieure vis-à-vis de la deuxième personne.

Le prêt du logiciel permettrait à l'individu de réduire la tension relative à la dette en suspens et par là même de rétablir l'équité de l'échange.

Proposition 4 : Cette intention sera corrélée positivement à la promesse de redevance effectuée par la deuxième personne.

Proposition 5 : Cette intention sera corrélée positivement aux difficultés financières perçues de la deuxième personne.

Le bénéfice retiré de l'échange par le prêteur serait ici de nature psychologique; en effet il percevrait l'allègement du fardeau financier de la deuxième personne comme un acte altruiste.

Proposition 6 : Cette intention sera corrélée négativement avec les conséquences négatives perçues directement reliées à l'échange, comme le fait d'être pris en flagrant délit.

Les résultats de l'étude corroborent les prédictions basées sur la théorie de l'équité (sur les intentions de l'individu), étant donné des facteurs situationnels spécifiques. Le fait que la décision de l'individu de s'engager dans le piratage soit influencée par son évaluation du ratio décrit précédemment suggère des implications directes pour l'implémentation de stratégies de prévention. Ainsi, au lieu de juger l'acte de piratage lui-même, il s'agit de considérer ce que les individus investissent et retirent en termes de bénéfices. Les étudiants sont d'autant plus réticents à prêter un logiciel lorsque son prix est élevé. L'auteur suggère donc de faire payer aux étudiants un prix significatif pour leurs logiciels (par exemple en les associant à des livres de travail) tout en les avisant que leur piratage conduirait à une hausse des coûts des logiciels légalement achetés. Il convient de noter que cette recommandation est contraire à celle habituellement émise qui préconise de réduire au minimum le prix des logiciels vendus aux étudiants. Cependant, afin de contrer les effets pervers potentiels, cette hausse du prix (« input » de l'équation d'équité) devrait être assortie de conséquences négatives sur les « outcomes » de l'équation.

Quant aux organisations, elles devraient spécifier à leurs membres les clauses suivantes :

- (i) Le piratage de logiciels est une activité illégale intolérable,
- (ii) Ceux qui s'adonnent au piratage seront découverts
- (iii) Ils seront alors punis avec toute la sévérité requise

Une telle politique met l'emphase sur les conséquences négatives de l'échange et par là même contribue à diminuer le ratio (outcome/input) à la fois pour le fournisseur et le destinataire du logiciel. Les organisations devraient également faire en sorte que leurs membres perçoivent les logiciels comme l'allocation d'une ressource financière importante.

### **Piratage vu selon le modèle de diffusion**

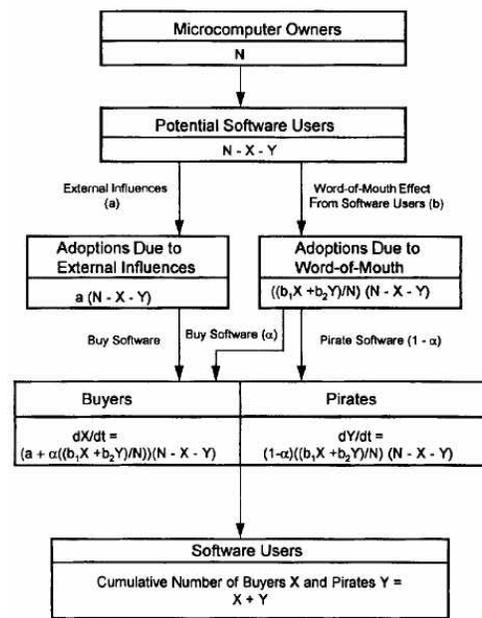
Dans l'article *Software Piracy: Estimation of Lost Sales and the Impact on Software Diffusion*<sup>15</sup>, les auteurs affirment que le piratage est une forme efficace de promotion qui permet aux firmes d'augmenter leur base d'utilisateurs car, en allant d'un consommateur à l'autre, le produit finit par parvenir aux mains du consommateur qui sera prêt à déboursier pour se le procurer. On nous rappelle aussi que si l'on considère le modèle de la diffusion des innovations (innovation diffusion models), on doit considérer l'effet du bouche à oreille entre les utilisateurs et les utilisateurs potentiels comme un moyen efficace d'augmenter une fois la base d'utilisateurs. On va jusqu'à dire que le piratage des logiciels informatiques joue un rôle très important dans la probabilité de convertir un utilisateur potentiel en utilisateur et ce tout au cours du cycle de vie du produit. Les auteurs s'étaient donné comme but de proposer un modèle de diffusion qui permettrait de prendre en considération l'influence du piratage. L'approche permet donc d'estimer les pertes en relation avec le piratage et d'évaluer l'influence du piratage sur la création de nouveaux clients. La recherche a été effectuée en utilisant deux types de logiciels, un logiciel de traitement de texte et un logiciel de type tableur.

On sait que le modèle de diffusion vise à décrire le développement de la courbe du cycle de vie d'un produit et à tracer, ainsi qu'à prédire, les premières ventes dues à l'innovation (Bass 1969; Mahajan, Muller, and Bass 1990). L'idée sous-jacente est de se fier au comportement rationnel

des consommateurs selon lequel un groupe d'innovateurs adopteront en premier le produit pour ensuite, via le bouche à oreille, influencer les autres consommateurs. Le piratage amène, en plus du canal usuel de distribution, un second canal. On considérera le bassin d'utilisateurs comme la somme des acheteurs et des pirates. Il devient donc important de comprendre le fonctionnement de la diffusion au niveau du piratage avant de pouvoir juger de son impact réel sur les ventes de logiciels. Les auteurs postulent qu'il existe deux mécanismes pouvant amener le consommateur potentiel au stade de consommateur, soit, une influence externe (publicité et promotion) et une influence interne due aux interactions avec les utilisateurs (par le bouche à oreille).

Par la suite, on affirme qu'il y a probablement une différence au niveau de l'influence du bouche à oreille entre un acheteur et un pirate. En effet, on indique qu'il est probablement plus facile de pirater un logiciel provenant d'un pirate. Aussi, l'acheteur du logiciel est probablement plus crédible quand il parle du logiciel que ne le serait un pirate. Enfin, un acheteur devrait mettre plus d'effort dans l'apprentissage du logiciel qu'un pirate. De ce fait il devrait être en mesure d'avoir une plus grande influence sur les acheteurs potentiels. D'un autre côté, l'intensité du bouche à oreille devrait varier entre un acheteur et un pirate. Le pirate aura probablement de la réticence à parler d'un logiciel dont il n'a pas l'original. Toujours selon les auteurs, il n'y aurait pas de raison a priori que les pirates aient une influence différente de l'acheteur.

**FIGURE 1**  
**Buyers and Pirates in the Diffusion Process of Microcomputer Software**



Les résultats de cette étude démontrent que les pirates ont un impact significatif sur l'adoption chez les consommateurs potentiels. Le piratage aurait contribué à expliquer 80% des ventes de logiciels. On va jusqu'à dire que pour certains logiciels il serait plus dommageable d'essayer de contrer le piratage que de laisser libre cours à ce comportement.

## **Entrevue avec Mario Cantin**

Dans le but de bonifier notre exploration, nous avons décidé d'approcher une personne qui serait en mesure de nous offrir une vision moins théorique que celle qui nous est généralement offerte par les statistiques et les travaux de recherche. C'est dans cette optique que nous avons contacté Mario Cantin afin qu'il partage avec nous sa vision du bouleversement que crée l'arrivée d'Internet et plus spécifiquement de son impact sur le comportement du consommateur au niveau du piratage. L'entrevue a eu lieu à son domicile de Québec en novembre 2000. L'entrevue a été réalisée autour de six thèmes.

1. Le comportement du cyberconsommateur
2. De la société traditionnelle à la société virtuelle.
3. Du physique au virtuel
4. Le rôle de l'éducation
5. Le rôle des gouvernements
6. De nouveaux modèles d'affaires

### **Profil de Mario Cantin**

Mario Cantin est actuellement vice-président des opérations chez ZoneWeb Communications de Montréal. Il a été, au cours des années, un acteur important du développement d'Internet au Québec. À ce titre, il a été le premier à offrir un service de serveur Internet dans la région de Québec et le second au Québec. Il a aussi travaillé pour le RISQ (Réseau d'information scientifique du Québec), le CRIQ (Centre de recherche industriel du Québec) et CRIM (Centre de Recherche Informatique de Montréal). Enfin, ses 17 années d'expérience à la Société Radio-Canada lui ont permis d'obtenir de solides connaissances des médias qui se traduisent aujourd'hui par un intérêt grandissant pour les questions de la diffusion des contenus sur les réseaux informatiques.

## **Le comportement du cyberconsommateur**

Le premier thème abordé visait à connaître la perception de Mario Cantin au sujet de la différence probable entre le consommateur traditionnel et le cyberconsommateur. Dans un premier temps, nous avons abordé l'impact du réseau Internet sur le comportement du consommateur. Sur cet aspect, il nous indique que le consommateur, tout comme dans le monde réel, sera influencé par les mêmes caractéristiques qui jouent un rôle important dans les habitudes traditionnelles de consommation. À ce titre, il nous rappelle l'importance des facteurs comme la tranche d'âge, la situation économique, la possession de carte de crédit, les habitudes de consommation sur l'Internet. Tous ces aspects participent à expliquer une variation de comportement. Il n'en reste pas moins que l'impact est tel que la culture nord-américaine et occidentale est belle et bien bouleversée par les changements rapides qui touchent le secteur de la consommation. Par la suite, nous avons abordé brièvement sa vision de la "cyberculture" et des différences qui s'y rattachent. Même s'il n'a pas de définition arrêtée de la cyberculture, il nous indique qu'à son avis, cette culture correspond tout simplement à la culture des réseaux, de la cybernétique et de la technologie. Pour lui, les différences qui la caractérisent ne seraient peut-être pas aussi grandes qu'on peut le penser. Comme il nous l'indique:

*Vous savez, la culture cybernétique ne se différencie par forcément de la culture traditionnelle car, finalement, l'Internet n'est ni plus ni moins une réflexion de l'homme. L'Internet a été créé par l'homme pour l'homme. On y retrouve les côtés obscurs, comme la pornographie ou la pédophilie, et les bons côtés de l'homme. C'est une sorte de reflet de l'humanité. Je pense aussi que l'Internet est plus démocratique, parce que la notion d'égalitarisme est omniprésente; cette démocratisation se retrouve, par exemple, au niveau de la diffusion de l'Internet, au niveau de la prise de possession sur l'Internet. Vous pouvez vous appeler Bill Gate comme n'importe qui d'autre, vous serez dans un univers égalitaire aussi bien au niveau de l'argent qu'au niveau du statut. Donc, suivant où on se place, la culture sera meilleure ou pire.*

Nous avons aussi abordé la question de la probabilité d'assister à la création d'une double culture, c'est-à-dire de voir la cyberculture et la culture traditionnelle diverger sur certains aspects tels que les idéologies, les croyances et les comportements adoptés. À ce propos, il nous a indiqué ce qui suit : "*Vous savez, nous avons tous des comportements différents suivant les situations : l'individu a plusieurs personnalités. Sur l'Internet, on retrouve également des gens avec des*

*doubles, voire des triples personnalités. Ce n'est pas typique d'Internet: c'est typique de l'homme."* Il nous indique aussi que même si finalement la plupart des caractéristiques sont similaires entre la culture traditionnelle et la cyberculture, il n'en demeure pas moins que l'on assiste à des changements majeurs. Il nous rappelle l'impact de l'arrivée d'Amazon sur les ventes de CD, DVD et livres et sur la façon de magasiner une voiture. Il croit aussi que l'intégration d'Internet à la vie quotidienne des consommateurs modifie, de par sa culture différente, déjà de façon importante la façon dont le consommateur se comporte. Cet outil puissant d'information et son utilisation toujours plus importante devrait, au bout du compte, créer une fusion de la culture traditionnelle et effacer les barrières actuellement présentes aux yeux de certains.

### **De la société traditionnelle à la société virtuelle.**

Ce deuxième thème visait à comprendre l'impact de la création des communautés virtuelles sur la consommation et le piratage. Un des premiers constats est le temps important que l'Internet accapare chez les utilisateurs. En le qualifiant de chronophage, Monsieur Cantin insiste sur le fait que beaucoup de ce temps passé devant Internet est orienté vers la communication. En moyenne, il y a cinq fois plus de courrier écrit sur le Net qu'il n'y en a sur les autres outils de communication. On assiste aussi à la création de communautés virtuelles pour tout ce qui concerne le chat, les groupes de discussion. On communique davantage, les échanges sont plus nombreux. En ce sens, il est certain qu'une augmentation importante des communications risque d'influencer le comportement du consommateur.

Par la suite, nous nous sommes intéressés à l'aspect des communautés virtuelles. Nous avons rappelé qu'à l'origine, le réseau Internet visait à faciliter l'échange et le partage des connaissances et du savoir et que cette même philosophie se traduisait aujourd'hui par des communautés comme Napster qui sont essentiellement basées sur l'échange et la gratuité. Monsieur Cantin affirme que finalement, la gratuité est le nerf de la guerre. Naturellement, les gens sont attirés par cette gratuité au premier abord. Mario Cantin insiste sur le fait que c'est finalement "*la nature humaine qui est comme ça; pas de police, pas de risque perçu, peu de loi... C'est comme le code de la route même si l'on sait que la limitation de vitesse est de 110 km/h certains individus vont rouler à 119 km/h parce qu'ils savent que c'est toléré jusqu'à 120... Certains respecteront, d'autres*

*non.* "Il ajoute aussi que lorsqu'il incite ses amis à visiter ces communautés, ceux-ci passent généralement leur première nuit à télécharger des contenus musicaux. Il insiste aussi sur le fait que ces communautés profitent, pour l'instant, de la différence importante entre le prix que les personnes sont prêtes à payer et le prix actuellement demandé pour les œuvres musicales. "...certains sont prêts à payer les MP3 par exemple mais dans certaines conditions: non plus au prix des maisons de disque, mais à un prix sans les royalties, sans leurs bénéfices..."

Par la suite, nous avons amené l'aspect de l'impact de cette nouvelle culture de gratuité selon la culture d'origine. On a rappelé que le phénomène du piratage est très présent dans certaines cultures. À titre d'exemple, en Chine, où la culture prône le collectivisme, 90% des logiciels et probablement la même proportion des CD Audio, sont des copies illégales. On peut donc croire que dans un tel contexte, l'arrivée de la cyberculture et de sa philosophie de gratuité, ne devraient pas influencer grandement le comportement des consommateurs. Nous avons demandé à Mario Cantin de nous faire part de sa vision de l'impact de ce changement culturel pour des pays comme le Canada et les Etats-Unis, qui prônent tous deux un respect de la propriété intellectuelle et affichent un taux de piratage de 40%. À la question "Doit-on s'attendre à une augmentation significative du piratage dans un contexte cybernétique?" Il nous a répondu.

*Je ne pense pas qu'il y aura une augmentation majeure de la piraterie en fonction de l'évolution de l'Internet. La piraterie n'est pas un phénomène nouveau pour les individus; on a toujours plus ou moins piraté. Il faut toutefois distinguer le marché des professionnels de celui des résidentiels. Les entreprises ne piratent pas en général, c'est plutôt l'œuvre des résidentiels. Je pense plutôt que l'évolution se fera avec ces derniers... Comment les écarter de la piraterie ? Peut-être en leur donnant accès gratuitement aux logiciels et en leur faisant payer uniquement ce qu'ils utilisent. Par exemple, une solution serait une version de Word gratuite à laquelle tu paies pour chaque utilisation d'une fonction java ou autre. Il y a aussi une barrière psychologique pour l'individu ; pour moi la barrière psychologique pour me procurer un CD d'un chanteur, comme Daniel Boucher par exemple, est de 5 dollars. En deçà de ce prix, je préfère l'acheter pour avoir le CD original et la pochette.*

## **Du physique au virtuel**

Au niveau de cet aspect nous avons fait valoir que dans le cyberspace, on fait face à la dématérialisation de plusieurs biens. À titre d'exemple, le cyberspace permet de distribuer des pièces musicales ou encore des logiciels sans avoir recours à des supports physiques. Nous avons donc cherché à comprendre comment Monsieur Cantin voyait évoluer le comportement du consommateur dans le contexte de cette nouvelle réalité. De plus, nous avons rappelé que le passage du physique au virtuel amène de nouveaux défis aux entreprises, comme celui de justifier le prix de leurs produits. Nous avons aussi abordé la question de la conception de la valeur dans un monde dématérialisé. Afin de pallier le manque de support matériel, il insiste sur le fait qu'il devient important de mettre l'emphase sur des considérations de qualité et de valeur ajoutée. Puisque les consommateurs ne seront plus prêts à payer 20\$ pour un CD, on doit offrir un produit qui coûtera 5\$ via le net et qui s'apparentera davantage à un service. C'est aux entreprises de savoir développer de nouveaux services qui seront en complémentarité avec le produit devenu intangible. À titre d'exemple, *"les entreprises peuvent, au moyen de l'Internet, inventer ou développer de nouveaux services comme des chats privés de fans, des interviews privées avec les artistes via le net. Des services annexes que le CD n'offre pas..."*

## **Le rôle de l'éducation**

Le thème de l'éducation nous paraissait très important dans ce contexte où les enfants figurent parmi ceux qui, non seulement utilisent, mais contrôlent l'accès à ces nouvelles technologies. Aux yeux de Mario Cantin, la présence des parents devrait être la même en toute circonstance, tant concernant le Net que la vie courante. *"Je prône le dialogue entre les enfants et les parents au travers de la discussion. Je dirais à mon enfant: voici le net, le comportement à suivre est le même que dans la vie de tous les jours..."*. Il ajoute que *"C'est vrai que les parents ne sont pas toujours aussi bien formés que leurs enfants à l'Internet: c'est leur faute! Cette faiblesse les pousse à se tourner vers le judiciaire, la police, les gouvernements ; ils vont tenter de trouver des béquilles pour pallier leur manque de connaissance... c'est malheureux mais c'est mon point de vue"*.

Nous avons aussi abordé l'impact de la gratuité sur le comportement des jeunes en tant que consommateur. Mario Cantin nous indique qu'" *Ils réalisent dans le fond que c'est du « vol » mais, ils sont incités par l'appât du gain, de la rapidité de possession. Au fond d'eux, ils savent que c'est mal. D'après moi, la gratuité ne restera pas ancrée ; elle est plus utilisée actuellement par les jeunes comme une vengeance sur la société. C'est psychologique. Il ajoute: "Certes, la perception est difficile entre ce qui est bon et ce qui est mauvais à ce niveau-là. Leur comportement est aussi expliqué par la recherche de la solution la plus avantageuse pour eux, faire des économies d'argent par exemple : c'est aussi un impératif économique. Quand il deviendra adulte, ce comportement disparaîtra, d'après moi, car cet état d'esprit aura évolué."*

Par la suite nous avons abordé la perception qu'a généralement le consommateur de l'acte de piratage. Comme nous l'avons mentionné plus tôt, plusieurs études tendent à démontrer que les consommateurs ne considèrent pas le fait de pirater des logiciels ou de se procurer illégalement des documents audio comme étant des crimes sérieux. À ce constant Mario Cantin répond:

*"C'est très simple, si je m'approprie des biens abstraits, par exemple si je copie un logiciel, je n'enlève rien à la somme des biens créés par l'entreprise. Dans le cas de biens physiques, c'est différent : si tu voles cette barre de chocolat au tabagiste alors il lui manquera le produit. C'est une perte visible directement. D'ailleurs, les entreprises qui fabriquent des logiciels compensent ce manque à gagner par une indexation du prix. Il serait intéressant d'avoir plus de détails sur la justification des prix des biens. La majorité des gens ne veulent pas de la gratuité : ils sont prêts à payer en fonction de la valeur perçue qu'ils ont du produit."*

### **Le rôle des gouvernements**

Le rôle du gouvernement est aussi un aspect que nous souhaitons aborder. On critique souvent son inaction dans d'autres domaines que ceux des réseaux informatiques. Par contre, dans ce cas précis, on assiste plutôt à son impuissance. Nous avons posé la question suivante: "Comment voyez-vous le rôle des gouvernements dans un contexte cybernétique, principalement en ce qui a trait à la difficulté d'encadrer les cyberconsommateurs et de contrôler le fonctionnement des communautés virtuelles?". À cette question Mario Cantin affirme:

*Les gens aimeraient que le gouvernement ne fasse rien. Le CRCT a déclaré en automne 1999 qu'il ne légifèrera pas sur les contenus présents sur l'Internet parce que ce n'est pas un media « noble ». Cette décision a été admise avec joie par beaucoup de monde.*

*Toutefois, je ne pense pas que le gouvernement doit abdiquer car il peut s'en passer alors que ce sont les grosses entreprises qui jouent aux shérifs planétaires. L'intérêt du gouvernement pour l'Internet est tout autre que celui des utilisateurs en général. L'intérêt du gouvernement n'est pas dans les droits d'auteur ou la protection de la vie privée mais, davantage au niveau des taxes de ventes qu'il est en train de perdre. Quoiqu'il en soit, il faut établir des lois adaptées au net. Quand j'étais au CRIM, j'ai vu passer des quantités de lois et projets bidons pour tenter de légiférer sur le net. Heureusement, ils ont été souvent rejetés. Des lois qui ne sont pas adaptées, c'est pire que pas de loi du tout...*

*Il existe malgré tout d'autres parades que les lois pour parer la piraterie. Ce sont les parades technologiques comme les trames identificatrices, les clés de logiciel ou les copyrights. Ce sont les entreprises qui agissent alors. Toutefois, la réponse technologique doit être très rapide face à la piraterie.*

Nous avons ensuite abordé le rôle du gouvernement sur l'aspect du bien-être collectif. Les entreprises et les lobbies affirment que si tous les utilisateurs de logiciels ou de pièces musicales achetaient les droits, ils créeraient ainsi plus d'emplois, généreraient des revenus supplémentaires pour les gouvernements et enfin, favoriseraient l'innovation. Nous avons donc questionné Mario Cantin sur les raisons qui expliqueraient que les gouvernements ne mettent pas plus de ressources pour le respect de la propriété intellectuelle et des droits d'auteurs. Il nous a indiqué que d'un côté c'est malheureux pour la société, mais d'un autre côté c'est avantageux pour l'individu puisqu'il économise de l'argent. Il nous rappelle que l'important dans tout ce débat est de définir un juste prix étant donné la nouvelle réalité. Lorsque l'on a abordé la question des idéologies dans le domaine du piratage, il a indiqué que les deux idéologies pouvaient être vraies. D'un côté, certains pensent que le fait de pouvoir pirater des logiciels permet aux personnes qui n'en n'auraient pas les moyens d'avoir accès à la technologie. D'un autre côté, on affirme que le fait de pouvoir facilement pirater des logiciels risque de mener à une anarchie complète au niveau des valeurs sociales. À titre d'exemple il cite le cas d'un neveu. " *Mon neveu par exemple a pu grâce à ça se faire toute une collection de jeux informatiques en les piratant. C'est même devenu un comportement compulsif puisqu'il lui arrive souvent de ne plus savoir ce qu'il a dans sa collection personnelle. C'est comme une manie de vouloir tout avoir... On pourrait parler de pirate compulsif ! L'être humain est comme ça.*"

## De nouveaux modèles d'affaires

Face à ces modifications majeures au niveau du comportement du consommateur, il devient important de créer de nouveaux modèles d'affaires. Découlant directement de la philosophie initiale du réseau Internet, plusieurs mouvements prônent la gratuité des logiciels et des pièces musicales pour faire contrepoids aux entreprises de logiciels ou aux maisons de production. À titre d'exemple, le système d'exploitation informatique Linux est libre de droits et est offert gratuitement. Aussi, des artistes décident de distribuer gratuitement leurs œuvres au format MP3 sur Internet. Nous avons demandé à Mario Cantin s'il croyait au succès de telles stratégies de mise en marché auprès des cyberconsommateurs et quelles stratégies devraient adopter les entreprises face à cette nouvelle tendance.

Mario Cantin nous confirme qu'il y a un marché très lucratif autour de la gratuité. Il a même réfléchi à un modèle qui pourrait servir tant la cause des artistes que celle des consommateurs:

*"...je réfléchis depuis un bon moment: le mécénat. Pourquoi ne pas payer les musiciens pour leurs concerts ou leurs droits d'auteur. Pourquoi ne pas revenir à une forme de mécénat comme on avait autrefois. Si U2 visait pour son prochain album un objectif de 1million \$, alors les entreprises intéressées par le mécénat pourraient financer U2 et disposer ainsi de leur album à leur guise. Une fois l'objectif de U2 atteint, l'œuvre deviendrait une œuvre publique ou une « open source » qui pourrait être mise gratuitement sur le Web. Les intermédiaires seraient ainsi évités.*

Il insiste aussi sur le fait que grâce à l'Internet il est possible d'éliminer les intermédiaires. *"Imaginons que U2 touche 1\$ par CD vendu... Si U2 décidait de commercialiser son album en digital sur le net au prix de 4\$ (en s'occupant, bien sûr, des frais de numérisation et des frais techniques), le groupe engendrerait 4 fois plus de bénéfices... Les droits d'auteur seraient collectés par le groupe, les frais de distribution seraient à leur charge. On outrepassé ainsi tous les intermédiaires et l'auteur a accès directement au consommateur"*

Il nous rappelle que ce n'est pas la première fois qu'une industrie doit faire face à un changement radical qui remet en question son modèle d'affaires.

*"En 1978, une guerre commerciale opposait Universal à Sony à cause du Bétamax. On pensait que la vidéo allait tuer le cinéma. Finalement, le cinéma a su s'adapter et l'industrie du cinéma a su profiter des développements des vidéos. Des branches très lucratives du cinéma se sont développées : les clubs vidéos. Les budgets des films ont augmenté car on savait qu'en bout de ligne on pourrait générer plus de revenus. La recherche de modèles d'affaires financiers intéressants a su dynamiser le cinéma alors qu'on le croyait perdu. C'est la même chose qui se passe avec la musique. Time Warner et BMI ont trouvé une solution avec un méga site musical où l'on peut accéder moyennant un abonnement mensuel de 5\$. De même, dernièrement, Universal et MP3.com ont signé une entente pour vendre ensemble leurs produits sur le Net.*

### **Synthèse de l'entrevue**

En guise de conclusion, nous avons abordé de façon brève plusieurs aspects traités dans l'entrevue. Mario Cantin conclura en nous faisant part que, selon lui, le mécénat et les produits « open sources » vont permettre d'offrir des prix plus bas aux consommateurs ainsi que de répondre davantage aux besoins et désirs de ces derniers. Le consommateur risque, dans ce contexte, de consommer davantage. Aussi, la révolution Internet, en plus de changer les modèles économiques, aura un impact majeur sur tout ce qui touche à l'aspect média et support physique des produits. On risque de plus en plus de se tourner vers des modèles d'affaires orientés vers les services. Aussi, il est à parier que graduellement l'évolution des modèles d'affaires conduira à la suppression des supports physiques; c'est la tendance, comme le vinyle a disparu à cause du CD et comme le CD sera remplacé par le MP3. Le support physique est amené à disparaître. Au niveau des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle on doit s'attendre à des modifications majeures.

## **Analyse et réflexion**

Comme nous l'avons constaté dans le présent travail, le piratage, qu'il soit étudié au niveau des logiciels ou, encore, au niveau des documents audio au format MP3, représente un phénomène en pleine croissance. Il est dommage de constater que très peu de données soient disponibles au niveau de l'impact de la démocratisation récente d'Internet sur le comportement des consommateurs. Tout, pour l'instant, semble indiquer que le piratage est en voie de devenir un comportement accepté et normalisé. Comme nous l'avons vu, plusieurs facteurs semblent expliquer la diversité de comportement tant au niveau de l'individu que de la société. Plusieurs visions et idéologies sont présentées dans les articles scientifiques à savoir par exemple : si l'acte de piratage est bien ou mal, s'il est stratégiquement rentable ou pas. Lors de nos recherches nous nous sommes rapidement rendus compte de l'absence de littérature scientifique sur le comportement du consommateur en terme de piratage. Qui plus est, si l'on s'intéresse plus particulièrement à l'aspect du piratage dans le contexte des réseaux, nous faisons face à un domaine quasiment vierge. Quelques articles scientifiques se sont penchés sur la question du piratage mais se sont concentrés sur des cas plus spécifiques tels le piratage en milieu universitaire et le "softlifting"<sup>16</sup> chez les individus travaillant dans le domaine des systèmes d'information. Nous ne sommes pas parvenus à trouver d'analyse sur le profil et sur les habitudes de consommation des pirates. Il est évident qu'il y a un manque de théorie et de recherche empirique sur le sujet. Dans ce contexte nous vous présenterons dans les lignes suivantes une analyse et une réflexion sur certains aspects que nous trouvons particulièrement pertinents et qui, dans certains cas, pourraient faire l'objet d'études supplémentaires. Au cours de la réalisation de ce travail, nous avons constaté rapidement que nous nous aventurons sur un terrain encore inexploré. En ce sens, nous avons rapidement perdu notre idéal de trouver la vérité sur le comportement du consommateur en terme de piratage et avons réorienté notre travail dans une optique plus exploratoire que descriptive.

### **Un sujet difficile d'approche**

Un constat que nous avons fait en réalisant la recherche d'information sur le sujet du piratage est l'importance de la résistance des gens à aborder le sujet. On pourrait comparer la réticence

rencontrée à celle qui caractérise des sujets touchant les comportements sexuels ou la consommation de substances illicites telles les drogues. Le piratage semble faire partie de la famille des sujets dits tabous. Ce constat découle du refus systématique des entreprises de logiciels de nous accorder une entrevue. Nous avons rencontré un phénomène similaire au niveau des professeurs de droit, de sociologie ainsi que d'informatique. Il est difficile de porter un jugement éclairé sur les raisons expliquant ces refus systématiques. Est-ce par manque de temps, par crainte de se prononcer ou encore par manque de réflexion sur le sujet. Une chose est certaine, une réticence importante semble être présente lorsqu'il s'agit de traiter du piratage informatique.

### **Un phénomène d'envergure**

Il est probablement inutile de rappeler l'ampleur du phénomène. Nous en avons déjà fait une présentation détaillée au préalable. Par contre, en considérant le phénomène dans l'optique du comportement du consommateur, il devient intéressant de se questionner sur l'impact à plus long terme d'un tel comportement. Nous voyons dans cette nouvelle réalité une modification majeure au niveau du rapport de force entreprise <-> consommateur. Cette fois, ce ne sont pas les entreprises qui auront tenté d'influencer le consommateur en vue de l'adoption d'un nouveau comportement d'achat mais bien le consommateur qui redéfinit les règles du jeu grâce à un outil. On peut donc dire que la puissance échappe au contrôle des plus grands de l'industrie de la musique et du logiciel. La facilité avec laquelle il est possible d'échanger tout contenu au format digital combinée avec l'adoption grandissante de ce même format dans diverses industries risque non seulement de permettre au consommateur de reproduire l'acte du piratage à ces nouveaux produits mais qui plus est, étant donné l'augmentation grandissante du nombre d'internautes, d'augmenter dramatiquement le "marché potentiel du piratage".

### **Le titre de pirate se démocratise**

L'arrivée des réseaux informatiques bouleverse plusieurs secteurs. Le piratage n'y échappera pas. Avant l'introduction d'Internet, afin d'être en mesure de pirater, le consommateur devait avoir un réseau de personnes au sein duquel des personnes pouvaient avoir accès aux contenus. Le temps de recherche nécessaire était de beaucoup supérieur et pouvait finalement amener le

consommateur à acheter le produit en question. Par contre, la nouvelle réalité des réseaux simplifie grandement la diffusion des produits « piratables ». En fait, la démocratisation que subit l'acte du piratage avec l'apparition d'outils très puissants permet à quiconque de pirater sans avoir les connaissances ni les contacts nécessaires. Ce constat risque d'avoir un impact majeur sur la proportion de personnes ayant ce comportement. Mario Cantin, dans l'entrevue réalisée, nous a indiqué qu'il n'y aura pas de modification majeure sur la proportion de piraterie due à l'introduction d'Internet. Il serait intéressant de commencer dès aujourd'hui à réaliser une étude longitudinale qui permettrait de voir l'évolution des comportements dans le temps et selon l'expérience cumulée des Internauts. L'arrivée de nouveaux outils facilitant le piratage des contenus digitaux serait aussi un aspect à suivre de façon attentive. Cette même étude devrait permettre aussi de connaître l'évolution du profil des pirates.

### **Comprendre la motivation des pirates**

Au delà de l'acte de piratage qui vise à se procurer un bien sans le payer, donc généralement pour des questions monétaires, il serait intéressant d'étudier les autres types de motivations pouvant amener une personne à pirater. Mario Cantin nous faisait part du piratage compulsif, un besoin incontrôlable d'acquérir de façon illégale des logiciels. Existe-t-il un piratage sélectif qui, par exemple, amènerait un consommateur à pirater davantage les produits d'une compagnie? Devant la possibilité de pirater deux produits, qu'est-ce qui expliquerait par exemple qu'un consommateur choisira d'acheter un produit et d'en pirater un autre? Est-ce que le consommateur utilise le piratage comme un acte de protestation contre une industrie? Une quantité phénoménale de questions sont actuellement sans réponse afin de comprendre le phénomène du piratage.

L'acte du piratage est souvent présenté dans la perspective où la personne se procure le bien. Il serait pertinent de s'intéresser aussi au comportement du consommateur lorsqu'il est amené à jouer le rôle de distributeur de produit. Les réseaux informatiques permettent à quiconque de jouer ce rôle. Le succès de Napster est expliqué par ce constat. De ce fait, il serait intéressant de comprendre ce phénomène par exemple du point de vue de la théorie de l'équité surtout dans un contexte où les utilisateurs sont habituellement anonymes. À titre d'exemple, une équipe du Xerox Palo Alto Research Center a réalisé une analyse du trafic généré par les utilisateurs du système de partage de fichiers Gnutella. Les résultats de l'analyse *Free Riding on Gnutella*<sup>17</sup>

tendent à démontrer que près de 70% des usagers ne partagent pas de document et que 50% des documents partagés seraient en fait rendus disponibles par moins de 1% des hôtes.

### **L'acte de piratage perçu différemment selon le bien piraté**

En traitant du piratage au sens large, c'est-à-dire en touchant tant au piratage des documents MP3 qu'au piratage des logiciels, il nous a semblé évident qu'il existe une différence dans la perception de l'importance du geste selon que le piratage est effectué sur des documents audio au format MP3 ou encore sur des logiciels. Comme nous l'avons déjà mentionné, si l'on considère l'acte de piratage de façon générale, on sait que la majorité des gens trouvent moins grave le fait de pirater un logiciel que de voler une barre de chocolat. Il serait intéressant de chercher à savoir s'il existe une différence dans la perception de la gravité de l'acte de piratage selon le type de produit piraté. Les études nous ont démontré l'influence du prix sur l'intérêt d'une personne à permettre à quelqu'un de pirater un logiciel. Maintenant que d'autres produits que les logiciels sont piratables, il faudrait chercher à connaître l'impact du type de produit piraté sur les différents aspects du comportement.

### **L'impact de la dématérialisation des biens sur la valeur perçue**

Un des problèmes auquel tant l'entreprise que le consommateur font face avec cette nouvelle réalité, qui tend à rendre tous les produits sans support physique, est de réajuster les prix de ces produits dans un contexte de dématérialisation. Il serait important de chercher dès maintenant à comprendre l'impact de l'absence de support sur la perception de la valeur des produits. Actuellement, il faut être conscient que les produits offerts sont aux antipodes au niveau de la valeur. D'un côté, on retrouve un produit complètement gratuit (MP3 et logiciels piratés) et, de l'autre, une valeur associée à l'achat de ces mêmes produits sur support physique. Il deviendrait important de chercher à comprendre l'impact de la dématérialisation des produits sur la perception du prix ainsi que de trouver des façons de changer les paradigmes des consommateurs afin de modifier les critères d'évaluation du prix, critères souvent en relation avec les caractéristiques physiques des objets. À notre avis, l'aspect qui risque de compliquer ce changement de paradigme réside dans le fait que la possibilité de pirater les biens sous forme numérique n'est pas appelée à disparaître. De ce fait, il est du ressort des entreprises d'offrir un

produit qui apporte assez de valeur ajoutée pour justifier aux yeux des consommateurs la différence de prix avec l'option du piratage.

### **Éducation et sensibilisation du consommateur**

Un des problèmes qui est souvent cité par la littérature à propos des considérations légales sur le Web est la difficulté des autorités à faire respecter les lois et règlements. Dans le contexte du piratage c'est l'ensemble des lois qui portent sur les droits d'auteur et la propriété intellectuelle qui sont mises en cause. Comme nous l'a expliqué Mario Cantin " *L'intérêt du gouvernement n'est pas dans les droits d'auteur ou la protection de la vie privée mais, davantage au niveau des taxes de ventes qu'il est en train de perdre.*" En ce sens, à qui revient le rôle d'éduquer le consommateur et de s'assurer de sa bonne conduite dans le cyberspace? Il est d'autant plus critique de trouver une réponse à cette question afin d'orienter le comportement du consommateur car, actuellement, comme le mentionne l'article *Legal considerations of Internet use- issues to be adresses*<sup>18</sup>, plusieurs utilisateurs d'Internet soutiennent que l'Internet a sa propre dimension et que par le fait même les règles traditionnelles ne s'appliquent pas dans le cyberspace. Si la majorité des utilisateurs adoptent une telle attitude il ne serait pas difficile de tomber dans une anarchie la plus complète comme le laissent sous-entendre certains chercheurs. Un autre constat qui semble faire l'unanimité est la mauvaise compréhension des licences d'utilisation pour les logiciels et des droits rattachés à la reproduction des œuvres musicales au niveau des consommateurs. Comment demander à un consommateur de respecter des règlements qu'il ne comprend pas?

À notre avis il est d'autant plus important d'opter pour une façon de faire qui vise l'éducation du consommateur. Cette alternative est à long terme beaucoup plus durable et moins coûteuse que des recours en justice, ou l'investissement de sommes considérables dans le développement de méthodes de protection qui de toute façon seront contournées à court ou moyen terme. Le dernier exemple de l'échec de la mise en place de telles mesures est la diffusion sur le réseau Internet du code source de l'algorithme servant à prévenir la copie des DVD<sup>19</sup>.

### **Refonte des modèles d'affaires**

Nous terminerons notre réflexion et notre analyse de la situation en préconisant une refonte majeure des modèles d'affaires en vue de combattre le phénomène du piratage. De toute évidence

les modèles actuels d'affaires ne correspondent plus aux attentes des consommateurs étant donné les possibilités offertes par les différentes technologies issues des réseaux. Qui plus est, il devient illusoire de revenir à la situation qui précédait dans le domaine de la consommation des logiciels et des pièces musicales. Contrairement à la situation qui prévalait il y a quelques années, le consommateur a maintenant beaucoup de pouvoir entre ses mains. L'information voyageant toujours plus rapidement, il devient primordial pour les entreprises de laisser tomber leur attitude réactive et d'opter davantage pour une approche proactive et de profiter des nouvelles possibilités qu'offrent les technologies émergentes pour surprendre le consommateur en incorporant une valeur ajoutée aux produits actuels. Comme nous l'a rappelé Mario Cantin, le consommateur est prêt à payer pour se procurer des logiciels et des pièces musicales ; par contre l'industrie se doit de lui offrir ceux-ci à un prix qui correspond à ses attentes. Il ne fait aucun doute dans notre esprit que c'est dans une stratégie de mise en marché adaptée à la nouvelle réalité que réside la solution à la plupart des problèmes en matière de piratage.

## Conclusion

Le présent travail nous a permis de réaliser un survol d'un domaine quasiment vierge dans la perspective du comportement du consommateur. Ce constat découle fort probablement de la récurrence manifeste de la problématique, ce qui explique en grande partie le manque de théorie et de recherche empirique spécifique au comportement du consommateur en terme de piratage dans le contexte des réseaux informatiques. De plus, il nous est difficile de juger de la pertinence des recherches effectuées dans un contexte différent de celui-ci. Nous voyons le présent travail comme une amorce à des travaux subséquents qui pourraient être réalisés sur les différents aspects que nous avons soulevés lors de notre analyse et réflexion de la problématique. Il nous apparaît maintenant clair que vu l'ampleur du phénomène et de ses répercussions actuelles et probables, il devient urgent pour les décideurs de comprendre le phénomène afin de développer de nouveaux modèles d'affaires et ainsi répondre de façon adéquate aux désirs des consommateurs. Une telle stratégie permettrait ainsi de récupérer une part importante de revenus qui, pour l'instant, risquent de se transformer en actes de piratage vu l'absence de réponse appropriée de l'industrie. Il nous apparaît de plus évident qu'une réponse de l'industrie doit être accompagnée d'un objectif de sensibilisation et d'éducation au sujet du respect des droits d'auteur et du respect de la propriété intellectuelle. Le piratage est là pour rester et ne sera jamais enrayé. Le seul choix des entreprises est de comprendre le processus décisionnel des consommateurs et le comportement qui en découle afin de répondre au plus grand nombre de segments de consommateurs et ainsi récupérer le maximum des pertes que les industries du disque et du logiciel affirment devoir supporter.

## Bibliographie

**1999 Global Software Piracy Report**; A study conducted by International Planning and Research Corporation For the Business Software Alliance and Software & Information Industry Association; May 2000

**Anusorn Singhapakdi, Mohammed Y.A. Rawwas, Janet K. Marta, Mohd Ismail Ahmed**, A cross-cultural study of consumer perceptions about marketing ethics, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 16 No. 3 1999, pp. 257-272

**Auger, Jocelyn**: Les licences de logiciels dans le contexte d'«open source» En Cours, Desjardins Ducharme Stein Monast, *Droit de la technologie et de la propriété intellectuelle*, Décembre 1999

**Business Software Alliance**, Software Industry Positions U.S. for New, Digital Era Building an Information Economy Building an Information Economy, June 1997

**Cartier, Michel**; 2005 La nouvelle société du savoir et son économie - [www.mmedium.com](http://www.mmedium.com) (dossiers) Octobre 1999

**Cohen E et Cornwell L** : College students believe piracy is acceptable; *CIS Educators Forum*; 1989

**Daphyne Saunders, Thomas Karen A. Forcht and Peter Counts**, Legal considerations of Internet use – issues to be addressed, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy* Volume 8 · Number 1 · 1998 · pp. 70–74

**Donaldson, T.**: Values in Tension: Ethics Away from Home; *Harvard Business Review* (Septembre, Octobre), 1996

**Eytan Adar and Bernardo A. Huberman**, Free Riding on Gnutella, *Internet Ecologies Area Xerox Palo Alto Research Center*

**Gael McDonald and Christopher Roberts**; Product Piracy The Problem that Will not Go Away *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 3 No. 4, 1994, pp. 55-65

**George T. Haley**; Intellectual property rights and foreign direct investment in emerging markets; *Marketing Intelligence & Planning* 18/5/2000 pp. 273-280

**Gilker, Stéphane**: Internet et droit d'auteur: Une première décision canadienne concernant la responsabilité des utilisateurs de contenus protégés par droit d'auteur sur internet; *Horizon Flash*, Martineau Walker, Novembre 1999

**Glass, Richard S; Wood Wallace A** : Situational determinants of software piracy : An equity theory perspective; *Journal of Business Ethics*; Novembre 1996

**Hofstede, G.**: *Cultures and Organizations: Software of the Mind*; McGraw Hill, New York; 1997  
<http://www.parc.xerox.com/istl/groups/iea/papers/gnutella/Gnutella.pdf>

**Husted, Bryan W** : The impact of national culture on software piracy; *Journal of Business Ethics*; août 2000

**IFPI Music**, Piracy Report 2000, june 2000

**James Y L Thong; Chee-Sing Yap**: Testing an ethical decision-making theory: The case of softlifting *Journal of Management Information Systems* ; Armonk; Summer 1998;

**Kabanoff B** : Equity, equality, power and conflict ; *Academy of management review*;1991

**Logsdon, J. M., Thompson J. K. et Reid R. A.**: Software Piracy: Is It Related to Level of Moral Development?; *Journal of Business Ethics* 13; 1994

**Marron Donald B et Steel David G:** Which countries protect intellectual property? the case of software piracy; Economic Inquiry; Avril 2000

**Md. Mahbubur Rahim, Brunei Darussalam, Mohd. Noah Abd. Rahman, Brunei Darussalam and Afzaal H. Seyal;** Software piracy among academics: an empirical study in Brunei Darussalam; Information Management & Computer Security 8/1/2000 pp. 14-26

**Nancy D. Albers-Miller:** Consumer misbehavior: why people buy illicit goods Journal of Consumer Marketing, VOL. 16 NO. 3 1999, pp. 273-287

**Rokeach, M.:** The Nature of Human Values ; Free Press, New York, NY; 1973

**Sims, R. R., Cheng H. K. et Teegen H.:** Toward a Profile of Student Software Pirates; Journal of Business Ethics 15; 1996

**Solomon S L et O'Brien J A :** The effect of demographic factors on attitudes toward software piracy; The Journal of computer information systems; 1990

**Steidlmeier, P :** The Moral Legitimacy of Intellectual Property Claims: American Business and Developing Country Perspectives; Journal of Business Ethics 12; 1993

**Swinyard, W R., Rinne H. et Kau A. K.:** The Morality of Software Piracy: A Cross-cultural Analysis ; Journal of Business Ethics 9 ;1990

**The Recording Industry Association of America's;** 1999 Consumer Profile - [www.riaa.com](http://www.riaa.com)

**The Software & Information Industry Association,** SIIA's Report on Global Software Piracy 2000

**Traphagan, M. et Griffith A. :** Software Piracy and Global Competitiveness: Report on Global Software Piracy; International Review of Law, Computers F\* Technology 12(3); 1998

**U.S. Copyright Office Summary,** THE DIGITAL MILLENNIUM COPYRIGHT ACT OF 1998, December 1998

**Whitman, M. E., Townsend A. M., Hendrickson A. R et Rensvold R. B. :** Computer Aversion and Computer-use Ethics in U.S. and Asian Cultures; The Journal of Computer Information Systems 4; 1998

**Wines, W A. et Napier N. K.:** Toward an Understanding of Cross-cultural Ethics: A Tentative Model; Journal of Business Ethics 11; 1992

## Références

---

- <sup>1</sup>[http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrksv/cipo/help/faq\\_cp-f.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/help/faq_cp-f.html)
- <sup>2</sup> Loi complète: <http://canada.justice.gc.ca/STABLE/FR/Lois/Chap/C/C-42.html>
- <sup>3</sup> [http://napoleon.ic.gc.ca/strategis\\_client\\_services/scskb.nsf/c434a60bf957ba4f8525661700585b9e/15cd4e03fe4ac6ea852565c40066f324?OpenDocument](http://napoleon.ic.gc.ca/strategis_client_services/scskb.nsf/c434a60bf957ba4f8525661700585b9e/15cd4e03fe4ac6ea852565c40066f324?OpenDocument)
- <sup>4</sup> [http://www.parl.gc.ca/bills/government/C-32/C-32\\_3/12472b-5F.html#27](http://www.parl.gc.ca/bills/government/C-32/C-32_3/12472b-5F.html#27)
- <sup>5</sup> [http://www.parl.gc.ca/bills/government/C-32/C-32\\_4/12472b-3F.html](http://www.parl.gc.ca/bills/government/C-32/C-32_4/12472b-3F.html)
- <sup>6</sup> Peter Troost, February 27, 1995, <http://members.aol.com/ptroost/piracy.htm>
- <sup>7</sup> Mischanneling, <http://www.microsoft.com/canada/piracy/basics/mischannel.asp>
- <sup>8</sup> <http://www.siiia.net/piracy/pubs/piracy2000.pdf>
- <sup>9</sup> [http://www.canada.cnet.com/News/Pages/Special/Napster/napster\\_patel.html](http://www.canada.cnet.com/News/Pages/Special/Napster/napster_patel.html)
- <sup>10</sup> <http://mp3france.com/>
- <sup>11</sup> Enquête sur les utilisateurs de MP3 <http://mp3.vision-multimedia.qc.ca/>
- <sup>12</sup> <http://www.riaa.com/stats/press/consumer98.htm>
- <sup>13</sup> Husted, Bryan W : The impact of national culture on software piracy; Journal of Business Ethics; août 2000
- <sup>14</sup> Glass, Richard S; Wood Wallace A : Situational determinants of software piracy : An equity theory perspective; Journal of Business Ethics; Novembre 1996
- <sup>15</sup> Journal of Marketing; New York; Jan 1995; Givon, Moshe; Mahajan, Vijay; Muller, Eitan;
- <sup>16</sup> Testing an ethical decision-making theory: The case of softlifting Journal of Management Information Systems; Armonk; Summer 1998; James Y L Thong; Chee-Sing Yap;
- <sup>17</sup> Free Riding on Gnutella <http://www.parc.xerox.com/istl/groups/iea/papers/gnutella/Gnutella.pdf>
- <sup>18</sup> Daphyne Saunders, Thomas Karen A. Forcht and Peter Counts, Legal considerations of Internet use – issues to be addressed, Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy Volume 8 · Number 1 · 1998 · pp. 70–74
- <sup>19</sup> DeCSS: <http://www.wired.com/news/politics/0,1283,38287,00.html>



© 2000

Ce document est protégé par le droit d'auteur. Il peut être réimprimé et distribué à des fins non commerciales sans permission, mais toute modification de son contenu doit être autorisée.