

Pirater c'est aimer

Philippe Gajan

Number 142, June–July 2009

L'amour du cinéma : 24 *images* a 30 ans!

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/25060ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Gajan, P. (2009). Pirater c'est aimer. *24 images*, (142), 26–29.

PIRATER C'EST AIMER

par Philippe Gajan

NI PROVOCATION, NI PROFESSION DE FOI, CET ARTICLE, PARTICULIÈREMENT au sein d'une revue qui n'aura de cesse de défendre la notion de droit d'auteur, est avant tout l'occasion de se pencher sur le sens que l'on donne au mot piraterie* à la lumière de la nouvelle donne que représente l'essor du DVD et surtout d'Internet. Car il n'est pas inutile aujourd'hui, face à cette révolution des domaines de la diffusion et de la distribution, de se poser la question : À qui profite le crime ? Au spectateur, au consommateur, au collectionneur, bref à l'amoureux ? à l'artiste en herbe ou confirmé ? Ou encore aux innombrables intermédiaires économiques ou technologiques ?

NOUVELLE DONNE, NOUVEAUX JOUEURS

Petit historique : autour de la table sont installés les joueurs « classiques », l'artiste et le spectateur, protagonistes d'un jeu si simple qu'il a fallu que d'autres s'en mêlent, monarques d'un temps désormais révolu : la maison de disques pour la musique, le distributeur et l'exploitant de salles pour le film, bref l'industrie culturelle dans son ensemble, univers peuplé de vautours pour les uns et de véritables passionnés pour les autres. L'arrivée d'Internet (du World Wide Web) au milieu des années 1990 est à l'origine de deux phénomènes. L'avènement des sites P2P (*Peer to Peer* ou pair à pair), tout d'abord, permit aux internautes de partager le contenu de leur disques durs. Montrés du doigt comme « acteurs majeurs » du monde de la piraterie (Napster en 1999, tombé depuis et première victime de la « chasse aux sorcières », KaZaa, LimeWire, eMule et aujourd'hui tous les sites bitTorrent), ces sites firent de chacun d'entre nous, internautes consentants, de petites bibliothèques, discothèques ou vidéothèques virtuelles. Désormais on ne partageait plus ses « trésors » avec l'ami ou le voisin mais avec la planète entière. Dans la foulée naquirent les sites du Web 2.0 (MySpace, YouTube, Facebook, etc.). Non content de canaliser le flux émanant de l'ensemble de ces microvidéothèques, un site comme YouTube, créé en février 2005, en permettant à l'utilisateur d'envoyer des vidéos et en les hébergeant, connaissait un succès fulgurant. Signe de ce succès, Google achetait le site en 2008.

Ces joueurs importants allaient révolutionner en très peu de temps à la fois l'accès aux œuvres et la possibilité pour les cinéastes d'aller se faire voir ailleurs sans passer par la case distributeur. Ces joueurs mais aussi les fournisseurs de services, d'Internet ou de téléphonie mobile de demain, « tuyaux » par lesquels transitent des flux gigantesques de données, cherchent maintenant à inventer les modèles d'affaires de l'avenir.

TARANTINO, MICHAEL MOORE POUR LE PIRATAGE

Il faudra du temps, beaucoup de temps, pour mesurer toutes les conséquences de cette révolution. Le législateur a raison de se faire du souci, les anciens monarques également. Hier Universal et consorts se partageaient le gâteau, aujourd'hui Google ou iTunes (propriété d'Apple) dictent les règles. Pas encore totalement cependant, et c'est là la beauté du jeu. En attendant que ces Gargantua des temps (post)modernes n'établissent définitivement le partage



de l'empire (iTunes, c'est aujourd'hui 80 % du téléchargement légal de musique), la Toile est le lieu tout désigné pour un immense jeu d'échecs, où chacun se renvoie pour l'instant l'initiative.

On peut donc parier qu'à l'issue de la partie, rien ne sera plus comme avant. Appelé à se prononcer en 2004 à Cannes sur le phénomène, Tarantino, contre toute attente, prenait la défense du piratage en arguant que ses films n'avaient jamais été autorisés en Chine, même s'il avait tourné partiellement *Kill Bill* là-bas. « Je suis content que les Chinois le piratent. Au moins ils le verront », disait-il, indiquant dans la foulée qu'il avait, par le passé, acheté des copies pirates des frères Shaw parce qu'il ne les trouvait pas sur le marché, ou encore *El Topo* d'Alexandre Jodorowsky, « une copie de copie de copie de copie japonaise. C'était comme voir un film à travers un aquarium. J'étais fou de joie d'avoir cette copie merdique. »

Tarantino est loin d'être seul dans son camp, Michael Moore voyait à la même époque d'un bon œil la possibilité que *Fahrenheit 9/11* s'échange sur le Web, et pour cause, puisqu'il avait conçu le film comme une arme anti-Bush alors que Disney essayait d'en bloquer la distribution. C'était pour lui un geste semblable à celui d'emprunter un DVD dans une bibliothèque publique. Une seule restriction : que le téléchargement n'ait pas de but lucratif.

Enfin, le cas de Soderbergh est particulièrement intéressant lorsque vient le temps de se pencher sur de nouveaux modèles. On se souvient que *Bubbles* en 2005 était le premier de six films conçus pour être distribués simultanément en salles, sur le câble et sur DVD. Cela n'a pas empêché entre-temps d'autres de ses films de sortir de façon traditionnelle. À chaque film son mode de diffusion.

À PIRATE, PIRATE ET DEMI

Quels sont donc les principaux problèmes reliés au piratage ? Les droits d'auteur bien sûr, et plus largement le partage des revenus. Parlons-en, ce sont les artistes, particulièrement les plus connus, qui se sont élevés contre l'injustice faite aux créateurs lorsque vient le moment de redistribuer les profits.

En 2007, Radiohead, groupe pop phare du moment, créait une grosse commotion en diffusant son nouvel album (moyennant une

* Étonnante piraterie en ces temps postmodernes quand on y pense puisque finalement, financièrement parlant, le pirate ne s'enrichit pas (il dépense peut-être moins...) et la victime ne s'appauvrit pas (elle gagne peut-être moins...).

contribution volontaire qui pouvait être nulle) sur le Web, et ce, deux mois avant que le CD ne soit disponible. On ne sait rien aujourd'hui des résultats de cette opération, sinon que le groupe ne réitéra pas l'expérience. Il s'agissait surtout pour lui de marquer les esprits au moment où ses membres aux côtés d'autres stars britanniques mettaient sur pied un mouvement de revendication d'une plus juste répartition des revenus. Actuellement, pour une chanson achetée 99 ¢ cents par l'utilisateur, sept cents en moyenne sont retournés à l'auteur et quatre cents à l'interprète. La nouvelle répartition permettrait d'établir un nouveau rapport de force entre l'industrie et les créateurs. Encore faudrait-il qu'il y eût encore des revenus à partager, sous peine de voir la création disparaître avec l'industrie qui l'appuie / l'exploite. Dans ce contexte, la notion de piratage est désormais synonyme d'impuissance à canaliser cette manne gigantesque, ce flux anarchique d'échanges.

D'autant plus que ceux qui n'avaient pas accès aux canaux habituels, c'est-à-dire ceux qui n'avaient pas été « signés » par une maison de disques ou un distributeur entrevirent rapidement les possibilités que le Web leur offrait. C'est un peu l'effet *Blair Witch Project*, qu'exploitèrent largement les nababs de Hollywood. En musique comme en cinéma, de très nombreux jeunes (et moins jeunes) artistes comprirent très vite qu'ils pouvaient se faire connaître par le réseau. Sans compter que, aux faibles coûts de diffusion, il fallait ajouter les avantages de l'instantanéité et de la « dé-territorialité ». En clair, le créateur pouvait ainsi rejoindre un vaste auditoire, très rapidement et à coût minime. Le cinéaste activiste Robert Greenwald, auteur d'*Uncovered : The War on Iraq*, brûlot contre l'administration Bush en 2004, lançait récemment *RethinkAfghanistan.com*, ce qu'il appelle un documentaire en temps réel. Pour lui, aucun distributeur ne pouvait rivaliser de vitesse avec YouTube !

En conséquence, le spectateur a donc aujourd'hui accès à plus de créations, plus rapidement et pour moins cher (euh, voire gratuitement...). Tout Guy Debord est sur YouTube et on peut voir (enfin, disons deviner) *Shadows* de Cassavetes saucissonné en neuf parties (pour contrer d'éventuelles et sans doute innombrables poursuites, YouTube limite pour l'instant la durée des vidéos hébergées à 10 minutes). Certes tout n'est pas rose en ce domaine car, sans même parler de droits d'auteur, se posent les questions de qualité ou d'intégrité des œuvres. Mais outre les progrès de la technologie – demain, avec l'augmentation de la bande passante, ces vidéos seront disponibles en HD –, il n'est pas interdit de penser que cet accès à l'œuvre pourrait justement entraîner un retour vers les salles, pour autant que ces dernières misent sur la qualité. Mais avant d'être taxés d'angélisme, revenons sur la question du piratage.

POURQUOI PIRATER ?

UNE TÊTE BIEN PLEINE OU UNE TÊTE BIEN FAITE ?

Il y a trois raisons majeures de pirater : la gratuité des œuvres, voire la possibilité de les revendre, la rareté, c'est-à-dire la possibilité d'accès à des œuvres qui ne sont pas ou plus distribuées et donc disponibles, et enfin la satisfaction de la curiosité du pirate, la possibilité pour lui de jeter un œil dans la caverne d'Ali Baba, de se rendre compte par lui-même.

Et il y a trois façons d'en évaluer les conséquences : économiques, éthiques et sociales. Lorsqu'il s'agit de rareté des œuvres ou de curiosité du pirate, il n'y a pas (ou peu) d'impact économique.



Tout Guy Debord est accessible sur YouTube...

Par contre, pour la société, le gain est net et immense car ainsi créateurs, œuvres et spectateurs ont la possibilité d'exister hors des circuits commerciaux, c'est-à-dire hors des circuits viables économiquement. Pour ce qui est de l'éthique, se posent deux problèmes passionnants. Tout d'abord, celui de la valeur de cet échange, en clair, comment « rémunérer » l'auteur d'une œuvre qui n'a pas ou plus de valeur monétaire ? Ensuite, et c'est lié, comment se retrouver dans cette masse indistincte de données, comment attribuer une valeur à ce qui n'en a pas économiquement ?

Car Internet, c'est le grand tout, une sorte de mélangeur universel où tout se vaut. Cela permet d'échapper pour un temps à l'hégémonie des catalogues iTunes ou Google, avec cette immense satisfaction de penser que ce ne sont pas des intérêts pécuniaires qui décideront de la possibilité d'exister. Mais, inversement, cela limite la possibilité de voir émerger les perles. Pourtant, Internet ne favorise pas l'indifférenciation totale, mais plutôt des niches où chacun pourrait facilement trouver son semblable. C'est là le problème plus que jamais actuel d'une culture de spécialistes. Ce n'est pas une nouvelle cinéphilie qui en émergera, mais bien de nouvelles cinéphilies suscitant ce drôle de sentiment qu'au lieu de nous rapprocher, ces pratiques inédites nous éloigneront les uns des autres.

QUESTIONS D'ÉTHIQUE, D'ÉDUCATION... ET D'ÉCONOMIE

Il faut donc aborder les questions d'éthique et d'éducation. Nombre de ceux qui utilisent la Toile n'ont absolument pas conscience de pirater. Pour une génération née au moment de la montée en puissance d'Internet, télécharger est trop simple, trop immédiat pour pouvoir être associé à un acte criminel en raison de la complexité des enjeux et, pour un temps, de la mainmise sur ces enjeux des anciens acteurs, ceux qui ont le plus à perdre. Les notions de légitimité, de vrai et de faux, sont aujourd'hui en train d'être dépassées et c'est par l'éducation qu'il faudra repenser l'usage du Web, bien au-delà d'une simple loi punitive ou encore d'un système de redistribution des revenus.

Mais pour l'instant le piratage montre qu'il y a beaucoup, beaucoup d'intérêts en jeu de part et d'autre. Éthique et éducation attendront un peu que la bataille des gros sous soit stabilisée et Guy Debord continuera d'exister dans cette société du spectacle qui n'a pas dit son dernier mot. Car les modèles d'affaires disponibles sont les mêmes que ceux qui prévalaient hier, les mêmes que ceux de notre bonne vieille télévision : revenus publicitaires et redevances du (télé)spectateur, à la différence que si les revenus publicitaires migrent rapidement de la télévision vers le Web (même si on est encore loin du compte, YouTube n'est pas rentable actuellement), les redevances, elles, sont versées aux fournisseurs de services qui, eux, pour l'instant, n'ont de compte à rendre à personne même s'ils sont parfaitement conscients de nourrir en leur sein les affreux pirates.

À quoi faut-il donc s'attendre ? Certainement à la naissance de nouveaux modèles d'affaires qui prendront en compte la manne que représente le nombre croissant d'internautes. Lorsque demain, n'en doutons pas, sera créée une instance de redistribution des revenus telle qu'il en existe pour la diffusion de la musique à la radio par exemple, il faudra bien qu'elle trouve des revenus à redistribuer. Et ce jour-là, on ne parlera plus de piratage mais d'accès et de partage. Pour l'heure, quantité de sites naissent (on peut penser à Hulu.com aux États-Unis par exemple) qui

font en toute légalité, c'est-à-dire en passant des accords avec les ayant droits, ce que font les sites illégaux : offrir gratuitement un contenu de plus en plus important et diversifié. Lorsque le nouveau modèle existera et sera viable, les sites les plus achalandés seront en meilleure position pour négocier. Alors, le pirate d'aujourd'hui redeviendra le client d'hier. ■

...ET LES MONTY PYTHON

La déclaration ci-dessous des Monty Python placée sur la page d'accueil de leur chaîne YouTube me semble résumer l'ensemble du débat actuel, et ils le font avec l'humour qu'on leur connaît.

Un exemple de modèle d'affaires assaisonné à l'humour anglais de ces bons vieux Python : Déclaration (fin 2008) sur la chaîne YouTube des Monty Python : <http://www.youtube.com/jmontypython>

« Depuis 3 ans, vous, utilisateurs de YouTube, nous arnaquez en nous volant des dizaines de milliers de vidéos que vous mettez sur YouTube. Le vent tourne. Il est temps pour nous de reprendre les choses en main.

Nous savons qui vous êtes, où vous vivez et nous pourrions vous punir de la plus horrible des manières. Mais comme nous sommes des gars extraordinairement gentils, nous avons pensé à une meilleure façon de faire. Nous avons lancé notre propre chaîne sur YouTube.

Finies ces vidéos de qualité merdique que vous postiez. Voici des versions de qualité en provenance de nos archives personnelles. Les extraits les plus sollicités, nous vous les offrons, gratuitement, dans de nouvelles versions et tout cela gratuitement.

Mais nous voulons quelque chose en retour.

Pas vos commentaires abscons ou débiles. Non, nous voulons que vous cliquiez sur les hyperliens, que vous achetiez nos films et nos émissions télé pour adoucir la souffrance et le dégoût que vous avez fait naître en nous en nous dépouillant durant toutes ces années. » (notre traduction)

Dont acte, aux dernières nouvelles, il y avait près de 100 000 abonnés à la chaîne et les ventes de coffrets avaient explosé.



Monty Python and the Holy Grail (1975) de Terry Gilliam et Terry Jones

Thomas Corribeau, « Grace and Jimmy. » →



anything
else
bothering
you?



hmm...
hmm...
who are
you?

