

Geektionnerd : MegaUpload fermé !

MEGAUPLOAD FERMÉ

Le Département de Justice américain a fermé le célèbre site de *direct download* (le lendemain du *SOPA Blackout* - subtilité à l'américaine, j'imagine).



Mais du coup, tous les fichiers que vous y aviez stockés (même ceux qui n'enfreignaient pas les lois des lobbies) sont perdus. C'est cool, le minitel, hein ?

2007/12
gee

Crédit : Simon Gee Giraudot (Creative Commons By-Sa)

Geektionnerd : Hadopi 3

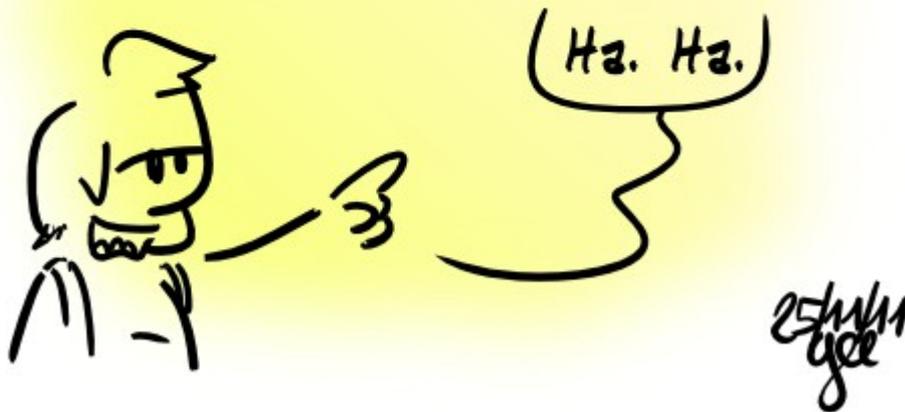
Hadopi 3, j'y vais, j'y vais pas ?

HADOPI 3

Projet de loi – enfin on sait pas trop, Sarko a dit oui mais Frédo a dit non, faut pas chercher à comprendre.



Le but était de lutter contre les moyens autres que le peer-to-peer (streaming et Megaupload par exemple). Mais comme la Cour de Justice de l'UE a dit qu'il était interdit de bloquer des plates-formes entières au nom de la lutte contre le piratage, bah j'ai envie de dire :



Crédit : Simon Gee Giraudot (Creative Commons By-Sa)

Librologie 7 : Le logos de Jamendos

Bien le bonjour, fidèles lecteurs et lectrices du Framablog !

Avec l'épisode d'aujourd'hui, ces chroniques Librologiques adoptent temporairement un format un peu plus développé que précédemment, ainsi qu'une démarche davantage documentaire... sans renoncer à notre regard critique habituel, comme l'article d'aujourd'hui vous le confirmera.

Cette semaine, les Librologies et moi-même vous invitent à (re)visiter une contrée exemplaire de la culture (censément) Libre, où nous découvrirons ensemble certains aspects pittoresques du parler entrepreneurial : bienvenue chez Jamendo™ !

V. Villenave

Librologie 7 : Le logos de Jamendos

Les zones d'intersection entre le mouvement Libre et le monde capitaliste sont nombreuses dans le domaine informatique. Pas une semaine ne se passe sans que je ne découvre de nouvelles entreprises, plus ou moins volumineuses, un peu partout en France ; au niveau international, le succès de grosses entreprises telles que Redhat n'est plus à démontrer et les plus colossaux succès de la décennie précédente (et même plus tôt) ne sauraient s'expliquer sans le logiciel Libre.

La situation est sensiblement différente en ce qui concerne les œuvres culturelles sous licences Libres : l'on aurait du mal à trouver des équivalents aux exemples ci-dessus, en termes de quantité ou d'envergure. (Nous avons d'ailleurs présenté, dans la chronique précédente, quelques facteurs d'explication : un retard d'environ quinze ans du mouvement Libre dans le domaine culturel par rapport à l'informatique,

un relatif désintérêt de la communauté Libriste par rapport à ce qui sort du champ de la culture de consommation, et l'opinion répandue que, de façon générale, l'art est d'une moindre *utilité* que les logiciels.) Et pourtant, quelques entreprises se font jour dans le domaine culturel, qui tentent de transposer, à une échelle réduite, certains *business models* de l'informatique Libre.



Un exemple parlant, sur lequel je voudrais m'attarder aujourd'hui, est à trouver auprès du site jamendo.com, dont nous tout d'abord allons voir comment il se présente sur sa page Wikipédia au moment où je rédige cette chronique :

Jamendo est un site Web qui propose des albums de musique en téléchargement gratuit. Les artistes, qui autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes, peuvent, s'il le souhaitent, être rémunérés grâce aux dons des utilisateurs, au partage de 50 % des revenus publicitaires de Jamendo, ou encore grâce à la vente de licences d'utilisation commerciales de leur musique.

Le site Internet Jamendo est l'un des principaux acteurs du mouvement des musiques libres en France, avec un positionnement annoncé comme « le Red Hat de la musique libre ». Jamendo est une start-up, basée au Luxembourg. Elle a été financée fin août 2006 par Mangrove Capital Partners, les investisseurs de Skype. Fin 2008, Jamendo est entré en concurrence avec la SACEM et les éditeurs traditionnels en créant Jamendo Pro, un site annexe basé sur le principe de CC Plus qui propose des licences pour l'utilisation commerciale de la musique à des prix compétitifs.

Pour approximative et maladroite qu'elle soit, cette description – qui a d'ailleurs peut-être été mise à jour depuis que je l'ai relevée – n'en mérite pas moins d'être

citée et commentée avec soin.

Jamendo est un site Web qui propose des albums de musique en téléchargement gratuit.

Notons que nulle part dans cette phrase, pas plus que dans la suivante, n'apparaît le mot « Libre ». On parle de gratuité, terme très différent et éventuellement orienté (j'y reviens). Je remarque par ailleurs, ce qui pourrait sembler évident mais ne l'est pas nécessairement, que sur Jamendo l'unité de mesure de la musique est l'album.

Les artistes, qui autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes, peuvent, s'il le souhaitent, être rémunérés grâce aux dons des utilisateurs, au partage de 50 % des revenus publicitaires de Jamendo, ou encore grâce à la vente de licences d'utilisation commerciales de leur musique.

Avec la gratuité, la « rémunération » : un vrai catalogue des mots interdits de Richard Stallman. Je tique quant à moi sur le terme « artistes », qui est le terme employé à l'envi par une certaine propagande gouvernementale. Comme je l'ai déjà exposé, être « artiste » est un statut social, pas une profession : les termes « musiciens », « auteurs », « interprètes » auraient ici été plus précis et moins orientés.

Le mot « Libre » est encore une fois absent, remplacé par des « licences ouvertes », traduction peu élégante (sinon impropre), du terme *open* dans l'expression *open-source* ; en fait, la tournure de cette proposition est tellement maladroite et révélatrice que je vous propose de la lire à nouveau :

Les artistes ... autorisent cette gratuité pour les internautes grâce aux licences ouvertes.

Nous y sommes : en un mouchoir de poche sont mis en rapport la gratuité et les « internautes » (implicitement désignés comme seuls détenteurs d'une supposée « idéologie du tout-gratuit » que j'ai déjà amplement pourfendue), et la « licence » n'est plus que le moyen qui permet d'autoriser cette mise en rapport.

Sur 62 mots dans ces deux premières phrases, plus de 40 ont été consacrés exclusivement à des aspects monétaires (gratuité et rémunération). Ce champ lexical économique/entrepreneurial se poursuit dans le second paragraphe, avec des termes tels que « positionnement », « start-up », « investisseurs », « concurrence avec la SACEM » (*sic !!*), « utilisation commerciale à des prix compétitifs ».

Bref, Jamendo est une entreprise sérieuse et veut que cela se sache. L'influence du modèle Red Hat est revendiquée et effectivement perceptible... Mais peut-être faudrait-il précisément étudier de plus près l'image même dont bénéficie cette dernière société auprès des communautés Libristes. En effet, l'enthousiasme et la confiance du monde Libre vis-à-vis de Red Hat me semble s'expliquer moins par son succès en tant qu'entreprise, que par ses *contributions* actives au monde du logiciel Libre : Red Hat figure parmi les plus gros contributeurs au noyau Linux, développe une distribution GNU/Linux et quelques outils précieux, et surtout emploie quelques-unes des personnalités prééminentes du logiciel Libre : Lennart Poettering, Adam Jackson, David Airlie, Tom Calloway, Richard Fontana ou Adam Williamson, pour n'en citer que quelques-uns... Avant de qualifier Jamendo de « Red Hat de la musique Libre », il conviendrait donc de chercher d'abord où se trouvent ses contributions au mouvement Libre en général.



C'est ce que nous allons tenter de faire ici, avec une chronique sensiblement plus longue que d'habitude (oui, tout

ce qui précède n'était que l'entrée en matière !). Avant d'aller plus loin, je me dois de préciser céans que je n'ai jamais été impliqué dans aucune polémique concernant Jamendo ; je n'ai eu qu'une seule occasion de rencontrer l'un de ses dirigeants, je n'ai contribué qu'à un seul album et n'ai posté qu'un seul message sur le forum – quant à mes propres pratiques musicales, elles se situent à peu près aux antipodes de tout ce que Jamendo peut connaître. Je ne suis pas proche de blogueurs anti-jamendistes, et j'ai moi-même eu l'occasion de promouvoir des « artistes Jamendo » notamment dans le cadre de mon engagement au Parti Pirate jusqu'en 2010. Comme dans toutes ces chroniques, je ne cherche ici qu'à relater méthodiquement de quelle façon Jamendo m'apparaît aujourd'hui et pourquoi je parviens à ce point de vue.

La figure publique du site est le jeune français Sylvain Zimmer, nommé Jeune Entrepreneur de l'année 2009 au Luxembourg pour le succès de Jamendo. Derrière lui se trouvent les (moins jeunes) entrepreneurs luxembourgeois Pierre Gérard et Laurent Kratz, déjà associés auparavant dans plusieurs start-ups sans aucun rapport – pour autant que je puisse en juger – avec la musique ou les licences alternatives.

S'il ne brille pas par sa transparence, le montage financier derrière Jamendo peut être reconstitué au prix d'une recherche dans le Mémorial C du Grand-Duché. Fondée en novembre 2004, la société éditrice du site se nomme originellement Peermajor, au capital de 12.500€ dont seulement 500€ détenus par M. Zimmer, le reste étant investi par la société N40, fondée le même jour par MM. Gérard et Kratz, au capital de 50.000€ (laquelle, si je comprends bien, sert également de parapluie pour leurs autres entreprises Neofacto ou Neonline – qu'ils vendront par la suite à New Media Lux). En 2007, M. Zimmer constitue sa propre entreprise, (judicieusement) nommée BestCaseScenario, et rachète un tiers des parts. Quelques semaines plus tard, Peermajor suscite l'intérêt de l'investisseur capital-risque (*venture capitals*) Mangrove, lequel porte capital de

l'entreprise à 21.600€ (dont 1.100€ investis par Bryan Garnier Holdings). Fin 2007 est créée la société Jamendo S.A., au capital de 31.000€ (qui sera porté en 2009 à 38.600€, toujours par Mangrove). L'affaire s'avérant moins rentable qu'espéré, Jamendo est au bord du dépôt de bilan au printemps 2010... lorsqu'elle trouve en la société MusicMatic un investisseur motivé qui, avec 500.000€ euros supplémentaires (sur deux millions initialement demandés !), en prend le contrôle total.



De tout cela, il me semble ressortir plusieurs choses. La première est que M. Zimmer, s'il est la figure publique la plus visible et celui dont la *success story* est mise en avant, n'a en réalité jamais eu de véritable pouvoir dans le projet. La deuxième est que dès son origine, Jamendo a pour finalité d'être, au moins à moyen terme, financièrement rentable ; et la troisième enfin, que cet objectif n'a cessé, au fil des ans et des investissements, de se faire plus pressant. Cette évolution n'a pas été sans être perçue par les contributeurs au site (chanteurs et musiciens), particulièrement ceux des premiers temps qui avaient initialement cru trouver en Jamendo un projet essentiellement communautaire et en adéquation avec leur éthique.

Ainsi des tentatives de « monétisation » du site, sous des formes plus ou moins voyantes : l'arrivée d'encarts publicitaires sur les pages du site, par exemple, souleva en 2006 des parodies mordantes et critiques enflammées mais non dépourvues de fondement. D'un point de vue juridique tout d'abord, comment concilier cette démarche avec la présence sur Jamendo de nombreuses œuvres sous licences interdisant les usages commerciaux ? Mais la véritable question était d'ordre éthique : difficile pour des contributeurs ayant fait le choix (difficile et ingrat, nous y reviendrons) des licences alternatives, de voir leur travail servir de revenu monétaire

à une entreprise en laquelle ils se reconnaissaient de moins en moins. Cette dimension éthique (aussi bien que les subtilités juridiques, d'ailleurs) sembla échapper aux dirigeants : pour citer M. Zimmer dans le texte (ce n'est pas moi qui souligne), « *il faut savoir aller jusqu'au bout de ses idées. « libre » ca veut dire que demain SFR prend le CD et le met dans une de ses pubs sans demander l'autorisation.* » Euh, pardon ?

En fin de compte, la seule réponse de l'entreprise fut d'ordre ni éthique ni juridique, mais financier : en offrant aux contributeurs la possibilité (sic) de toucher la moitié des revenus publicitaires, Jamendo acheva de montrer quelle était son optique... Tout en s'achetant – littéralement – l'image d'une entreprise agissant « pour les artistes ». (Ce qui n'est d'ailleurs que partiellement vrai, dans la mesure où Jamendo ne redistribue de pourcentage des dons et recettes que lorsque ceux-ci atteignent un certain plafond, excluant donc de fait une large part des contributeurs.)



Bannière apposée en 2006 sur certaines jaquettes

La bannière en question fut enlevée par les administrateurs. *Bien joué.*

C'est peu dire qu'il existe, dans le milieu Libriste, plusieurs voix de dissension vis-à-vis de Jamendo. Certaines, autant le dire, ne sont pas toujours très élaborées, ou se contentent parfois d'une posture anti-capitaliste, voire d'un

brin de nationalisme lorsque l'on suggère qu'il n'est pas innocent que Jamendo ait choisi son pays de résidence hors des frontières de la France natale de M. Zimmer. Je passerai très vite sur cette critique de fort mauvais goût : n'ayant jamais eu le bonheur de m'y rendre, je ne peux douter que le Luxembourg soit une contrée très agréable dont les appas ne sauraient se résumer à son régime fiscal et bancaire notoirement paradisiaque – par une touchante et merveilleuse coïncidence, c'est également ce pays qu'a choisi la firme Apple (dont on connaît trop peu la sensibilité aux charmes des grand-duchés d'Europe), pour y implanter son service iTunes un an avant Jamendo.

D'autres encore se sont concentrés sur le rejet de la publicité, les violations de licences (notamment non-commerciales). Ou encore, la désinvolture des administrateurs vis-à-vis du droit d'auteur, qui n'hésitent pas à modifier la licence d'œuvres sans même en informer leurs auteurs, ou à tenter de censurer des opinions peu favorables à la société (outre l'exemple ci-dessus, nous en verrons un autre plus bas).

D'autres enfin dénoncent, à juste titre, le manque d'information de nombreux « artistes » qui choisissent des licences non-Libres, ou encore s'inscrivent à la fois à la SACEM et sur Jamendo, montrant par là qu'ils voient en ce site comme une simple plateforme de diffusion comme une autre, branchée et « sociale » – quand de fait, tout les y invite. Enfin certaines critiques de Jamendo me semblent mériter une attention particulière, qu'elles se concentrent sur le vocabulaire employé par le site à des fins promotionnelles (comme nous le ferons ici-même) ou fassent feu de tout bois de façon caustique.

S'ils se trompent certainement en considérant que Jamendo a « mal tourné » (nous avons vu que la recherche de profit était inscrite dès le début, comme dirait son PDG actuel, dans l'ADN de Jamendo), il est compréhensible que ces commentateurs aient

été frappés par la façon dont le site a évolué au cours des ans :



Jamendo en 2005



Jamendo en 2006



Jamendo en 2008



Jamendo en 2009



Jamendo en 2011

Coins arrondis, dégradés, gros boutons, évolution des couleurs et du logo : le *design* se modernise et surtout, pour reprendre le langage des sites d'entreprise, se *professionnalise*. Ce qui frappe également, c'est la *conquête de l'image* : les photos, dans un premier temps, se multiplient, puis s'agrandissent. Elles changent également de nature, des jaquettes d'« albums »

soumises par les utilisateurs, on passe à quelques jaquettes sélectionnées, puis aujourd'hui à des photos illustratives « de stock » entièrement choisies par les responsables du site. Cependant, pour révélateur qu'il soit, l'habillage importe peu ; le *logo* de Jamendo m'intéresse moins que son *logos*, c'est-à-dire le message qu'il propage, volontairement ou non, à travers ses choix terminologiques.

À l'heure où j'écris ces lignes, la première information visible (et mise en avant) sur le site, est le nombre de pistes sonores disponibles : il s'agit là du vertige des grands nombres que nous évoquions récemment, et de cette manie de la quantification des *contenus* culturels. Le slogan, après cinq ans de *Ouvrez grand vos oreilles*, a été remplacé par *Le meilleur de la musique libre*, dans une formulation inspirée par les radios commerciales et les hits-parade en tous genres.

Mais qu'entend-on ici par « libre » ? Comme l'admet volontiers M. Zimmer lui-même, parler de « musique libre » comme l'on parle de « logiciel Libre » n'a « pas beaucoup de sens » à ses yeux : « *c'est un débat valide*, dit-il – ce qui n'est pas mon avis –, *mais peu intéressant*. » Est-ce à dire que le site-phare du Libre... se soucie peu de savoir *s'il l'est* ? Nous y reviendrons dans un instant.

Comme toute entreprise moderne, Jamendo se doit de faire oublier qu'elle est une entreprise : merveilles du *branding*, l'on ne dira plus (comme dans une interview de M. Zimmer en 2005) « les artistes de Jamendo », « les artistes qui sont sur Jamendo » ou « les artistes présents sur Jamendo »... Mais l'on dira : « les artistes Jamendo », « l'expérience Jamendo », « de la musique Jamendo » et, il fallait s'y attendre, « du contenu Jamendo ». Oubliez l'entreprise : Jamendo est une *marque* (dépôts 948744 et 4425021 à l'INPI).

Nous avons établi clairement, à ce stade, que Jamendo™ se définit – dès ses origines même – par sa démarche entrepreneuriale, au détriment d'une (re)connaissance des

licences Libres et du mouvement qui les sous-tend. Dans l'interview de 2005 déjà mentionnée, M. Zimmer avance les arguments « culturels » classiques (« *la musique, c'est avant tout une passion avant d'être une histoire de thunes* »), et laisse échapper quelques idéologèmes révélateurs : « *La propriété intellectuelle, ça existe. (...) les sanctions (pour téléchargement illégal) ne devraient pas dépasser l'amende pour vol d'un CD à l'étalage* » – mais pourquoi diable ? – ou encore « *La moitié de l'équipe de Jamendo bosse sous Mac ! iTunes c'est bien, sinon ça ne marcherait pas autant* », et enfin l'immanquable « *un balayeur est un balayeur, mais un artiste local n'est pas inconnu* » – euh, comment dire...



En admettant que la recherche du profit n'est pas une idéologie en soi (voire !), il me semble qu'on est amené, lorsque l'on voit Jamendo™ comparé par M. Kratz à un « Wikipédia de la musique », à se demander si ses dirigeants ont véritablement compris les tenants et aboutissants du mouvement Libre. M. Gérard est plus décomplexé sur son blog (où l'on appréciera par ailleurs le jargon entrepreneurial : « *deal* », « *fourniture* », « *le shop* » et j'en passe) : « *L'objectif principal pour nous est bien sûr le développement commercial, notre ambition est de mettre en place de meilleurs*

canaux commerciaux et aussi des flux musicaux d'encore meilleure qualité. Car avant tout ne l'oublions pas, Jamendo c'est de la musique et souvent de la bonne musique en libre téléchargement gratuit et légal pour le grand public ! ».

« Libre téléchargement » étant bien sûr à prendre ici au sens de « libre de droits », expression abusive sur laquelle nous reviendrons. Quant à l'expression « téléchargement gratuit et légal » (adjectifs auxquels s'adjoindra à l'occasion « illimité », voir ci-dessous), elle est simplement calquée sur les argumentaires publicitaires de fournisseurs d'accès ou de sites commerciaux.

Jamendo™ se définit lui-même comme *fournisseur* de musique (ainsi l'on ne parlera ni de « répertoire » ni de « catalogue », mais d'« offre »), et son « cœur de cible » est moins à chercher parmi les mélomanes que parmi les échoppes et salons de coiffure, où la musique se diffuse au kilomètre et se vend au poids : « **des milliers d'heures de musique sans interruption** » (ce n'est pas moi qui souligne). On comprend mieux, dès lors, l'intérêt de MusicMatic pour Jamendo™ :

MusicMatic gère et diffuse des flux musicaux et vidéo pour les réseaux de points de ventes (et leur offre) une réelle solution innovante de diffusion de musique et de contenu.(...)

Aujourd'hui la maturité des technologies de transmission de données, un hardware performant et une suite de logiciels propriétaires (sic) ont permis à MusicMatic de concevoir une plateforme unique qui crée, diffuse et gère en temps réel des centaines de programmes.

Revoilà donc l'idéologie du contenu, sur laquelle nous avons déjà dit tout ce qu'il y avait à dire : Jamendo™ est, en définitive, un exemple parmi d'autres de la marchandisation de l'*User-Generated Content* que nous décrivions il y a peu.

Je dis ici « parmi d'autres » de façon très littérale ; si je

devais placer ici une référence à Roland Barthes, je parlerais du motif de *l'identification* qui consiste à dire qu'après tout, les autres civilisations sont « comme nous ». Étant établi que « iTunes c'est bien », alors de Jamendo™ à Deezer il n'y aura qu'un pas, et l'on essaiera même très, très, très, très fort de s'intégrer à Facebook™ :

Vivez à fond l'expérience Jamendo sur Facebook !

Installez l'application Jamendo sur votre profil Facebook et profitez de Jamendo dans un environnement Facebook ! (...)

En outre, vous disposerez d'un onglet Jamendo sur votre profil Facebook sur lequel s'afficheront vos albums favoris. Quoi de mieux pour afficher les perles rares que vous avez découvertes sur Jamendo !

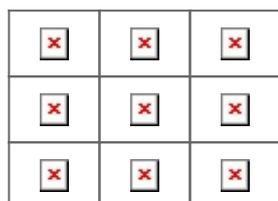
N'attendez plus, installez l'application Jamendo pour Facebook dès aujourd'hui !

(Petit jeu : à votre tour Jamendo™, maîtrisez le *branding* Facebook™ et apprenez à faire de la publicité Jamendo™ ! En toute simplicité Facebook™, il vous suffit de faire des phrases Jamendo™ normales puis d'adjoindre derrière chaque substantif Facebook™, tantôt le mot Jamendo™, tantôt le mot Facebook™. Étonnant, non ?)

Ce qui me frappe le plus, c'est à quel point cette terminologie est en fait, au mot près, celle du système traditionnel, des majors du disque (auquel M. Zimmer se réfère explicitement, comme en témoigne le nom de sa société *Peermajor* ou cette charmante expression de « concurrence avec la SACEM » sur la page Wikipédia) au gouvernement en passant par la SACEM et la HADÉPI. Nous avons déjà évoqué le substantif « artistes », l'expression « propriété intellectuelle » ou le « contenu », le jargon publicitaire et entrepreneurial stéréotypé, les procédés de *branding* et l'emphase constante sur les aspects monétaires et

quantifiables ; nous avons vu également que ce *logos* n'était pas dû à l'évolution du site, mais présent dès son origine.

(Autre petit jeu : parmi les réclames suivantes – bourrées de prénoms – se cachent deux publicités datant de janvier 2005. L'une concerne un site (censément) Libriste, l'autre une action de propagande gouvernementale anti-« piratage ». Saurez-vous trouver lesquelles ?)



De fait, Jamendo™ semble entretenir avec la législation un rapport complexe, voire *borderline*. Au moment de l'élaboration de la loi dite *dadvs* en 2006, si de nombreux contributeurs voient naturellement en Jamendo™ un allié « Libre » contre le gouvernement, le site (d'ailleurs de droit luxembourgeois et non français) se montre en fait d'une discrétion remarquable. En 2009, Jamendo™ semble vouloir corriger le tir en se « positionnant » contre la loi dite *hadopi*, qualifiée d'« idiote » (suivant en cela le positionnement d'autres entreprises censément Libres, telle ILV à qui une large part du présent article pourrait d'ailleurs également s'appliquer). Les deux initiatives successivement lancées à cette occasion auront en commun de parodier des actions du gouvernement, et d'aborder la problématique, de nouveau, sous un aspect exclusivement économique.



Pendant ce temps, le même Jamendo™ s'emploie en fait à cultiver de bonnes relations avec le gouvernement français et la SACEM : par exemple, en 2011 le site se précipitera pour demander une accréditation officielle. S'il n'est pas le seul à entreprendre cette démarche, sa justification quelque peu embarrassée et à teneur enrichie en idéologèmes, vaut le détour :

Nous avons critiqué la loi Hadopi qui, pour nous, est une mauvaise réponse à un vrai problème.

Lequel « vrai problème » n'est pas, comme nous l'aurions naïvement cru, la volonté des puissants d'assujettir les citoyens-internautes, mais... le comportement des « nouvelles générations » ; comportement qu'il n'est d'ailleurs pas dangereux (ou dommageable à la démocratie) de vouloir réprimer, mais simplement « illusoire » :

Il est, à notre sens, illusoire de vouloir imposer aux nouvelles générations des règles de comportements complètement dépassées. De nombreux artistes, des labels et des plate-formes Internet ont également critiqué cette loi et surtout son aspect répressif. L'avenir nous permettra de juger.

La répression n'est donc pas le but de cette loi, mais – comme le gouvernement nous l'a doctement expliqué – seulement un « aspect » ; d'ailleurs pourquoi s'en faire, puisque cette loi ne fonce pas droit dans le mur, mais ouvre un « avenir » – que rien n'empêche d'être radieux... Admirons maintenant la figure de gymnastique rhétorique par laquelle le locuteur aboutit à une conclusion qu'il présente (à ses propres yeux ?) comme logique :

Demander le label Hadopi n'est donc (sic !) pas pour Jamendo un revirement de position. Si nous obtenons ce label cela permettra aux artistes diffusant leur musique sur notre site

et aux internautes qui les écoutent, de savoir que cette offre est totalement légale. (...) Être présent aux côtés des plus grands acteurs de la musique comme les Majors et des start-ups les plus dynamiques ne peut que valoriser notre démarche et garantir la diversité de l'offre musicale.

« Diversité » : encore un terme idéologiquement très chargé, emprunté directement au logos gouvernemental. Quant à la « valorisation » évoquée, il faut bien évidemment l'entendre au sens de valeur monétaire et c'est bien là, on est prêt à le croire, la motivation de l'entreprise.

Lorsque l'on ne peut décemment expliquer que tout le monde est en fait d'accord depuis toujours – ce serait un peu gros –, la solution de rechange est ce procédé rhétorique de *fausse concession* que Barthes décrit sous le nom de « vaccine » (notamment dans son analyse des publicités pour la margarine Astra). En l'occurrence, cela revient à dire aux internautes : *« certes, nous avons eu nos divergences par le passé ; mais elles étaient finalement inessentiels, et de toute façon tout cela est derrière nous aujourd'hui. »* C'est ainsi que les Assises du piratage proposées par le gouvernement français en janvier 2009, avec les bons soins de l'agence publicitaire Aromates, se sont transformées en assises... de la Réconciliation ! Assises au demeurant sponsorisées par...

(Un dernier petit jeu : parmi les sponsors de ces « assises », se cache une entreprise censément Libre. Saurez-vous trouver où ?)



La présente chronique, si longue soit-elle, ne prétend pas à l'exhaustivité. Cependant elle serait certainement incomplète si je n'abordais pas ici le point saillant terminologique qui

m'a à l'origine, disons, vivement incité à l'écrire : j'aimerais comprendre **ce que PRO veut dire**.

Début 2009, alors même que M. Kratz explique doctement que « (son) *métier*, c'est la *désintermédiation d'artistes autoproduits* », Jamendo™ lance une nouvelle opération commerciale intitulée (ou *brandée*) Jamendo Pro. L'activité de cette subdivision, si je comprends bien, se nomme *licensing* et consiste à vendre des exceptions de licence, réinventant d'ailleurs une pratique du milieu informatique Libre : moyennant finance, le client s'exonère des clauses de la licence de l'œuvre (Libre ou non-Libre, *copyleft* ou non, non-commerciale ou pas). En d'autres termes, nous ne sommes plus dans le Libre mais dans le *libre de droits* et c'est d'ailleurs comme cela que le site se présente initialement :



Ce qui soulève plusieurs questions. Tout d'abord, les artistes sont-ils pleinement informés et conscients de l'exploitation qui sera faite de leur travail ? Pour certains, la réponse est non et la démarche de Jamendo™ confine à l'escroquerie. Une pétition sera même lancée, un mouvement de contestation se fait jour avec le mot d'ordre « **No Pro** », que Jamendo™ tentera, à nouveau, de censurer. D'un point de vue juridique ensuite, rendre une œuvre « libre de tous droits » étant absolument impossible en droit français, il n'est possible de s'en approcher que moyennant un contrat très précis entre le récipiendaire et l'ayant-droit principal (l'auteur, auquel

Jamendo™ se substitue ici). Par ailleurs, je reste particulièrement dubitatif quant à la valeur juridique de ces « certificats » de Non-Sacemité que prétend délivrer Jamendo™ : outre qu'ils n'exonèrent pas, par exemple, des redevances dites de rémunération dite « équitable », ils s'ajoutent de façon parfaitement superflue aux licences alternatives déjà appliquées aux œuvres. Certes, nous avons pu voir qu'en matière de licences Libres Jamendo™ n'en est pas à une approximation près...

Enfin d'un point de vue éthique : l'idéologie du mouvement Libre (que j'ai amplement décrite ailleurs) vise à rendre aux auteurs le contrôle et la place dont tout un système d'intermédiaires les avait dépossédés, et ce que fait ici Jamendo™ est... *très exactement l'inverse*. Cependant, il me semble que toutes ces critiques, si méritées soient-elles, laissent de côté le plus ahurissant, qui à mon sens se trouve dans *l'intitulé* même : **Jamendo Pro**.



La première lecture que j'en fais (au-delà de l'aversion que m'inspire la dichotomie arbitraire amateur/professionnel) est tout simplement que, pour un « artiste », la seule façon d'être « pro » est de renoncer à sa licence Libre. La propagande du gouvernement, des industriels et de la SACEM ne dit pas autre chose : « nous ne reconnaissons pas l'existence de licences alternatives, car nous nous adressons aux *vrais* professionnels » – je ne compte plus les fois où des interlocuteurs me l'ont affirmé en face.

Deuxième lecture possible, ce vocable « Pro » ne qualifierait pas les auteurs et musiciens eux-même, mais la clientèle potentielle de Jamendo™ : commerçants, restaurateurs, salons de coiffure. En y réfléchissant bien, c'est peut-être encore pire : cela reviendrait à diviser la société en deux. D'un

côté, les « professionnels » : ceux qui coiffent, ceux qui tiennent boutique, en un mot ceux qui *vendent*. Et de l'autre... eh bien de l'autre les « artistes » : comme je l'expliquais au début même de cet article, ce mot-idéologème désigne un statut social, et non une profession.

Enfin, la dernière lecture possible – si elle ne rend guère hommage à l'intelligence et l'intégrité des tenanciers de Jamendo™ – est peut-être la moins dégradante et la plus probable : il s'agirait *tout simplement* d'une marque, d'un slogan destiné à appâter le chaland de même que l'on ne compte plus les entreprises qui proposent des produits « pro » sans nécessairement définir ce qu'elles entendent par là.

Admettons donc, comme nous l'avons fait depuis le début de cet article, que Jamendo™ n'est qu'une entreprise parmi d'autres, qui tente de survivre et se développer dans l'écosystème capitaliste moderne. De fait, son existence même n'est pas sans présenter quelque intérêt : *success story* édifiante (dont on ne peut que souhaiter qu'elle se perpétue), tentative de définir un modèle alternatif (même si ledit modèle s'avère fortement similaire au système antérieur)... Le site même de Jamendo™, dont nous avons souligné – peu innocemment – l'aspect *professionnel*, offre à de nombreux musiciens et auteurs, Libristes ou non, un espace prêt-à-l'emploi, d'allure sympathique et à forte *visibilité* – ce qui constitue d'ailleurs l'argument principal et le moins contestable, pour le meilleur et pour le pire, du projet Jamendo™. Comme je le disais plus haut, il m'est moi-même arrivé d'en faire usage et de le recommander ; si certaines de ses initiatives me laissent indifférent, j'en trouve d'autres originales et brillantes, telle cette page qui permet aux mélomanes de trouver des alternatives « Libres » aux musiciens les plus célèbres, exactement comme il en existe du côté des logiciels (je ne suis pas choqué par l'idée de ne pas considérer les œuvres d'art différemment des logiciels).

Cependant, je suis saisi (comme d'autres avant moi) par

l'ambigüité du choix de Jamendo™, ou plutôt de son refus de choisir explicitement, entre « faire des affaires » (comme le père de Prévert), et se faire l'avocat des licences Libres. (Tout particulièrement lorsque ce dernier domaine semble ici si mal maîtrisé.) Cette posture de « Libriste malgré soi », Jamendo™ l'a plus ou moins assumée à ses débuts, porté par un élan de sympathie de la communauté Libriste qu'il n'a ni su, ni voulu, rejeter ; aujourd'hui encore il ne se passe pas un trimestre sans que Jamendo™ soit cité en exemple, par exemple dans le récent dépliant publicitaire de la fondation Creative Commons *The Power Of Open* (du reste entièrement financé par Google®), ou encore dans des colloques ou salons. J'ai moi-même eu l'occasion de me retrouver à un débat public, seul représentant – légitime ou non – du mouvement Libre dans un traquenard pseudo-« indé » organisé à la gloire de la S.A.C.E.M. et des industries culturelles, au côté de M. Gérard qui faisait ici office d'alibi « alternatif » alors qu'il n'était venu que dans l'espoir très modeste de promouvoir ses produits...

Serait-ce à dire que, délibérément ou non, Jamendo™ jette le discrédit sur la « culture Libre » toute entière ? Ce risque, s'il me semble réel, ne m'inquiète pas outre mesure : l'histoire nous a montré que l'évolution de l'art et de la culture appartient aux auteurs davantage qu'aux intermédiaires. À mon sens, le principal intérêt du site jamendo.com est l'espace de côtoiement qu'il constitue, fortuitement, entre différents modes de pensée et de consommation culturelle, et qui nous a ici permis d'examiner de nombreux points de frictions et de divergences.

Le – relatif – succès commercial et entrepreneurial que représente aujourd'hui Jamendo™ n'est ni une victoire, ni une défaite du Libre : ce sont deux phénomènes indépendants. Quelque sentiment d'agacement l'on puisse ressentir devant le discours de ses responsables (propos inélégants, imprécisions conceptuelles ou terminologies orientées), Jamendo™ ne me

semble mériter d'autre antagonisme que celui de ses concurrents, et d'autre enthousiasme que celui de ses actionnaires ; quant à son attitude envers le mouvement Libre, elle témoigne moins d'un mépris que d'une méconnaissance profonde. L'éthique Libre n'est pas indésirable chez Jamendo™ : elle lui demeure seulement, ontologiquement et irréductiblement, étrangère.

Bitcoin libérera-t-il la monnaie à l'échelle d'Internet ?

« Papa, tu faisais quoi quand les crédits Facebook sont devenus l'unique moyen de paiement sur internet ? »



C'est par cette phrase cinglante que s'achève le billet de notre ami Ploum, qui nous a fait l'honneur d'un article original sur le Framablog.

Le propos se divise en deux parties.

La première nous explique très clairement pourquoi nous avons urgemment besoin d'un système d'échange monétaire libre et décentralisé, à fortiori lorsqu'il s'agit de micropaiements ou de microdons.

La seconde est consacrée à **Bitcoin** (cf cette vidéo) qui semble potentiellement d'ores et déjà répondre au besoin mais qui n'est pas sans poser questions et problèmes^[1].

Je ne sais si Bitcoin s'imposera, mais celui qui réussira lui ressemblera.

Et ce jour-là Papa sera fier d'annoncer à son rejeton qu'on pourra non seulement se passer des crédits Facebook mais qu'on n'aura plus à trembler servilement lorsque les bourses mondiales se mettent à tousser.

Décentralisation monétaire

Ploum – juillet 2011

Licence Creative Commons By-Sa

Quelle que soit votre motivation profonde, vous êtes beaucoup, parmi les lecteurs de Framasoft, à voir dans l'Internet un espace de liberté, d'expression, de communication, d'échanges, d'entraide et bien d'autres.

Afin que cette liberté soit garantie, il est nécessaire d'éviter à tout prix une centralisation qui mettrait le pouvoir absolu d'un service donné dans les mains d'une seule personne, entreprise ou gouvernement. En effet, un service décentralisé assure non seulement la pérennité du réseau mais permet également une indépendance d'un client par rapport à un fournisseur de service.

C'est pour cette raison qu'à Framasoft nous sommes de fervents défenseurs de l'email, que nous utilisons XMPP à la place de MSN, que nous préférons identi.ca à Twitter et que nous suivons avec impatience les progrès de Diaspora pour proposer une alternative à l'omniprésent Facebook.

Mais si l'entraide, la communication et l'échange sont de très belles choses, ils ne sont malheureusement pas entièrement suffisants et la majorité d'entre nous, Framasoft inclus, a

encore terriblement besoin d'argent.

Alors que le troc est entièrement décentralisé, chacun troquant selon ses convenances, l'argent est un service totalement centralisé fourni par les états. D'ailleurs, ne parle-t'on pas de « banque centrale » ?

Ce système est, de plus, complètement opaque, les citoyens devant entièrement faire confiance à l'état central qui, lui-même, délègue une partie de ce pouvoir aux banques privées.

Le fait que ce soit un bien ou un mal reste sujet à interprétation. Néanmoins, en regard de la crise économique de 2008, il faut bien admettre que le résultat de l'actuelle politique économique centralisée est relativement mitigé. C'est d'ailleurs une des raisons pour laquelle certaines collectivités ont développé des systèmes d'échange locaux (SEL), en temps qu'alternative locale et auto-gérée à l'économie traditionnelle.

Sur le réseau la situation n'est guère meilleure. Quelques acteurs centralisés comme Visa et Paypal monopolisent les transferts entre monnaie réelle et monnaie virtuelle. Cette situation d'oligopole leur est, bien entendu, fortement profitable : taxes à l'entrée d'argent dans le système, taxe à la sortie d'argent du système, commission sur chaque transaction. Sans compter que toutes vos dépenses, représentant une grande part de votre vie privée, sont fichées et archivées entre les mains d'entreprises pas toujours scrupuleuses.

Au final, il s'ensuit un véritable racket de l'internaute : afin que votre correspondant puisse recevoir 1€ au bout de la ligne, il n'est pas rare de devoir verser 1,20€, 1,50€ voire 1,80€, sous forme de frais fixes et de pourcentage sur la transaction. Ces frais, négligeables pour les grosses sommes, empêchent tout développement réel des petites transactions, des micro-dons, des micro-achats. Ces entreprises acquièrent

également un pouvoir politique, s'octroyant le droit de « geler » ou de supprimer des comptes, comme ce fut le cas pour Wikileaks.

Le transfert de petites sommes est pourtant un moteur de notre économie. Si l'on hésite à acheter un album de musique à 14€, acheter une chanson à 1€ peut se faire sur un coup de tête. Les grandes entreprises ont donc développé des systèmes de « comptes » ou d'abonnements. Vous versez une somme importante en une fois que vous pourrez dépenser petit à petit. L'Apple Store ou les crédits Facebook fonctionnent sur ce principe. Mais outre le fait que ces systèmes sont centralisés, ils nécessitent d'immobiliser une grosse somme d'un seul coup et ne sont bien sûr pas interopérables. Une fois vos 25€ versés sur Facebook, ils sont irrécupérables et non-transférables en dehors des applications Facebook.

Quelques alternatives tentent également de proposer un modèle original, comme Flattr. Flattr offre en effet de déterminer une somme mensuelle fixe qui sera divisée par le nombre de dons faits chaque mois. Néanmoins, cela reste centralisé et avec des frais prohibitifs. Ainsi, Framasoft ne touche que 90% des dons faits via Flattr.

Une solution idéale serait de proposer un système d'échange monétaire libre et décentralisé. Un tel système existe et a un nom : Bitcoin.

Techniquement, le fonctionnement de Bitcoin est relativement complexe, se basant sur des algorithmes cryptographiques et le peer-to-peer. Le gros problème d'une monnaie virtuelle est d'éviter la « double dépense ». Par essence, une information virtuelle peut être répliquée à l'infini, problème qui tracasse l'industrie musicale depuis plusieurs années.

Bitcoin résout ce problème en utilisant le peer-to-peer. Lorsque Alice donne un bitcoin à Bob, elle rend la transaction publique. Les participants au réseau bitcoin (les « mineurs »)

vérifient que la transaction est légitime en s'assurant que, dans leur historique des transactions, Alice est bien la dernière personne à avoir reçu ce bitcoin précis, chaque bitcoin étant unique. Les « mineurs » annoncent sur le réseau que la transaction est confirmée. Quand suffisamment de « mineurs » ont confirmé la transaction, Bob peut considérer que Alice ne pourra plus dépenser son bitcoin et qu'il en est donc le propriétaire. Si Alice tente de redépenser son bitcoin, les « mineurs » refuseront la transaction, arguant que, d'après l'historique, Bob est le légitime propriétaire du bitcoin.

Pour encourager les « mineurs » à faire ce travail de vérification, le réseau gratifie le premier mineur à vérifier chaque bloc de transactions d'un bonus. Ce bonus, qui est pour le moment de 50 bitcoins, décroît avec le temps et a pour conséquence de distribuer la monnaie graduellement à travers le réseau.

Le nombre de bitcoins ainsi générés étant une fonction décroissante, on a pu calculer que le nombre total de bitcoins ne dépasserait jamais 21 millions.

Intrinsèquement, le bitcoin n'a aucune valeur. C'est juste la preuve qu'un échange a été fait. Mais n'en est-il pas de même pour n'importe quelle monnaie ?

Afin de garantir l'anonymat, les transactions ne se font pas directement entre Alice et Bob mais entre deux adresses du type 1GTkuikUyygRtkCy5H6RMuTMGA1ypqLc1X, qui est la partie publique d'une clé de cryptage asymétrique. Bob donne à Alice son adresse et seul eux deux savent à qui appartient l'adresse. Le réseau ne possède aucun moyen de lier l'adresse réceptrice à Bob. Bob, de son côté, possède la partie privée de la clé, lui permettant de prouver qu'il est bien le destinataire de tous les bitcoins envoyés à cette adresse. Bob peut générer autant d'adresses qu'il le désire et l'usage est de générer une adresse par transaction.

La facilité d'échange et la rareté du bitcoin en font un candidat idéal pour une monnaie électronique décentralisée. Des sites de vente en ligne acceptant les bitcoins sont donc apparus sur le net. Beaucoup de personnes, tablant sur un succès futur des bitcoins, on décidé d'en acheter une certaine quantité, ce qui a fait monter le prix du bitcoin. Une véritable économie parallèle s'est développée, principalement basée sur la spéculation. La valeur du bitcoin est passée de 0,01€ en novembre 2010 à 25€ en mai 2011, avant de redescendre aux alentours de 10€ en juin 2011.

Si Richard Stallman n'a pas encore pris de position publique au sujet du bitcoin, le fait qu'il s'agisse d'un logiciel libre, décentralisé et permettant des paiements anonymes en fait la coqueluche de certains libristes. La Free Software Foundation elle-même accepte dorénavant les donc en bitcoins. Après moins de deux jours, plus de 270 bitcoins avaient été envoyés anonymement, l'équivalent de près de 700€ de dons à l'époque et 2700€ actuellement !

Mais tout n'est pas rose au pays des bitcoins et les critiques sont nombreuses.

Beaucoup s'étonnent notamment au fait d'attacher de la valeur à quelque chose qui n'en a pas. À ce sujet, le bitcoin ne diffère pas d'un bout de papier ou même d'un morceau de métal jaune brillant. La valeur attachée à un objet est en effet liée à la confiance que le possesseur a de pouvoir échanger cet objet. Mais entre accorder sa confiance à un gouvernement et l'accorder à un réseau P2P décentralisé, il y a un pas que beaucoup hésitent à franchir.

Le bitcoin est anonyme et permet de gros échanges d'argent sans aucun contrôle, tel la vente de drogue ou de services illicites. Les partisans du bitcoin répliquent que bitcoin n'est qu'un outil, comme l'est la monnaie papier. Beaucoup d'outils facilitent les activités illégales: Internet, la cryptographie, le réseau Tor. Il est d'ailleurs déjà possible

d'acheter de la drogue en ligne en payant en bitcoins. Faut-il bannir ces outils pour autant ? Une chose est certaine: le bitcoin opère dans une zone encore floue de la légalité. Même les activités parfaitement licites sont confrontées à un problème de taille: comment déclarer des revenus en bitcoins ? Faut-il payer des impôts ? À ce titre, Bitcoin peut être considéré comme un gigantesque SEL à l'échelle d'Internet.

Nombreux, également, sont ceux qui pointent l'inégalité de Bitcoin. En effet, les premiers bitcoins étaient très faciles à générer. Les tous premiers entrants ont donc, sans effort, récolté des milliers de bitcoins. Est-ce que le fait d'avoir cru en bitcoin avant tout le monde est suffisant pour justifier leur nouvelle richesse ? Le bitcoin n'est-il pas une gigantesque pyramide de Ponzi ? De manière amusante, cette critique semble typiquement européenne. Dans un monde où la richesse est un signe de succès, les Américains ne semblent en effet pas y voir le moindre inconvénient, surtout dans la mesure où cet enrichissement entièrement virtuel ne s'est pas fait au détriment d'autres personnes.

Économiques, philosophiques, morales, techniques ou politiques, Bitcoin interpelle et soulève de nombreuses questions à propos du système dans lequel nous vivons, ne laissant personne indifférent. À tel point que certains se demandent si le prix actuel du bitcoin n'est pas entièrement artificiel et créé par l'enthousiasme des spéculateurs. Sa difficulté d'utilisation et l'apparent amateurisme des sites acceptant les bitcoins ne semblent pas plaider en faveur du bitcoin.

En Juin 2011, MtGox.com, le principal site d'échange de bitcoin contre des dollars, a été piraté et des opérations ont été réalisées de manière frauduleuse, plongeant l'économie du bitcoin dans l'incertitude pendant une semaine complète. La valeur du bitcoin n'en a que peu souffert mais, pour certains, l'événement a été un signal d'alarme: le bitcoin est encore très expérimental et sa valeur peut tomber à zéro en quelques

heures.

Mais, malgré tout, Paypal, les crédits Facebook et les pièces d'or de World of Warcraft nous ont démontré que la généralisation des monnaies virtuelles est une évolution inéluctable. Si elle n'est pas exempte de critiques, Bitcoin semble à ce jour la seule alternative libre et décentralisée utilisable.

Bitcoin disparaîtra-t-il comme une bulle spéculative après quelques mois ? Transformera-t-il durablement la société ? J'avoue ne pas en avoir la moindre idée mais je sais que mon plus grand cauchemar est de me réveiller un matin avec une petite tête blonde me demandant auprès de mon lit: « Papa, tu faisais quoi quand les crédits Facebook sont devenus l'unique moyen de paiement sur internet ? »

Notes

[1] Crédit photo : TraderTim (Creative Commons By-Sa)

Geektionnerd : MegaUpload ou le dommage collatéral de la loi Hadopi

Le site d'hébergement de fichiers en ligne Megaupload (et son pendant en streaming Megavideo) est dans l'œil du cyclone actuellement.

Une planche directement inspirée de cet article du Numerama : Merci Hadopi : MegaUpload en plein boom en France depuis Hadopi 2.

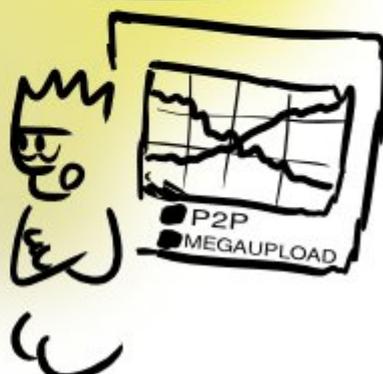
Un tel succès qu'il semblerait qu'Orange tente de le brider artificiellement mettant ainsi à mal la neutralité du Net.

MEGAUPLOAD

site d'hébergement de fichiers, principal gagnant de la loi Hadopi (jaimemegaupload.fr).

Le nombre d'échanges sur les réseaux peer-to-peer a largement baissé depuis le lancement d'Hadopi...

Duais, mais il manque une courbe dans votre graphique...



Pourtant, Hadopi est un succès ! (Non, non, je n'ai pas picolé.)

Bah oui ! Le peer-to-peer était un système d'échange totalement gratuit et décentralisé. Megaupload est une compagnie privée, tout est centralisé. Et pour partager quelque chose dessus, il faut casquer. C'est bien ce qu'on voulait nous faire faire, non ?

Si on ajoute à cela le fait que les majors font partie des plus gros annonceurs sur ce genre de sites, tout est dit...

M'étonnerait qu'ils refilent un pourcentage aux artistes, ceci dit...

Paraît que Sarkozy veut civiliser Internet. Un peu comme un analphabète qui voudrait t'apprendre à lire, sans doute. . .

zabun
ge

Crédit : Simon Gee Giraudot (Creative Commons By-Sa)

Sarkozy a un plan selon Guillaume Champeau

Si vous comptiez vous reposer un peu après l'éreintant épisode Hadopi, c'est raté.



En effet, un article important est apparu la semaine dernière dans le flux continu de mes fils RSS, **Décryptage : Sarkozy et son œuvre de contrôle du net** de Guillaume Champeau du site Numerama.

C'est un peu long (liens hypertextes inclus), mais si l'on souhaite réellement se donner les moyens de comprendre certaines choses dans le détail, il va bien falloir accepter de temps en temps d'aller plus loin que les 140 caractères des messages Twitter ! C'est également assez courageux, parce que c'est typiquement le genre d'articles qui ne vous fait pas que des amis, sauf à considérer que les RG peuvent devenir de nouveaux amis.

Guillaume Champeau en a d'ailleurs **remis une couche** ce week-end, chez la petite webradio associative qui monte OxyRadio, au cours de l'émission Les enfants du Web animé de sa voix suave et viril par notre ami Mathieu Pasquini (licence Creative Commons By-Sa).

À podcadster, à écouter, à faire écouter :

Télécharger : mp3 ou **ogg**

J'aurais aimé ne pas l'écrire mais ça ressemble beaucoup à du « nous ne pouvons pas dire que nous ne savions pas »^[1].

Décryptage : Sarkozy et son œuvre de contrôle du net

URL d'origine du document

Guillaume Champeau – 20 mai 2009 – Numerama

Licence Creative Commons By-Nc-Nd

« Le président de la République actuel a un plan ». C'est la première phrase du livre de François Bayrou, Abus de Pouvoir, et l'on peut la vérifier au moins en ce qui concerne le contrôle du net. Depuis la loi DADVSI où il était président de l'UMP et ministre de l'intérieur, Nicolas Sarkozy a déployé son plan pour contrôler le net. Il a commencé à l'appliquer avant-même la loi Hadopi, et prévoit de le parachever avec la Loppsi. Dans cet article exceptionnellement long, Numerama tente un décryptage du net selon Sarkozy.

Petit à petit, les pièces du puzzle s'assemblent et l'image se révèle sous nos yeux. Le projet de loi Création et Internet n'a pas encore été promulgué que déjà le morceau suivant s'apprête à faire son apparition. Projet de loi après projet de loi, décret après décret, nomination après nomination, Nicolas Sarkozy prépare méthodiquement les moyens pour le gouvernement de contrôler Internet... et les internautes.

Lundi, Le Monde a publié un excellent article sur la prochaine loi d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure (Loppsi, ou Lopsi 2), qui montre ce que prévoit le nouveau texte commandé par Nicolas Sarkozy : installation de mouchards électroniques sans vérification de

leur légalité par les services de l'Etat, légalisation des chevaux de Troie comme mode d'écoute à distance, création d'un super-fichier « Périclès » regroupant de nombreuses données personnelles (numéros de carte grise, permis de conduire, numéros IMEI des téléphones mobiles, factures...), création d'un délit d'usurpation d'identité, pouvoir de géolocaliser les internautes, ...

Sans cesse repoussée, la loi est attendue de pieds fermes par Nicolas Sarkozy. C'est d'ailleurs en partie elle qui a justifié l'obsession du Président à maintenir contre vents et marée la loi Hadopi. Car « le président de la République actuel a un plan ». Pour le comprendre, il nous faut accumuler les pièces à conviction. Certaines relèvent très certainement de la paranoïa, d'autres sont véritablement réfléchies par le Président.

Mises bout à bout, elles laissent peu de doute sur la volonté de Nicolas Sarkozy de contrôler le net, aussi bien dans son contenu que dans son infrastructure.

Au commencement, Nicolas Sarkozy voulu devenir Président

Très tôt dans sa carrière politique, Nicolas Sarkozy n'a eu qu'une obsession : devenir président de la République. Et une vision : pour y parvenir, il fallait contrôler les médias. Maire de Neuilly-Sur-Seine, il s'efforce de faire entrer rapidement dans son cercle d'amis proches les Martin Bouygues, Lagardère (père et fils) et autres Dassault qui le conduiront par leur amitié complice au sommet du pouvoir. C'est d'autant plus facile que ces capitaines d'industrie, propriétaires de médias, dépendent pour l'essentiel de leurs revenus des commandes de l'État. Entre amis, on sait se rendre des services...

Toute cette énergie de réseautage a été mise au service de son ambition présidentielle. En 2007, c'était la bonne. Première

tentative, première victoire. Mais Nicolas Sarkozy a eu chaud. Il avait négligé Internet. A quelques points près, François Bayrou – qui a au contraire beaucoup misé sur Internet pendant la campagne – passait devant Ségolène Royal au premier tour de la Présidentielle, et c'est le leader du MoDem qui se serait retrouvé à l'Élysée.

Il serait faux toutefois de prétendre que Nicolas Sarkozy, qui s'était assuré le soutien du blogueur Loïc Le Meur (à l'époque le plus influent), s'est aperçu trop tard du pouvoir du net. Fraîchement élu, le président Sarkozy n'avait pas tardé à demander « l'avènement d'un internet civilisé », prônant une « campagne de civilisation des nouveaux réseaux ». Le coup de Trafalgar du refus de la Constitution européenne par les Français avait montré pour la première fois au monde politique les limites des médias traditionnels face à Internet, où l'opposition au texte européen fut virulente. Les amis de Nicolas Sarkozy dans les grands médias et l'industrie culturelle l'ont très vite convaincu qu'il fallait faire quelque chose. Lui pour conserver le pouvoir, eux pour limiter cette concurrence gênante. C'est Renaud Donnedieu de Vabres (RDDV) qui s'est chargé des basses oeuvres, sous l'oeil attentif de son président de l'UMP et ministre de l'intérieur de l'époque, Nicolas Sarkozy.

DADVSI et HADOPI : les premières pierres vers le filtrage

Derrière les apparences d'une première loi contre le piratage sur Internet, comme l'avait prédit le journaliste américain Dan Gillmor, c'est une alliance à trois qui s'est formée entre le pouvoir politique, le pouvoir médiatique et l'industrie culturelle. A peine la riposte graduée (déjà) adoptée, RDDV avait prévenu que la loi DADVSI « n'est que le premier d'une longue série d'adaptations de notre droit à l'ère numérique », et qu'il comptait bien s'attaquer « un jour au problème de la presse et de l'Internet ». C'était en 2006.

Affaibli par la débâcle de DADVSI, le ministre de la Culture n'a pas eu le temps de mettre son projet en application. Mais l'idée d'accorder un label à la presse professionnelle en ligne et de doter les sites de presse d'un statut particulier opposé aux blogs était née. Nicolas Sarkozy l'a mise en application cette année. Le tout en permettant à la vieille presse papier de bénéficier par ailleurs de substantielles aides de l'État, contrairement à la libre concurrence, pour investir le net.

Avec la loi Hadopi, qu'il a maintenu jusqu'à mettre en péril la cohésion du groupe UMP, le chef de l'État a réussi à imposer à tous les foyers français l'installation d'un « logiciel de sécurisation », qui, sous la forme d'un mouchard, aura pour but de filtrer les sites internet et certains logiciels. Soit de manière franche, en bloquant l'accès à des contenus ou des protocoles. Soit de manière plus sournoise, en mettant en place un système qui met en avant les sites labellisés par l'Hadopi ou par les ministères compétents, pour mieux discréditer les autres. Les sites de presse professionnels feront bien sûr partis un jour des sites labellisés, tandis que la multitude de blogs ou de sites édités par des journalistes non professionnels verront leur crédibilité mise en doute. Pour le moment on ne sait rien du périmètre des caractéristiques imposées par l'État aux logiciels de sécurisation, et c'est bien là sujet d'inquiétudes. Il suffira d'étendre par décret la liste des fonctionnalités exigées pour que la censure se fasse de plus en plus large et précise, hors du contrôle du législateur ou du juge.

LOPPSI : le filtrage imposé aux FAI

Si elle prévoit la création de ce logiciel de sécurisation, et suggère fortement son installation, la loi Hadopi ne fait cependant pas de son installation une obligation. Le risque d'inconstitutionnalité serait trop fort. Il faut donc compléter le tableau, en organisant un filtrage au niveau de

l'infrastructure du réseau. C'est le rôle de la loi Loppsi, chapeauté par Michèle Alliot-Marie.

Entre autres choses, la Loppsi va imposer aux FAI une obligation de filtrage de résultat. Ils auront le devoir de bloquer l'accès à des sites dont la liste sera déterminée par l'administration, sous le secret. Ce qui n'est pas sans poser d'énormes problèmes dans les quelques pays qui ont déjà mis en place cette idée. Là aussi, une fois mis le pied dans la porte, sous prétexte de lutter contre la pédophilie (une tentation du pathos contre laquelle il faut résister), il suffira d'étendre la liste des exceptions qui donnent droit au filtrage. Ici pour les maisons de disques victimes de piratage, là pour les sites de presse suspectés de diffamation, ou pour les sites de jeux d'argent qui ne payent pas leurs impôts en France. La liste n'aura de limites que l'imagination et l'audace des gouvernants.

Encore faut-il que ces idées de contrôle du net puissent se mettre en place sur le terrain, ce qui nécessite des hommes et des femmes peu regardants. C'est dans cet art que Nicolas Sarkozy excelle le plus.

Le choix des hommes, le triomphe des idées

Dès 2006, Nicolas Sarkozy a compris qu'il aura besoin de verrouiller son gouvernement et les télécoms pour mettre en place son plan de contrôle d'internet. Christine Boutin, qui avait été une farouche et convaincante opposante à la loi DADVSI fin 2005 (au point de faire basculer le vote de certains députés UMP pour la licence globale), et qui avait défendu l'idée d'un internet libre, s'est ensuite mue dans un silence confondant à la reprise des débats en mars 2006. En échange, et entre temps, elle a reçu la promesse de Nicolas Sarkozy d'entrer au gouvernement après les élections présidentielles si elle mettait sa langue dans sa poche. Les deux ont tenu parole.

Président de la République, Nicolas Sarkozy a ainsi composé son gouvernement de manière à accomplir son oeuvre sans opposition interne. Nadine Morano à la Famille, et Michèle Alliot-Marie à l'Intérieur, n'ont pas eu besoin de forcer leur nature pour prêcher la censure de certains sites Internet ou le filtrage des sites pédophiles ou terroristes. Porte-parole de l'UMP, pilotée par l'Elysée, le lobbyiste Frédéric Lefebvre ne passe plus une semaine sans se confondre en invectives contre Internet, et réclamer le filtrage. En plaçant l'ex-socialiste Eric Besson au numérique, Sarkozy pensait peut-être aussi paralyser les critiques à la fois de son propre camp et de l'opposition, tout en s'assurant le soutien d'un homme qui a troqué ses convictions pour son ambition. En le remplaçant par Nathalie Kosciusko-Morizet, plus rebelle, Sarkozy a pris un risque. Mais il fait aussi un pari. Celui que son frère Pierre Kosciusko-Morizet, président des deux plus gros lobbys français du numérique hostiles au filtrage, serait moins audible dans son opposition si sa soeur est systématiquement suspectée de collusion lorsqu'elle défend le même point de vue. Ce qui n'a pas manqué lorsque PKM a prêché, dans le vide, un moratoire sur la loi Hadopi.

Il a fallu aussi convaincre dans les télécoms. Free, à la nature frondeuse, reste le plus difficile à manipuler pour Nicolas Sarkozy. Il a toutefois trouvé une arme : la quatrième licence 3G. L'opérateur sait qu'elle va être rapidement indispensable pour continuer à concurrencer Bouygues, SFR et Orange, qui peuvent tous proposer des offres regroupant ADSL et mobile. Mais elle est dépendante de la volonté du gouvernement. Très rapidement, Christine Albanel a fait comprendre à Free qu'il devrait être obéissant pour espérer accéder à la fameuse licence. Depuis, le dossier ne cesse d'être repoussé sous des prétextes fumeux, et Free a mis de l'eau dans son vin contre Hadopi et contre le filtrage, dans l'espoir de ne pas hypothéquer ses chances d'avoir accès à la téléphonie mobile.

Pis, Nicolas Sarkozy a fait nommer numéro deux de France Telecom Stéphane Richard, le directeur de cabinet de Christine Lagarde, qui ne compte « que des amis » dans la commission qui déterminera le prix de la quatrième licence 3G. L'homme aura également pour mission de mettre en oeuvre le filtrage chez Orange, qu'il dirigera d'ici deux ans.

Le contrôle des institutions ayant leur mot à dire sur le filtrage

Enfin, Nicolas Sarkozy s'est également assuré de contrôler les institutions qui pourraient lui faire de l'ombre. La CNIL, qui s'est opposée à l'Hadopi, n'aura pas le droit de siéger au sein de la haute autorité. Les amendements le proposant ont été refusés. Elle n'a pas non plus eu le droit de publier son avis contre la loi Hadopi, et les deux députés commissaires de la CNIL, tous les deux membres de l'UMP, ont voté pour la loi. L'un des deux, Philippe Gosselin, a même été un farouche défenseur de la loi à l'Assemblée, et sans doute au sein de l'institution. Dans son dernier rapport annuel, la CNIL a dénoncé l'omerta imposée par le gouvernement, et son manque d'indépendance, notamment financière.

Plus directement, Nicolas Sarkozy a également évincé l'autorité de régulation des télécommunications (Arcep) des études sur le filtrage, auquel elle était hostile. Redoutant que l'autorité ne reste trop à l'écoute des professionnels des télécoms et des internautes, le président de la République a récemment mis à la tête de l'Arcep Jean-Ludovic Silicani, l'ancien président du Conseil de la propriété littéraire et artistique (CSPLA). Un homme notoirement favorable au filtrage et à la lutte contre le P2P. Le CSPLA, rattaché au ministère de la Culture, compte par ailleurs parmi ses membres le Professeur Sirenelli, à qui le gouvernement confie quasiment toutes les missions juridiques liées au filtrage depuis quatre ans, avec un résultat certain.

Finalement, c'est au niveau européen que Nicolas Sarkozy

compte ses plus forts adversaires. Il a entamé un bras de fer avec le Parlement Européen sur l'amendement Bono, et exerce un lobbying intense sur les États membres pour qu'ils refusent de marquer dans le marbre le principe du respect de la neutralité du net, contraire au filtrage. Il peut compter sur le soutien de Silvio Berlusconi, propriétaire de médias, qui met en place exactement le même plan en Italie. Mais il redoute l'opposition des députés européens.

D'où l'importance des élections européennes du 7 juin prochain. De leur résultat dépendra peut-être la réussite ou l'échec du plan mis en place par Nicolas Sarkozy.

Notes

[1] Crédit photo : Judepics (Creative Commons By)

Sans les « pirates » l'offre de musique légale risque de prendre l'eau

Alors qu'en ce moment même est débattu pour la deuxième fois à l'Assemblée nationale le projet de loi Création & internet, que le gouvernement veut imposer en dépit des nombreuses voix qui s'élèvent contre dans le monde de l'Internet (Quadrature du Net, Free, pétition de SVM) chez les artistes (lettre ouverte de personnalités du cinéma, producteurs indépendants de musique) des et même dans les rangs de la majorité, il n'y a qu'à se



pencher pour trouver des éléments invalidant les contre-vérités dont les pro-Hadopi nous rebattent les oreilles.^[1]

On sait que ce projet de loi, sous prétexte de défendre la création et les artistes, vise à maintenir sous perfusion le monopole de majors et de producteurs dont le modèle commercial obsolète est condamné, et l'on peut aisément avancer que depuis le début, les adversaires du téléchargement dit "illégal" et le gouvernement qui va dans leur sens se trompent de débat.

Plusieurs études ont montré que depuis le début des années 2000, alors qu'explosait le téléchargement par réseaux P2P, les ventes de musique et de DVDs, la fréquentation des salles de concerts et de cinéma n'avait cessé de croître.

Le gouvernement hollandais l'a d'ailleurs bien compris, et déclaré légal le téléchargement gratuit d'œuvres sous copyright, après qu'un rapport avait montré que les échanges de musique et de films par peer-to-peer étaient bénéfiques à l'industrie du divertissement.

Par ailleurs, une étude norvégienne a démontré que les téléchargeurs sont aussi ceux qui achètent le plus de musique disponible au téléchargement payant.

C'est donc la traduction d'un billet détaillant cette étude que nous vous proposons ici pour prouver, s'il en était encore besoin, que le projet de loi Création & Internet, s'il est adopté, sera, en plus d'être coûteux, inepte, injuste et obsolète, complètement inutile.

Étude : Les pirates sont aussi les plus gros acheteurs de musique. Réponse des labels : Mais bien sûr !

Study: pirates biggest music buyers. Labels: yeah, right

*Jacqui Cheng – 20 avril 2009 – Ars Technica
(Traduction Framalang : Tyah, Olivier, Don Rico)*

D'après une récente étude norvégienne, ceux qui téléchargent de la musique "gratuitement" sur les réseaux P2P (peer-to-peer, ou poste à poste) sont plus enclins à acheter légalement leur musique que ceux qui ne s'écartent pas du droit chemin. Les labels de musique, cependant, ne veulent pas y croire.

Selon une étude de la BI Norwegian School of Management, ceux qui téléchargent des copies illégales de musique sur les réseaux P2P sont les plus gros consommateurs de musique légale. Les chercheurs ont examiné les habitudes de téléchargement de plus de 1 900 internautes âgés de plus de quinze ans, et concluent que les habitués du téléchargement illégal de musique sont significativement plus enclins à acheter de la musique que ceux qui n'utilisent pas les réseaux P2P.

Sans surprise, les conclusions de la BI établissent que les 15-20 ans sont plus enclins à payer pour télécharger de la musique numérique qu'à acheter des CDs, même si la plupart d'entre eux ont acquis un CD au cours des six derniers mois. Cependant, quand on arrive aux échanges par P2P, il semblerait que ceux battant pavillon noir sont aussi les clients les plus enthousiastes de sites comme iTunes et Amazon MP3. BI affirme ainsi que ceux qui déclarent télécharger de la musique illégalement et "gratuitement" consomment dix fois plus en musique légale que ceux qui ne téléchargent jamais illégalement. La traduction automatique de Google de la déclaration d'Auden Molde de la Norwegian School of Management à l'Aftenposten dit ainsi : "Le plus surprenant reste la très importante proportion de téléchargement légal".

Le label EMI émet toutefois des doutes sur les statistiques de la BI. Bjørn Rogstad de EMI déclare à l'Aftenposten que les résultats laissent à penser que le téléchargement gratuit stimule le téléchargement payant, mais rien n'est moins sûr.

"Si une chose est sûre, c'est que la consommation de musique augmente alors que les revenus diminuent. La seule explication est que le téléchargement illégal est plus important que le téléchargement légal", poursuit-il.

En rejetant ainsi les résultats de l'étude, Rogstad ne tient pas compte du fait que l'Internet a considérablement modifié la façon d'acheter de la musique. Les labels de musique ne vendent plus les albums complets par camions entiers comme c'était le cas avec les supports physiques, ils vendent aujourd'hui de gros volumes de chansons individuelles, de morceaux choisis. Le vieux format de l'album se meurt à cause de la vente de musique sur Internet, ce n'est un secret pour personne, et ça explique en grande partie la baisse générale du chiffre d'affaire de la musique.

Le rapport de la BI corrobore celui de la branche canadienne de la RIAA, la Canadian Record Industry Association, publié en 2006. À l'époque, l'organisme conclut que les utilisateurs des réseaux P2P achètent aussi plus de musique que l'industrie ne veut l'admettre, et que les réseaux P2P ne sont pas la cause principale de la baisse des ventes de musique. 73% des participants à l'étude de la CRIA déclaraient acheter la musique après l'avoir téléchargée illégalement, alors que si les non-"pirates" n'achetaient pas de musique, c'était simplement par paresse.

Notes

[1] Crédit photo : Mikebaird (Creative Commons By)

3 000 jours de retard pour Hadopi

Il y a une semaine, Sylvain Zimmer, l'un des fondateurs de la plate-forme de musique « libre, légale et illimitée » Jamendo, faisait paraître un intéressant article témoignage dans la presse (en l'occurrence Le Monde), que nous avons choisi de reproduire ici avec son autorisation (oui, je sais, c'est sous licence Creative Commons, donc il n'y a pas besoin d'autorisation, mais rien n'empêche l'élégance et la courtoisie).



3 000 jours de retard, ça nous ramène directement à l'époque de l'apogée de Napster, où il n'était quand même pas si compliqué de comprendre que nous étions à l'aube de grands bouleversements^[1] dans le monde musical...

3 000 jours de retard pour HADOPI

Sylvain Zimmer – 12 avril 2009 – Jamendo

Paru initialement dans le supplément TV du Monde

Licence Creative Commons By-Sa

Pour comprendre pour quel Internet a été pensée la loi Hadopi, il faut revenir seulement 3 000 jours en arrière. Un disque dur de 15 Go coûtait 100 euros. Les réseaux peer-to-peer n'étaient pas encore cryptés, on pouvait rêver de les contrôler un jour. Je n'avais que 16 ans à l'époque, mais je me souviens encore du peu de gens dans la rue qui portaient des écouteurs. Forcément, l'iPod n'existait pas. Wikipédia, Facebook et YouTube non plus. Trois des sept sites les plus fréquentés aujourd'hui, tous gratuits.

Que s'est-il passé entre-temps qui a manifestement échappé aux

douze députés ayant voté pour la loi Hadopi ? L'innovation. Des géants sont nés dans les garages de quelques auto-entrepreneurs et ont révolutionné l'accès à la culture en la rendant gratuite pour tous. On peut les accuser d'avoir fait chuter les ventes de CD, mais déjà à 16 ans je savais que je n'en achèterai aucun de ma vie. Cela ne m'a pas empêché de dépenser plus de 8 000 euros, depuis, en places de concert. Le marché de la musique se transforme, mais globalement ne cesse de grossir. Nous passons d'une économie de stock où le mélomane était limité par son budget CD à une économie de flux où la valeur ne se situe plus dans la musique elle-même (car elle est numérique, donc illimitée, donc gratuite), mais dans ce qu'elle représente : la relation entre un artiste et ses fans.

En 2008, la meilleure vente de musique en ligne sur Amazon a été un album de Nine Inch Nails, un groupe qui distribue pourtant sa musique gratuitement et légalement par ailleurs. Qu'ont donc acheté ces gens ? Certainement pas la musique elle-même. Comme les millions d'autres qui l'ont écoutée gratuitement, ils sont devenus fans, l'ont « streamée », partagée sur Facebook ou ailleurs, l'ont recommandée à leurs amis qui, à leur tour, ont acheté places de concert, coffrets collectors et autres produits ou services dérivés.

Tous les jours, des milliers d'artistes comprennent ce qu'ils ont à gagner dans la diffusion gratuite. La fidélité accrue de leurs fans crée de la valeur. Soyons cyniques : peut-être que la loi Hadopi servira à accélérer cette transformation de l'économie culturelle, cette éducation des artistes au monde numérique. Quand arriveront les premières lettres recommandées, les premières coupures d'Internet, quel cadeau pour le gratuit et légal ! Quelle remise en question pour l'artiste constatant que ses fans, punis, n'ont plus accès à Wikipédia !

Plus concrètement, comme les lois LCEN et DADVSI qui l'ont précédée, on se souviendra (ou pas) d'Hadopi comme d'une loi

inapplicable dès son premier jour, imaginée pour une économie et des technologies déjà dépassées. Un gaspillage de temps et d'argent que le gouvernement aurait certainement mieux fait de consacrer à des lois plus pertinentes en faveur de l'environnement ou des auto-entrepreneurs. Car ce sont eux qui aujourd'hui innovent et préparent ce que sera Internet dans 3 000 jours. Quand l'industrie musicale existera toujours, mais ne vendra plus de disques. Quand télécharger un film prendra moins d'une seconde. Quand 200 ans de musique tiendront dans la poche. Quand une nouvelle génération d'artistes n'aura ni e-mail ni ADSL, mais un compte Facebook et une connexion Internet sans fil permanente. C'est pour ce siècle-là, pas pour le précédent, que nous devons penser la culture.

Notes

[1] Crédit photo : Inocuo (Creative Commons By)