

**“ Attrape-moi si tu peux ” : Consommateurs ordinaires
et rôle de la matérialité dans la pérennisation d’une
pratique illégale de consommation**

Alix Poels

► **To cite this version:**

Alix Poels. “ Attrape-moi si tu peux ” : Consommateurs ordinaires et rôle de la matérialité dans la pérennisation d’une pratique illégale de consommation. Journées Normandes de la Consommation , Nov 2016, Caen, France. hal-01385127

HAL Id: hal-01385127

<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01385127>

Submitted on 20 Oct 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« Attrape-moi si tu peux » : Consommateurs ordinaires et rôle de la matérialité dans la pérennisation d'une pratique illégale de consommation.

Alix Poels*

Docteur en Sciences de Gestion

Institut de Recherche en Gestion - Université Paris Est

*** 4, route de Choisy - 94010 Créteil, email : Alix.poels@gmail.com tel : 06.87.79.19.87**

Résumé :

Comment certaines pratiques illégales peuvent-elles se pérenniser ? La littérature en comportement du consommateur s'est jusqu'ici principalement intéressée aux processus d'intégration des pratiques de consommation marginales, illégitimes ou illicites. La question de la pérennisation de ces pratiques, de leur maintien dans le temps voir de leur permanence reste en revanche peu étudiée. Ce travail de recherche mobilise une approche néo institutionnelle en vue de comprendre comment une pratique illégale de consommation peut se pérenniser via un travail institutionnel mené par des consommateurs ordinaires ; il vise, de façon plus spécifique, à comprendre le rôle que tient la matérialité dans ce travail de maintien d'une pratique. Au terme d'une analyse compréhensive de la pratique du téléchargement illégal en France de 2008 à 2013 mobilisant des entretiens semi-directifs et des données secondaires, nous montrons comment des artefacts habilitants modèlent la pratique de téléchargement illégal et façonnent la consommation de contenus piratés. Plus précisément, nos résultats montrent que les artefacts technologiques permettent de déconnecter sanction et pratique illégale, rendant par là possible l'institutionnalisation de la pratique. Cette recherche permet, par effet miroir, de comprendre le rôle de la matérialité dans la déstabilisation d'un ordre institutionnel existant et identifie un certain nombre de pistes d'évolution quant à la construction de l'offre légale de contenus culturels dématérialisés.

Abstract :

How are some illegal practices sustained? Prior studies have depicted how marginal, illegitimate or illicit practices could be integrated to the market. However, their sustainability is understudied in consumer research. Drawing on Neo Institutional Theory, our main purpose in this research is to understand how ordinary consumers and materiality through institutional work sustain an illegal practice. By examining the case of illegal downloading in France from 2008 to 2013 and a qualitative method, based on interviews and secondary data, we show how artefacts are enabling the illegal practice and shape the consumption of pirated content. Results expose how an illegal practice is institutionalized through materiality. Our main contribution is to bring an understanding on how materiality may destabilize an institutional order. We offer also some managerial implications regarding the legal offer of digitalized contents.

INTRODUCTION

Un phénomène empirique d'intérêt

“Governments of the Industrial World, you weary giants of flesh and steel, I come from Cyberspace, the new home of Mind. On behalf of the future, I ask you of the past to leave us alone. You are not welcome among us. You have no sovereignty where we gather. (...)

Your legal concepts of property, expression, identity, movement, and context do not apply to us. They are based on matter, there is no matter here »

John Perry Barlow, 1996, *A Declaration of the Independence of Cyberspace*

L'histoire de la genèse sociotechnique d'Internet est portée par un ensemble de croyances et de valeurs libertaires (Cardon, 2012). Ses concepteurs issus de la communauté scientifique puis, quelques années plus tard les « hackers » émanant de la contre-culture californienne « rêvent d'un monde où les hommes pourraient échanger de l'information librement d'un bout à l'autre de la planète, où les communautés en ligne renforceraient ou remplaceraient les communautés locales, où les conférences informatiques permettraient d'exercer une intelligence collective, de construire un nouvel espace public » (Flichy, 2001). Il s'affirme alors une culture commune « une sensibilité aux valeurs du don qui suppose la confiance dans les autres, la “foi” dans le lien social » (Coris, 2007). L'informatique libre¹ repose sur la culture hacker, ou hackerisme : l'accès aux ordinateurs doit être illimité et total; l'information doit être libre et gratuite ; il faut se méfier de l'autorité, promouvoir la décentralisation ; abolir toute trace des inégalités de condition et juger l'autre en fonction de la valeur de ce qu'il crée, et non en fonction de sa position sociale ou des diplômes détenus. Cette culture est partie intégrante de l'ADN du réseau des réseaux². Les principes de décentralisation et de réciprocité ont été littéralement codés (Cardon, 2012) par les pionniers dans sa structure et ses protocoles (Castells 2002; Lessig 2006). Ce qui marque surtout dans cette genèse, c'est l'élimination des hiérarchies importunes au profit de l'auto-organisation spontanée des individus, et le manifeste d'indépendance du Cyberspace rejetant sujétion, règles disciplinaires du monde réel et tout particulièrement celles des Etats.

De l'utopie libertaire à l'émergence d'une nouvelle forme, en réseau, de capitalisme³

La contre-culture, dont se nourrit le réseau, place au centre de ses préoccupations l'individu et sa créativité. L'émancipation ne passe pas par une volonté de refondre l'Etat et ses institutions, mais par l'intermédiaire de communautés volontaires auto-organisées (Turner 2010). Internet est un espace « à part », un espace « autre » (Cardon 2012). Cette utopie d'un territoire indépendant se délaye cependant à partir des années 80, avec l'élargissement de l'Internet à un spectre plus large de pratiques économiques et sociales (Turner, 2010), car si l'hostilité de la contre-culture à l'égard des organes étatiques est prégnante, elle est moins aiguë à l'endroit du marché. Barbrook (2000) a ainsi montré la porosité du couple libéral-libertaire et « le communisme libéral » de la Silicon Valley. Cardon (2012, p.27), quant à lui, a mis

¹ L'informatique libre recouvre, à l'échelle de la planète, un ensemble de pratiques informatiques s'inspirant de principes libertaires, prônant une économie de l'entraide fondée sur la libre distribution des codes et de nouvelles manières de coopérer par l'intermédiaire des réseaux (Proulx, Massit-Folléa, Conein 2005)

² Internet

³ Cardon (2012) décrit le passage de cette utopie libertaire à ce qu'il nomme le « capitalisme en réseau ».

en exergue un processus « *de dépolitisation de la volonté d'émancipation originelle des pionniers de l'Internet* ». La marchandisation de l'Internet (Flichy 2001; Barbet 2013) s'est imposée brillamment en épousant les principes d'ouverture, de partage du réseau (Anderson 2009), empruntant à la contre-culture des valeurs qui ont nourri « *le capitalisme de partage* » d'acteurs comme Google ou Facebook (Cardon, 2012).

Ce que contient ce « capitalisme de partage », en promouvant l'auto-organisation et l'élimination des hiérarchies, est aussi l'abatement des réglementations et du pouvoir étatique (Morozov, 2013).

Réguler à l'heure du numérique

Le rôle de l'Etat est complexe : à la fois guidé par un impératif d'accessibilité citoyenne à l'Internet, il se heurte à son propre retard en matière de législation⁴. La régulation d'Internet, cet espace « autre » (Cardon, 2012) soulève à la fois la question de l'efficacité des lois, mais aussi celle des contrôles à mettre en œuvre, entre respect des libertés et impératif de sécurité et de protection des droits⁵.

Des représentants institutionnels comme Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de la Commission nationale informatique et libertés (CNIL) et des auteurs tels que Dahmani et al. (2007) ont ainsi souligné la difficulté pour l'Etat de réguler les nouvelles pratiques liées au numérique, que celles-ci soient portées par des géants de l'Internet ou des start-up. On peut penser à l'exemple récent du service UberPop⁶, ou encore au projet Amazon Flex⁷, de la société Amazon.

Cette difficulté à légiférer sur le numérique porte aussi sur des pratiques propres au champ de la consommation, qu'elles soient à la frontière de la légalité (e.g. les jeux d'argent en ligne) ou illégales (e.g. l'achat de médicaments interdits en France). Subséquemment, la difficile question de la régulation et de son efficacité à l'heure du numérique pose, en miroir, la question de la pérennisation des pratiques de consommation illégales, c'est-à-dire de leur maintien dans le temps et de leur cohabitation avec un ordre institutionnel existant car la régulation se manifeste parfois par un tumulte réglementaire, rapidement bousculé par les avancées technologiques.

Ces pratiques de consommation, qui ont pour caractéristiques de transgresser la loi, comportent un certain nombre d'enjeux car elles ont des conséquences matérielles, des conséquences pour les consommateurs, les marketeurs et les institutions marketing. Elles soulèvent aussi la question du rôle des Sciences de Gestion dans la captation et l'intégration au marché de ces pratiques de consommation, lorsque l'appareil législatif échoue.

Sur le plan théorique, des études portent sur les processus d'intégration de pratiques de consommation marginales, illégitimes ou illicites au marché (Sandikci et Ger 2009; Humphreys 2010a; Goulding et al. 2009), cependant la question de leur pérennisation, de leur maintien dans le temps voire de leur permanence reste peu étudiée, ce à quoi cette recherche prétend répondre.

⁴Libération, 26 Septembre 2015 : http://www.liberation.fr/economie/2015/09/26/la-republique-numerique-a-l-heure-du-changement_1391110

⁵ <http://www.vie-publique.fr/politiques-publiques/etat-internet/libertes-individuelles/>

⁶ Uber est une entreprise développant et exploitant des applications mobiles de mise en contact de consommateurs avec des conducteurs réalisant des services de transport. Elle participe à l'organisation d'une activité commerciale régulière (un service) mais en dispensant les particuliers-conducteurs d'UberPop d'inscription et d'assurance professionnelle. Uber a fait l'objet de nombreuses polémiques portant sur les principes de concurrence déloyale et de travail au noir de la part des pouvoirs publics français.

⁷ Amazon Flex propose aux particuliers de devenir livreur à la demande

Après avoir introduit le cadre théorique de ce travail, le terrain empirique est présenté. La méthodologie qualitative de l'enquête est ensuite exposée ainsi que les résultats émergeant du travail de terrain. En s'appuyant sur ces résultats, la littérature existante est discutée et des contributions théoriques sont proposées. Enfin des implications sociétales, managériales sont tirées de la recherche.

1. CADRE THEORIQUE

Pour passer d'un problème empirique à une question de recherche, deux pans théoriques sont mobilisés : Matérialité et Légitimité. Chacun de ces pans a fait l'objet de théories multiples. Afin de construire un cadre théorique cohérent et approprié au contexte de la recherche, ces deux prismes sont articulés entre eux par la mobilisation de la Théorie Néo-Institutionnelle et plus spécifiquement de la notion de travail institutionnel.

Pratiques illégales de consommation et marketing

Traditionnellement, le marketing s'intéresse peu « *aux comportements indésirables des consommateurs* » (Cox, Cox, & Moschis, 1990), définis comme des actes « *violant les normes de conduites dans des situations de consommation* » (Fullerton & Punj, 2004). Les auteurs, cependant, s'accordent sur l'existence, non négligeable, d'un « *côté obscur du consommateur* » (Fullerton & Punj, 2004).

Dans le champ du marketing, et plus particulièrement en comportement du consommateur, l'exploration des comportements illégaux a donné lieu à deux grandes lectures, l'une sous l'angle de la déviance, l'autre sous l'angle de la résistance. Ces approches sont à même de donner des clés pour la lecture des phénomènes de consommation illégale. Elles permettent notamment de comprendre l'entrée des consommateurs dans des comportements de déviance et de résistance et de mettre à jour les motivations inhérentes à ses comportements (Amine et Gicquel 2011; Roux 2007; Odou et Bonnin, 2014). Bien que riches, ces recherches, laissent cependant dans l'ombre la question de la pérennisation des pratiques illégales, c'est-à-dire de leur maintien dans le temps en l'état car elles restent centrées sur des approches micro-individuelles du comportement des consommateurs.

Comprendre la pérennisation

Le caractère pérenne d'une pratique illégale, qu'il dérive de la difficulté à légiférer, de l'inefficacité de la loi, ou de l'absence de légitimité de la sanction, implique son encastrement dans un ordre institutionnel existant. Pour saisir ce phénomène de pérennisation nous nous appuyons sur la théorie néo-institutionnelle.

Par son approche des processus de déstabilisation et de maintien (Lawrence et Suddaby 2006), ce cadre permet de comprendre comment des consommateurs peuvent participer à la pérennisation de l'illégalité. Le travail institutionnel, notamment, implique un effort de la part des acteurs (pour une pratique illégale, par exemple, un effort pour contourner la sanction) même si l'objectif de cet effort n'est pas nécessairement lié à une volonté de changement institutionnel. Enraciné dans la théorie néo-institutionnelle, le travail institutionnel souligne le travail créatif d'acteurs qui interagissent avec les structures sociales et technologiques (Orlikowski, 2000). De récentes recherches en marketing ont appelé à reconsidérer le rôle des consommateurs « ordinaires » (Odou et Bonnin 2014; Dolbec et Fischer 2015). L'approche via le travail institutionnel se révèle fructueuse car elle permet justement de comprendre comment des acteurs « ordinaires » peuvent s'adapter et improviser face à un ordre institutionnel existant (Smets, Morris, et Greenwood 2012). Dans le cas d'une pratique illégale, le

consommateur déploie un travail institutionnel spécifique, ses actions permettent la pérennisation de cette pratique et cristallisent des luttes institutionnelles.

La notion de travail institutionnel est souvent liée et attribuée aux acteurs « humains ». Monteiro et Nicolini (2014) montrent que le travail institutionnel comme toute forme de travail a besoin d'être compris comme le résultat d'un effort reposant sur une interaction entre humains et matériel, et pas simplement comme le produit de l'intention humaine : « *de la même manière qu'un maçon ne peut pas construire de maison sans ciment et sans brique, une institution ne peut être créée, maintenue ou déstabilisée sans matériaux* » (p.74). Nous mobilisons la notion de matérialité car le travail institutionnel est encastré dans un univers fait d'objets et de libertés ou d'entraves matérielles. La matérialité est nécessaire pour comprendre la diffusion et la stabilisation de pratiques (Blanc et Huault 2014) et elle « *est inextricablement liée au social* » Orlikowski (2007 p.1437). Elle apporte un éclairage permettant de comprendre comment les consommateurs se saisissent d'artefacts liés à une pratique illégale et le rôle de ces derniers dans le contournement d'un ordre institutionnel. La dimension matérielle du travail institutionnel, bien que reconnue (Lawrence & Suddaby, 2006), souffre d'un manque cruel d'investigations (Monteiro & Nicolini 2014).

La théorie néo-institutionnelle invite ensuite à explorer les liens entre légitimité et illégalité (Deephouse & Suchman 2008). Pour Jepperson (1991) certains systèmes sociaux peuvent allouer l'existence de réseaux illégaux et ces derniers peuvent s'institutionnaliser voir même devenir légitimes alors que pour d'autres auteurs, la légitimité nécessite un ancrage de la pratique dans les trois piliers des institutions (Chaney & Ben Slimane 2014). La question de la pérennisation de pratiques illégales invite donc à une réflexion sur les liens ténus entre institutionnalisation et légitimité (Chaney & Ben Slimane 2014).

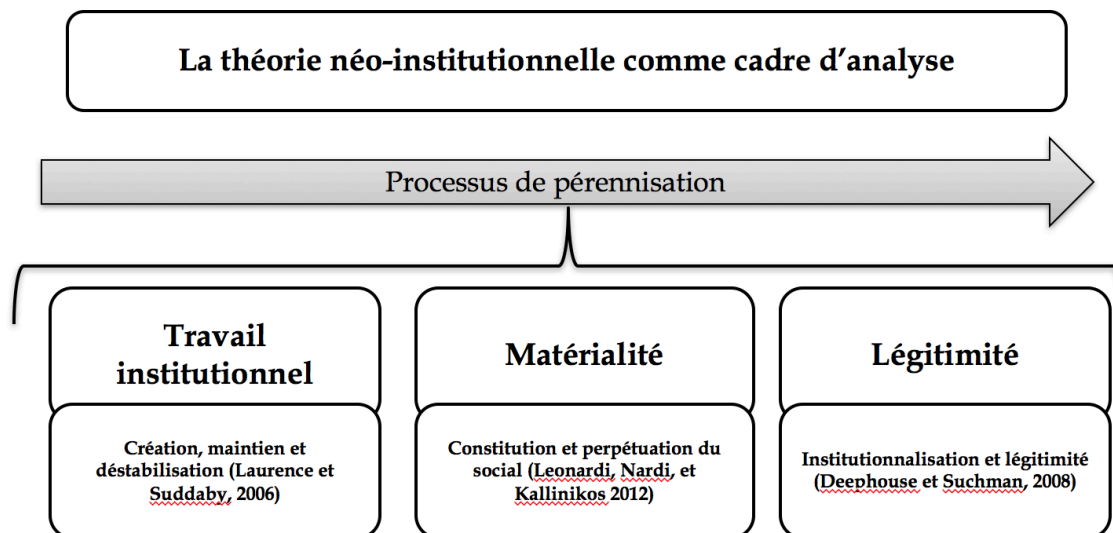


Figure 1. Synthèse du cadre théorique

C'est dans l'articulation des trois pans théoriques de la matérialité, du travail institutionnel et de la légitimité que s'ancre notre réflexion visant à comprendre le phénomène de pérennisation de pratiques illégales de consommation au travers de la question suivante : Quel rôle joue la matérialité dans l'effort de pérennisation d'une pratique illégale de consommation mené par des consommateurs ordinaires

2. METHODOLOGIE

Afin de répondre à ces questions de recherche nous avons mobilisé une approche méthodologique basée sur l'étude de cas (Yin 2013) nous permettant de répondre à trois objectifs :

- Identifier le travail institutionnel des acteurs
- Comprendre comment les consommateurs se saisissent de la matérialité
- Comprendre comment la pratique est légitimée

Nous avons identifié le téléchargement illégal comme étant un cas nous permettant de répondre à nos questions de recherche. Ce cas nous est apparu comme particulièrement illustratif des enjeux soulevés par notre questionnement théorique. Alliant « mythe » de l'Internet (Proulx & Goldenberg, 2010), enjeu économique (Bomsel, 2007) et « solutionnisme technologique » (Morozov, 2013), il offre l'opportunité d'explorer ces problématiques à travers l'étude d'un cas unique. L'histoire du téléchargement illégal, c'est d'abord l'histoire de la révolution numérique (Flichy, 2001), un des fers de lance de l'Internet comme espace libertaire et de la contre-culture décrite par Turner (2010). C'est ensuite une pratique illégale pérenne que l'appareil légal peine à endiguer (Dejean, Pénard et Suire, 2010) aussi bien en prodiguant un discours sur la moralité du consommateur qu'en punissant les téléchargeurs (Cluley 2013). Le téléchargement ou partage de contenus a été classiquement décrit comme une opposition entre consommateurs et industries culturelles (Giesler 2008; Giesler 2006; Denegri-Knott 2004; Garcia-Bardidia, Nau, et Rémy 2012), entre les tenants du partage et ceux pour qui l'accès aux contenus culturels doit être rémunéré (Aigrain, 2012.). Derrière cette opposition apparemment simple se cache pourtant une réalité complexe et en évolution constante, comme le note Stephen Witt dans son essai « *How music got free* ». Si le téléchargement illégal a pu être à ses débuts l'apanage d'idéologues aspirant à une révolution des droits d'auteurs, cette ère semble s'être aujourd'hui dissoute dans le retour aux modèles centralisés du téléchargement⁸ et l'entrée en jeu de nouveaux acteurs. Certaines plateformes illégales fonctionnant sur le modèle freemium⁹ proposent en effet des abonnements payants à leurs utilisateurs. Le p2p¹⁰, en comparaison, fait figure de « *radio amateur* » (Witt 2014, *l'adieu au piratage*¹¹). Il demeure encore des communautés p2p privées prônant la décentralisation, mais ces dernières, loin de promouvoir l'ouverture et l'accessibilité à tous et pour tous, sont extrêmement exigeantes en termes d'accès. Ces communautés fermées - les membres sont cooptés - réunissent des utilisateurs experts aux pratiques homogènes et aux intérêts semblables¹² ; elles exigent de leurs membres des lignes de conduite strictes. Cette évolution rend complexe la question de la régulation du téléchargement illégal, entre réseaux desservis par des serveurs basés à l'étranger, hors de la juridiction française, respect des libertés fondamentales du citoyen sur Internet et évolutions technologiques. Nous sommes conscients du caractère idiosyncratique

⁸ http://www.lemonde.fr/week-end/article/2011/03/11/peer-to-peer-la-fin-d-un-protocole_1490997_1477893.html

⁹ Est gratuit dans ce modèle tous les biens et services existants avec une version payante (journaux, logiciels). Il n'est gratuit que pour les utilisateurs dits « de base » (Anderson, 2009)

¹⁰ p2p ou pair-à-pair. Ce terme désigne le type d'architecture réseau inaugurée par Napster : « dans laquelle un très grand nombre d'utilisateurs peuvent échanger entre eux fichiers et informations sans que ceux-ci aient à être stockés sur un serveur central » (Beuscart 2002, p.465).

¹¹ « L'adieu au piratage ». 2015. *Slate.fr*. Consulté le 27 septembre.<http://www.slate.fr/story/103973/adieu-piratage>.

¹² http://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/09/22/telechargement-le-club-secret-et-elitiste-des-passionnes-du-partage-en-ligne_4492049_4408996.html

(Journé, 2012) du cas unique. Pour autant dans la perspective d'une étude diachronique celui-ci nous semble le plus approprié.

Nous avons mené 24 entretiens (en deux temps) auprès de téléchargeurs afin de comprendre l'histoire de la pratique de téléchargement illégal pour chacun de nos répondants.

Nous avons eu recours à une collecte de données secondaires, issues de sources médiatiques afin de contextualiser les données primaires issues de nos entretiens, ces dernières étant un vecteur puissant de représentations sociales. L'objectif étant d'identifier les parties prenantes et les opposants au téléchargement illégal après la mise en place de la Hadopi, ainsi que d'identifier et de recouper avec nos entretiens les moyens techniques à disposition des téléchargeurs. Ces données secondaires s'étalent sur la période courant de janvier 2008 à juillet 2013, du moment où s'engage le débat sur le projet Hadopi, à sa réforme en 2013.

Enfin, dans un objectif de triangulation des données, trois interviews complémentaires ont été menées avec des experts de la question du téléchargement illégal nous avons mené des entretiens avec un des membres de la commission Olivennes¹³, un juriste spécialiste des questions de propriété intellectuelle, auteur du blog Silex et le porte-parole de l'association la Quadrature du Net.

La durée moyenne des entretiens est de 50 minutes et nous avons collecté 362 articles de presse de Janvier 2008 à Juillet 2013. L'ensemble du corpus de données a été codé en s'appuyant sur une démarche d'inspiration enracinée. L'ensemble des données a été codé. Notons que les données secondaires ont été codées mois par mois, année par année.

3. RESULTATS

Nous allons maintenant présenter les résultats de cette recherche en montrant que la pérennisation de la pratique est le fruit d'un double mouvement dans lequel s'encastre la matérialité.

L'institutionnalisation de la pratique illégale

Le premier mouvement, celui de l'institutionnalisation de la pratique repose sur trois processus dans lesquels le rôle de la matérialité est crucial. En effet, les outils technologiques usités sont actifs dans la constitution de la pratique : en habilitant les téléchargeurs et en modelant la pratique, ils modifient la relation des téléchargeurs vis-à-vis des contenus illégaux. Ces outils sont les vecteurs d'une pratique « normalisée » qui opère à plusieurs niveaux.

Le premier processus, « mimétiser », repose sur l'association de la pratique de téléchargement à des pratiques plus anciennes. L'enracinement de la pratique dans des pratiques légitimes et reconnues participe à l'institutionnalisation de la pratique de téléchargement de sorte que cette dernière ne soit qu'un prolongement naturel de « ce qui se faisait avant ». Cette assimilation tend à minimiser, le sentiment d'illégalité perçue et concourt à l'appropriation d'une « nouvelle matérialité » (Garcia-Bardidia, Nau et Roux 2012 ; Magaouda, 2011) de la consommation.

¹³ En 2007, la ministre de la Culture et de la Communication, Christine Albanel, confie à Denis Olivennes, alors président directeur général de la Fnac une mission sur l'offre culturelle et la lutte contre le partage illégal sur Internet. Le rapport présenté quelques mois plus tard propose principalement la création d'une autorité administrative qui générerait un système de messages d'avertissements puis de sanctions destinées à prévenir et à sanctionner le téléchargement.

Le deuxième processus « s'éduquer » montre comment les consommateurs vont s'approprier les connaissances et les compétences nécessaires pour pratiquer le téléchargement. Cet apprentissage s'effectue par imitation et autoformation. Ici, il faut souligner l'influence des pairs sur l'apprentissage de la pratique et sa dimension normative car : télécharger c'est être « branché » (Aïcha) et en creux ne pas télécharger marque un décalage avec son époque « *Moi je télécharge pas trop, je connais pas trop, je suis neuneu* » (Lucas). Il existe de plus une incitation forte à l'utilisation des mêmes outils, en effet, les résultats montrent une certaine homogénéité, dans le temps, des outils utilisés par les téléchargeurs. La matérialité participe donc au façonnement de la pratique et infuse des fondations normatives, tout en inscrivant la pratique dans les routines et le quotidien ce qui nous amène à évoquer le 3^e processus, à savoir « encastrer et rendre routinier ».

En s'encastrant dans le quotidien, la pratique est reproduite de manière répétitive, quotidiennement sans être questionnée par nos téléchargeurs. Cet encastrement va jusqu'à générer des rituels de consommation particuliers. La pratique de téléchargement est ainsi institutionnalisée, c'est une pratique connue, comprise par les individus et acceptée socialement, qui passe par l'appropriation de la matérialité des artefacts usités.

L'érosion d'un ordre institutionnel existant

La mise en place de la loi Hadopi a suscité un nombre de critiques quant à son innocuité vis à vis de la pratique du téléchargement illégal car elle vise uniquement les échanges en p2p. A partir de 2009 émerge dans les médias la narration d'une double évolution : celle d'une adaptation massive des consommateurs à la loi et celle de l'apparition de plateformes permettant d'échapper aux sanctions. Hadopi semble avoir entraîné un dispersement de la pratique de téléchargement, les internautes se redirigeant vers des formes d'accès non prises en compte par la législation. Le deuxième mouvement permettant de saisir la pérennisation de la pratique est celui de l'érosion d'un ordre institutionnel existant, qui repose sur trois processus.

Tout d'abord il existe une déconnexion entre sanction et pratique fondée sur 1) le décalage existant entre la matérialité de la sanction et celle de la pratique, 2) la régénération continue des plateformes permettant le téléchargement illégal et 3) le contournement (les téléchargeurs font face à des artefacts habilitants et multiples qui vont leur permettent de contourner la sanction : « *Je suis en train de me réinstaller un logiciel VPN pour protéger mon ordinateur, avoir une connexion sécurisée, qui change mon adresse IP, qui rend invisible* » (Clémence)).

Le deuxième processus est celui de la remise en cause des présupposés et des croyances qui consiste à réduire les risques perçus liés à la pratique en érodant les présupposés et les croyances. La pratique est ainsi assimilée à une innovation, qui s'insère parfaitement dans l'évolution de la technologie. En creux, c'est la loi qui est considérée comme passiste, en comparaison du caractère innovant du téléchargement.

Enfin, le troisième processus est celui de la dissociation de la pratique de ses fondements moraux. Les téléchargeurs dissocient la pratique des fondements moraux (infusés par ordre institutionnel) en faisant appels à des principes moraux jugés supérieurs tels que l'accès égalitaire à la Culture et une diffusion en masse de celle-ci, via la technologie et l'Internet comme outil de partage.

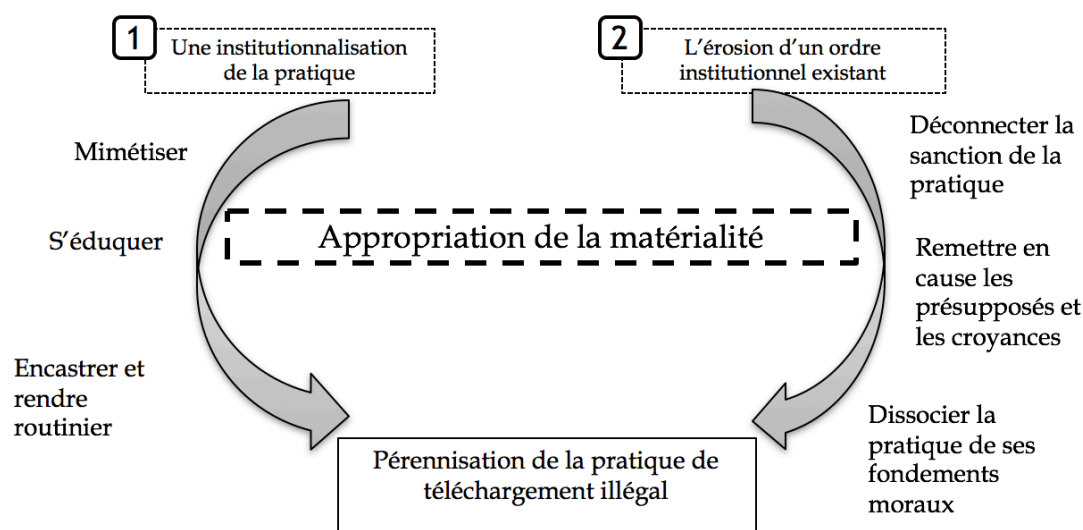


Figure 2. Synthèse des résultats

4. DISCUSSION, CONTRIBUTIONS ET IMPLICATIONS

Les théories mobilisées dans le cadre de la recherche nous permettent de proposer deux principaux axes de discussion et des apports théoriques centrés autour de la problématique de construction de marché, de la Matérialité et de la Théorie Néo-Institutionnelle.

Saisir le travail institutionnel de consommateurs ordinaires

Les recherches sur les processus de création, déstabilisation et maintien des institutions portent classiquement sur des phénomènes étudiés *a posteriori* (Maguire et Hardy, 2009; Ahmadjian et Robinson, 2001). Ces études ont tendance à se concentrer sur les effets intentionnels et le succès du travail institutionnel engagé par les acteurs, c'est-à-dire la relation entre les efforts de travail institutionnel et l'aboutissement de ces derniers, les auteurs basant leurs recherches sur des phénomènes étudiés rétrospectivement (Lawrence, Leca, et Zilber, 2013). Ensuite, elles tendent à ne s'intéresser qu'à une catégorie de travail institutionnel à la fois : le maintien (Blanc et Huault 2010 ; 2014), la légitimation (Suddaby et Greenwood 2005), la désinstitutionnalisation (Ahmadjian et Robinson 2001). Pourtant il nous apparaît nécessaire, dans l'étude du travail institutionnel, de prendre en compte la pluralité des dynamiques à l'œuvre, afin d'apprécier la variété des efforts - création, maintien et déstabilisation - au sein d'un même contexte (Lawrence, Leca, et Zilber, 2013). Notre recherche permet ainsi de saisir l'expérience d'individus, engagés dans, et soumis à un travail institutionnel et de montrer que l'effort de pérennisation se cristallise à la fois dans les prismes du maintien (la normalisation) et de la déstabilisation (l'érosion du bien-fondé). En présentant un travail institutionnel *en train de se faire*, nous mettons en exergue un système de cohabitation, de *statu quo*, et les mécanismes d'institutionnalisation de la pratique.

De la justification à la légitimation de la déviance

Les arguments autour de la pratique peuvent s'entendre comme une forme de légitimation et non pas de justification de la déviance (ce qui inscrirait alors les téléchargeurs dans une posture défensive). Certains des processus observés par Odou et Bonnin (2014) dans leur étude sur la neutralisation de la déviance sont absents de nos résultats. La pratique est assumée et les téléchargeurs l'affichent sans complexe. Les résultats nous donnent à voir un basculement de la justification à la légitimation, cette légitimation permettant la diffusion et le maintien de la pratique illégale (Deephouse et Suchman 2008).

Humphreys (2010b ; 2010a) et Chaney et Ben Slimane (2014) notent qu'une pratique de consommation ne se diffusera et ne sera légitimée que si elle est ancrée dans les trois piliers des institutions¹⁴. Pourtant, dans le cas qui nous occupe, la pratique, malgré son illégalité est largement diffusée au sein de la population française et acceptée socialement (Garcia Bardidia et al., 2011), et c'est la légitimité même de la loi qui est remise en cause par les téléchargeurs (avec l'érosion du bien-fondé de la loi et du système de sanction). Ainsi, dans le cadre de pratiques illégales, les trois dimensions de la légitimité peuvent être en conflit, et les pratiques maintenues en place à un moment particulier dans le temps par une seule de ces dimensions (Hoffman, 1999). Il nous semble nécessaire, dans le cas d'une pratique illégale, d'examiner certes sa légitimité, mais au-delà, de saisir la légitimité (ou l'absence de légitimité) de la régulation (et des sources de cette régulation) qui lui fait face. Et plus largement, de discuter du poids relatif de chacun des piliers de la légitimité.

Contribution à l'agenda de recherche sur la matérialité

Dans la littérature en marketing des études montrent comment la matérialité (Léonardi, 2011) transforme la pratique (Maggda 2011) et reconfigure les usages (Garcia-Bardidia, Nau et Roux 2012). En nous appuyant sur les approches socio-culturelles de la norme (Merton, 1963 ; Becker, 1963), nous montrons comment la matérialité participe au façonnement des normes de consommation.

Contribution à la problématique de construction de marché

Une deuxième implication a trait à la problématique de la construction de marché¹⁵ telle qu'examinée dans le courant de la Consumer Culture Theory (Giesler, 2008 ; Humphreys, 2010a; Martin et Schouten, 2013). Le processus de construction de marché a été étudié en termes de rupture, de création, d'innovation et d'émergence, en assignant un rôle plus ou moins important aux consommateurs. Les études portant sur le rôle clé des consommateurs dans ces processus en soulignent les idéologies (Giesler, 2008 ; Thompson et Coskuner-Balli, 2007). Schouten et Martin (2013 p.855) expliquent notamment que lorsque des études s'intéressent au rôle clé des consommateurs dans le marché, celles-ci tendent « à conceptualiser la dynamique des consommateurs comme une sorte de rébellion ou de résistance à l'encontre de logiques de marché ». Ces dynamiques de marché sont conceptualisées comme étant animées par deux logiques antagonistes : celle du partage et celle de la propriété entre lesquelles existe une ligne de partage incommensurable (Giesler, 2006 ; 2008). Nos résultats montrent que les réseaux de téléchargement illégaux mis en place entre consommateurs se caractérisent par des interactions beaucoup plus complexes, avec des intérêts relevant à la fois du partage¹⁶ (Belk 2010), du don (mutualité et réciprocité), ou de l'échange classique (payer pour avoir accès à

¹⁴ Les piliers réglementatif, normatif et culturel-cognitif.

¹⁵ Marché(s) est à entendre ici au sens de : « système social » (Siebert et Thyroff, 2012, p.1) et l'étude de « comment ces derniers sont créés et changent aux travers de négociations discursives et des pratiques de parties prenantes variées » (Siebert et Thyroff 2012, p.1).

¹⁶ Le partage est naturel et non réciproque et dans le partage, la distinction entre « ce qui est mien » et « ce qui est tien » disparaît, le partage définit « ce qui est nôtre » (Belk, 2010)

du contenu piraté). Les consommateurs interrogés dans notre travail construisent, à travers leur pratique illégale de consommation, un espace où les aspects de chaque logique (don, partage, échange) peuvent cohabiter.

Contribution à l'agenda de recherche du travail institutionnel

Notre recherche répond à l'appel de Monteiro et Nicolini (2014). Elle place la matérialité au cœur du travail institutionnel en montrant comment celle-ci peut déconnecter la sanction de la pratique. Dans la littérature sur le travail institutionnel, le travail de déconnexion entre pratique et sanction (Lawrence et Suddaby, 2006) est mené par des acteurs à travers l'appareil d'Etat. Ainsi Jones (2001) et Leblebici et al., (1991) s'intéressent à la création de règles institutionnelles pour les industries américaines du film et de la radio par de nouveaux entrants. Ici, nous montrons que la matérialité joue un rôle silencieux mais essentiel dans la déconnexion de la sanction et de la pratique et que, au-delà, une fois apprivoisée par les consommateurs, elle participe pleinement à l'effort de maintien de la pratique : la matérialité permet de contourner la sanction et rend caduc le système régulateur.

Implications managériales

Nous livrons ici deux pistes portant sur la communication de l'infraction et sur le dessin de l'offre légale numérique.

Travailler autour de la communication de l'infraction aux contrevenants

Nos résultats montrent la difficulté pour les téléchargeurs à « incarner » l'objet du délit dans les emails d'avertissement envoyés par la Hadopi. Il est donc nécessaire de simplifier le mécanisme permettant aux contrevenants d'identifier le contenu pour lequel ils se voient adresser une recommandation ou un courrier. Dans le cadre de la réponse graduée, les emails de recommandation sont envoyés sur les adresses mails liées aux fournisseurs d'accès Internet. Or les boîtes mails des opérateurs sont peu utilisées par nos répondants. Il est donc essentiel de reconsidérer la communication de l'infraction aux contrevenants. La communication ne peut être trop intrusive (avec l'envoi de mail sur une boîte personnelle ou par sms par exemple). Une piste serait l'envoi par courrier de ces avertissements impliquant une répartition des coûts entre fournisseurs d'accès à Internet et la Hadopi.

Sur le dessin d'une offre légale numérique : échelonner les prix, rendre l'offre « malléable » par le consommateur

L'offre illégale ouvre aux téléchargeurs un champ de liberté. Ils peuvent choisir le format, mais aussi les supports permettant de lire le contenu, qui peuvent être partagés, zippés, encodés (avec des sous-titres), gravés sur des supports, compressés ; des passages peuvent être extraits et partagés sur les réseaux sociaux. Ces activités permettent de « s'approprier » un contenu digital. Les contenus peuvent être acquis ou simplement visualisés (dans le cas du streaming), en fonction du moment et du besoin. Dans l'offre illégale, les téléchargeurs participent à la distribution, à la promotion de contenus, voire à l'œuvre même (des « teams » gèrent ainsi le sous-titrage de contenus dans le cadre de l'offre vidéo). L'offre illégale permet de « mettre de soi » dans un contenu digitalisé et de s'approprier cette « nouvelle forme de matérialité » (Magaudda, 2011; Garcia Bardidia, Rémy et Roux, 2012).

Partant de ce constat nous proposons deux pistes de transformation en ce qui concerne l'offre numérique.

Un échelonnement des prix pourrait être envisagé en fonction 1) du support utilisé pour lire le contenu (Smartphone, tablette, ordinateur, écran télé, 2) du format proposé, et 3) de l'inclusion ou non de « bonus ». Ensuite, les contenus numériques (audio, vidéo) légaux devraient pouvoir se « prêter » (comme c'était le cas avec les DVD et CD). Imaginons donc l'achat d'un film sur une plateforme VOD légale par un consommateur. Ce dernier devrait pouvoir le « prêter » à d'autres. L'interface VOD pourrait générer un lien qui permettrait de « partager » ce contenu avec un nombre (même limité) de proches, ou connaissances. Ce prêt pourrait être soumis à des conditions de durée (quelques semaines).

Enfin, le modèle illégal d'offre de contenus est un modèle collaboratif (les sites illégaux payants ne pourraient exister sans les utilisateurs rendant accessibles des contenus ; les torrents ne fonctionnent que si les téléchargeurs partagent du contenu). Ce modèle est selon nous une opportunité car les téléchargeurs sont engagés dans une pratique de « consumer made » (Cova, 2008). Nous suggérons comme piste de réflexion une plus grande implication des consommateurs dans le design de l'offre légale de contenus culturels, selon un principe de co-création (Cova, 2008). Une modalité concrète de ce « consumer made » pourrait être : 1) La possibilité légale de compresser / décompresser le contenu pour l'adapter au support de lecture (et à sa capacité de stockage) 2) La possibilité d'aller piocher dans des catalogues de sous-titres légaux et de pouvoir choisir le sous-titre dans une langue au choix (et non pas uniquement français ou anglais pour la France). Cette possibilité devrait aussi s'étendre au choix de la langue.

Implications sociétales

Le rôle de la loi et plus largement de la Hadopi nous semble essentiel dans la question de la régulation du partage d'œuvres sur Internet : non pas sur son volet coercitif, qui ne ferait que renforcer les mécanismes de contournement de la sanction, mais sur le développement d'une offre légale et sur l'éducation au numérique. Une offre légale protégeant l'autonomie des citoyens / internautes et une éducation au numérique sensibilisant aux questions de collectes de données personnelles. Nous proposons ici une piste de réflexion portant sur la nécessité d'engager un travail institutionnel portant sur l'économie collaborative.

Engager un travail institutionnel sur l'économie collaborative

La pratique de téléchargement illégal peut apparaître comme un sous-produit de l'économie collaborative car elle repose sur les « *outils de collaboration massive* » décrits par Botsman et Rogers (2011) dans le cadre du web 2.0. Elle encourage ensuite le partage de ressources des utilisateurs et le téléchargeur « travaille » en rendant visible et en diffusant du contenu. Il participe aussi à la distribution des ressources.

Il est prévu de faire évoluer la législation sur le téléchargement illégal en l'étendant au streaming et au DDL. Selon nous, cette évolution doit s'accompagner d'un double travail institutionnel. D'abord dissocier les plateformes de streaming et de téléchargement direct illégales « du mythe » de l'Internet libre auxquelles elles sont associées, en mettant à disposition des internautes un décryptage des mécanismes de financement de ces plateformes. Ensuite, il nous semble nécessaire de remettre sur la table le projet de rémunération proportionnelle du partage, car la pratique de téléchargement illégal est ancrée dans les comportements et les mesures coercitives à son encontre ont eu des conséquences indésirables. Ce n'est pas seulement l'absence d'efficacité de la loi qui est dramatique, mais les mutations

de la pratique qu'elle a entraînées, les modèles centralisés illégaux (comme le streaming ou le DDL¹⁷) anéantissant toute autonomie et toute liberté des internautes.

Mais au delà de la question du téléchargement illégal, se pose la question du rôle de l'Etat, apprenti sorcier en matière de régulation de l'économie 2.0 ou économie collaborative (Botsman et Rogers 2011). En effet, un fossé considérable existe entre le droit et les pratiques liées à l'économie collaborative¹⁸, alors que cette dernière est célébrée (de manière quasiment unanime) et consacrée dans les médias. L'économie collaborative, si elle génère un grand nombre de projets et d'initiatives louables et qu'il faut encourager, nécessite d'être encadrée et accompagnée par l'Etat. Des pratiques liées à cette nouvelle économie, naissent et vivent à travers l'infrastructure matérielle du web 2.0, qui permet de mettre en relation les utilisateurs et les délestent de contraintes spatiales et temporelles. Se pose alors la question de la régulation de ces pratiques. Doivent-elles être soumises à une législation spécifique ? Quels arbitrages établir quand la loi d'un pays en contredit une autre ? Comment réguler ce qui s'apparente à des initiatives spontanées d'ouverture et de partage ? Appliquer à cette économie 2.0 les lois existantes ne permet pas de résoudre les contradictions de la diversité des législations nationales. Quant à l'autorégulation, prônée par les acteurs de cette économie collaborative et les « *libertariens tenants de l'indépendance du cyberspace* » (Massit-Folléa, 2002), elle n'offre pas de possibilité d'arbitrage ou de sanction. Le pluralisme normatif, la dimension technique et l'extra-territorialité de l'économie collaborative prêtent à des controverses, dont la résolution impose de recourir à « *un laboratoire institutionnel de la gouvernance mondiale* » (Massit-Folléa, 2014).

5. LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE

Nous allons maintenant souligner les limites de notre recherche en proposant des voies de recherche futures afin de les pallier ou de prolonger notre travail.

Nous avons analysé dans ce travail un cas unique, celui de la pratique de téléchargement illégal. L'analyse de ce cas n'a pas vocation à offrir une généralisation sur le processus de pérennisation d'une pratique illégale mais vise à mieux le comprendre. Afin de délimiter notre projet nous nous sommes centrés sur la pratique de téléchargement en France. L'acceptation sociale dont jouit la pratique (Garcia-Bardidia, Nau, et Rémy, 2012) dans notre société et sa large diffusion livre une histoire particulièrement riche sur sa cohabitation avec un ordre institutionnel. Cette exemplarité du cas permet d'illustrer les enjeux sous-jacents à la pérennisation, comme l'érosion de sens de la sanction. Cette recherche pourrait être complétée par d'autres cas afin de renforcer la validité externe de ce travail. Nous pensons notamment à des pratiques illégales pérennes moins acceptées socialement, comme la prise de drogue par exemple. Il serait intéressant enfin de se livrer à une étude sur la pérennisation « rétrospective » d'une pratique illégale de consommation (qu'elle ait été définitivement endiguée ou non) afin de mettre à jour d'éventuelles « conditions » de la pérennisation. Ensuite, et malgré le soin que nous avons apporté à la sélection des répondants, une deuxième limite a trait à la population étudiée dans cette recherche qui dispose d'un bon niveau d'éducation et reste relativement jeune. Enfin, la théorie sociale de la « *liquid modernity* » (Bauman, 2000) nous paraît tout particulièrement pertinente à mettre en œuvre ici afin de comprendre le processus historique ayant conduit au traitement par les consommateurs des contenus culturels digitaux comme des denrées « liquides », et chercher à saisir les formes de socialité d'une modernité avancée à travers cette lentille théorique.

¹⁷ Le DDL est une pratique de mise à disposition de fichiers téléchargeables directement sur l'infrastructure d'un site web, suivant le modèle client-serveur

¹⁸ « Une avancée importante pour le droit de savoir », *Médiapart*, (08/10/2015)

BIBLIOGRAPHIE

- Anderson, C. (2009). *Free !* Paris: Pearson.
- Amine A. & Gicquel Y. (2011). Rethinking resistance and anti-consumption behaviours in the light of the concept of deviance. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1809-1819.
- Ahmadjian, C. L., & Robinson, P. (2001). Safety in numbers: Downsizing and the deinstitutionalization of permanent employment in Japan. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), 622-654.
- Aigrain, P. (s. d.). *Sharing : Culture and the Economy in the Internet Age* (2012e éd.). Amsterdam University Press
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge, UK : Malden, MA: Polity Press.
- Barbet, P. (2013). Les conséquences de la marchandisation croissante des ressources essentielles au fonctionnement du réseau Internet. *Revue internationale de droit économique*, (t. XXVII)(3), 301-323.
- Barbrook, R. (2000). Cyber-communism: how the Americans are superseding capitalism in cyberspace. *Science as Culture*, 9(1), 5-40.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715-734.
- Beuscart, J.-S. (2002). Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle Construction et régulation d'un collectif sociotechnique. *Sociologie du travail*, 44(4), 461-480.
- Blanc, A., & Huault, I. (2010). Reproduction de l'ordre institutionnel face à l'incertitude: Le rôle du discours des majors dans l'industrie musicale, *Revue Française de Gestion*, (203), 85-99.
- Blanc, A., & Huault, I. (2014). Against the digital revolution? Institutional maintenance and artefacts within the French recorded music industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 10-23.
- Bomsel, O. (2007). *Gratuit ! : du déploiement de l'économie numérique* (Vol. 1-1). [Paris]: Gallimard.
- Cardon, D. (2012). Les origines hippies de la révolution digitale. *Aux sources de l'utopie numérique: de la contre-culture à la cyberculture*, Préface, 11-32.
- Castells, M. (2002). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford University Press.
- Cova, B. (2008). Consumer Made: Quand le consommateur devient producteur. *Décisions Marketing*, (50), 19-27.
- Cox, D., Cox, A. D., & Moschis, G. P. (1990). When Consumer Behavior Goes Bad: An Investigation of Adolescent Shoplifting. *Journal of Consumer Research*, 17(2), 149-159.
- Dahmani, A., Do-Nascimento, J., Ledjou, J.-M., Gabas, J.-J., & Collectif. (2007). *La démocratie à l'épreuve de la société numérique*. Paris: Karthala.
- Deephouse, D. L., & Suchman, M. (2008). Legitimacy in organizational institutionalism. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 49, 77.
- Denegri-Knott, J. (2004). Sinking the Online ? Music Pirates: ? Foucault, Power and Deviance on the Web. *J. Computer-Mediated Communication*, 9(4), 0.
- Dolbec, P.-Y., & Fischer, E. (2015). Refashioning a Field? Connected Consumers and Institutional Dynamics in Markets. *Journal of Consumer Research*, 41(6), 1447-1468.
- Flichy, P. (2001a). Genèse du discours sur la nouvelle économie aux États-Unis. *Revue économique*, 52(7), 379.
- Flichy, P. (2001b). *L'imaginaire d'internet*. Paris: La Découverte.
- Fullerton, R. A., & Punj, G. (2004). Repercussions of promoting an ideology of consumption: consumer misbehavior. *Journal of Business Research*, 57(11), 1239-1249.

- Garcia-Bardidia, R., Nau, J.-P., & Rémy, E. (2012). La consommation illégale de musique numérique : Y résister ou se l'approprier ? (68), 89-94.
- Garcia-Bardidia Renaud., Nau Jean-Philippe., Roux Dominique. (2012), « Les formes d'appropriation d'une nouvelle matérialité de la consommation culturelle : éclairage à partir des usages du téléchargement illégal », In Journées Normandes de Recherche sur la Consommation »
- Giesler, M. (2006). Consumer Gift Systems. *Journal of Consumer Research*, 33(2), 283-290.
- Giesler, M. (2008). Conflict and Compromise: Drama in Marketplace Evolution. *Journal of Consumer Research*, 34(6), 739-753.
- Goulding, C., Shankar, A., Elliott, R., & Canniford, R. (2009). The marketplace management of illicit pleasure. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 759-771.
- Hoffman, A. J. (1999). Institutional evolution and change: Environmentalism and the US chemical industry. *Academy of management journal*, 42(4), 351-371.
- Humphreys, A. (2010a). Megamarketing: The creation of markets as a social process. *Journal of Marketing*, 74(2), 1-19.
- Humphreys, A. (2010b). Semiotic structure and the legitimation of consumption practices: The case of casino gambling. *Journal of Consumer Research*, 37(3), 490-510.
- Jones, C. (2001). Co-evolution of entrepreneurial careers, institutional rules and competitive dynamics in American film, 1895-1920. *Organization Studies*, 22(6), 911-944.
- Journé, B. (2012). L'observation. In *Méthodologies de la recherche. Réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*. Montreuil: Pearson Education.
- Lawrence, T. B., Leca, B., & Zilber, T. B. (2013). Institutional work: current research, new directions and overlooked issues. *Organization Studies*, 34(8), 1023-1033.
- Lawrence, T. B., & Suddaby, R. (2006). 1.6 Institutions and Institutional Work. *The SAGE Handbook of Organization Studies*, 215.
- Leblebici, H., Salancik, G. R., Copay, A., & King, T. (1991). Institutional change and the transformation of interorganizational fields: An organizational history of the US radio broadcasting industry. *Administrative science quarterly*, 333-363.
- Lessig, Lawrence. 2006. *Code*. New York : Basic books.
- Magaudda, P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15-36.
- Maguire, S., & Hardy, C. (2009). Discourse and Deinstitutionalization: the Decline of DDT. *Academy of Management Journal*, 52(1), 148-178.
- Martin, D. M., & Schouten, J. W. (2014). Consumption-driven market emergence. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 855-870.
- Massit-Folléa, F. (2002). De la régulation à la gouvernance de l'internet. *Les Cahiers du numérique*, Vol. 3(2), 239-263.
- Massit-Folléa, F. (2014). La régulation de l'internet : fictions et frictions. In M. Carmes & J.-M. Noyer (Éd.), *Les débats du numérique* (p. 17-45). Paris: Presses des Mines.
- Monteiro, P., & Nicolini, D. (2014). Recovering Materiality in Institutional Work Prizes as an Assemblage of Human and Material Entities. *Journal of Management Inquiry*
- Odou, P., & Bonnin, G. (2014). Les stratégies de neutralisation de la pression normative par les consommateurs: le cas du téléchargement illégal. *Recherche et Applications en Marketing*, 29(1), 114-133.
- Orlikowski, W. J. (2000). Using technology and constituting structures: A practice lens for studying technology in organizations. *Organization science*, 11(4), 404-428.
- Orlikowski, W. J. (2007). Sociomaterial practices: Exploring technology at work. *Organization studies*, 28(9), 1435-1448.
- Proulx, S., & Goldenberg, A. (2010). Internet et la culture de la gratuité. *Revue du MAUSS*, (35), 503-517.

- Sandikci, Ozlem, et Güliz Ger. 2009. « Veiling in Style: How Does a Stigmatized Practice Become Fashionable? » *Journal of Consumer Research*. 37 (1):15-36.
- Smets, M., Morris, T. I. M., & Greenwood, R. (2012). From practice to field: A multilevel model of practice-driven institutional change. *Academy of Management Journal*, 55(4), 877-904.
- Suddaby, R., & Greenwood, R. (2005). Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50(1), 35-67.
- Thompson, C. J., & Coskuner-Balli, G. (2007). Countervailing market responses to corporate co-optation and the ideological recruitment of consumption communities. *Journal of Consumer Research*, 34(2), 135-152.
- Turner, F. (2010). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. University Of Chicago Press.
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods (Fifth Edition edition)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.