Expérience utilisateur idéale-typique d'une plateforme VàDA

Samuel GANTIER

Laboratoire LARSH-DeVisu, Université Polytechnique Hauts-de-France

DOI : https ://doi.org/10.17184/eac.9161

Résumé : Ce chapitre propose un modèle permettant d'évaluer les apports et limites de l'expérience utilisateur d'une plateforme VàDA. Celui-ci articule quatre dimensions : les caractéristiques d'une population d'abonnés ; les fonctionnalités instrumentales et existentielles d'une plateforme ; la temporalité de l'expérience et le contexte d'usage. Une étude de cas permet ensuite d'analyser les écarts entre les besoins formulés par un panel d'abonnés cinéphiles et les expériences utilisateurs proposées par trois plateformes : Mubi, Universciné et Tënk

Mots-clés : Expérience utilisateur, UX design, plateforme VàDA, documentaire, cinéphilie

Abstract: This chapter proposes a model for evaluating the contributions and limitations of the user experience of a VOD platform. It is based on four dimensions: the characteristics of a subscriber population; the instrumental and existential functionalities of a platform; the temporality of the experience and the context of use. A case study is then used to analyse the differences between the needs expressed by a panel of cinema-loving subscribers and the user experiences offered by three platforms: Mubi, Universciné and Tënk.

Keywords: User experience, UX design, SVOD platform, documentary film, cinephilia.

1 Introduction

Cette dernière décennie a vu l'émergence d'un grand nombre de plateformes VàDA exploitant des niches cinématographiques : Tënk pour le documentaire d'auteur[1] ; LaCinetek pour le cinéma patrimonial ; Mubi pour le cinéma d'auteur ; Benshi pour le cinéma jeunesse ; Bref pour le court-métrage ; Les mutins de Pangée pour le cinéma militant ; Universciné pour le cinéma indépendant ; ADN pour l'animé ; *etc.* Nées sous l'impulsion des financements européen (programme média) et étatique (CNC), ces plateformes spécialisées ont pour point commun d'éditorialiser leurs catalogues et de s'adresser à un public d'amateurs (Thuillas et Wiart, 2019 ; Taillibert, 2020). Si n'importe quel cinéphile peut aisément accéder à une offre légale de plusieurs milliers de titres, force est de constater que la profondeur des catalogues n'est pas suffisante pour assurer la découvrabilité[2] des œuvres, ni procurer une expérience utilisateur totalement satisfaisante.

Dans ce contexte, ce chapitre propose de conceptualiser un modèle permettant d'évaluer les apports et limites de l'expérience utilisateur des plateformes cinéphiles VàDA. Il s'agit d'élaborer une expérience idéal-typique qui définisse, au sens de Weber, une utopie à atteindre pour l'ensemble des acteurs impliqués dans la médiation et l'appropriation des films sur les plateformes (Coenen-Huther, 2003). Mais comment formaliser un modèle théorique qui puisse englober à la fois les aspects techniques, cognitifs, émotionnels et sociaux ? De quelle manière prendre en considération les dimensions temporelles et contextuelles de l'expérience des utilisateurs ? Le public qui apprécie particulièrement un certain type de cinéma documentaire possède-t-il des besoins spécifiques ? Pour tenter de répondre à ces questionnements, le modèle élaboré a été confronté à l'analyse comparative de trois plateformes qui proposent un catalogue important de documentaires de création : Mubi, Universciné et Tënk.

L'approche interdisciplinaire adoptée en Sciences de l'Information et de la Communication intègre des résultats issues de recherche en Interfaces Hommes Machines (Lallemand et Gronier, 2018) afin de les adapter aux spécificités médiatiques des plateformes VàD. L'épistémè de cette recherche se positionne à l'intersection de travaux macros proposés par la socio-économie des industries culturelles (Thuillas et Wiart, 2023 ; Taillibert, 2020) et des études micros qui étudient de manière empirique une dimension localisée et circonscrite de l'expérience utilisateur des plateformes cinéphiles (Gantier *et al.*, 2023b ; Gantier, 2022).

La première partie du chapitre expose le cadre théorique mobilisé pour formaliser l'expérience utilisateur *idéale-typique* d'une plateforme VàDA. Elle présente, d'une part, les caractéristiques des abonnés cinéphiles qui apprécie particulièrement le documentaire de création, et d'autre part, les propriétés des plateformes qui s'adressent à ces utilisateurs cibles. La deuxième partie analyse les propriétés *instrumentales* d'une

[1] L'appellation de « documentaire de création » a été créée en 1987 pour distinguer les programmes de flux des œuvres patrimoniales. Cet intitulé a été progressivement détourné par la standardisation des programmes documentaires selon les normes du marché. En réaction, la plateforme Tënk utilise le terme de « documentaire d'auteur » pour désigner des films qui assument un point de vue et une forme cinématographique singulière. Ces deux dénominations seront utilisées de manière indifférenciée dans ce chapitre pour éviter les répétitions.

[2] La découvrabilité d'un film se réfère à sa disponibilité, son accessibilité, sa repérabilité et sa recommandabilité en ligne par une personne qui n'en faisait pas précisément la recherche.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

expérience utilisateur idéale-typique. Il s'agit d'expliciter l'ensemble des qualités attendues par les abonnés cinéphiles pour accéder, repérer, choisir, visionner et partager des films documentaires. La troisième partie focalise sur les propriétés *existentielles* des plateformes qui permettent de satisfaire les aspirations profondes de leur audience. L'enjeu est ici de transformer les consultations occasionnelles en pratique culturelle récurrente et de resocialiser l'expérience cinéphilique fortement individualisée sur les plateformes.

2 Construction d'une expérience utilisateur idéal-typique

2.1 Cadre théorique

Afin de formaliser un modèle multidimensionnel de l'expérience utilisateur d'une plateforme VàDA, cette recherche s'appuie sur l'état de l'art en UX design établi par Lallemand et Gronier (2018). Ces chercheurs dressent une synthèse des différentes approches théoriques en Interface Homme Machine qui conceptualisent l'expérience utilisateur à travers quatre dimensions : les caractéristiques de l'utilisateur, les propriétés du service interactif, le contexte d'interaction et la dynamique temporelle de l'expérience.

Dans le cas d'une plateforme VàDA, ces quatre dimensions interagissent les unes avec les autres de manière complexe comme l'illustre la figure suivante.

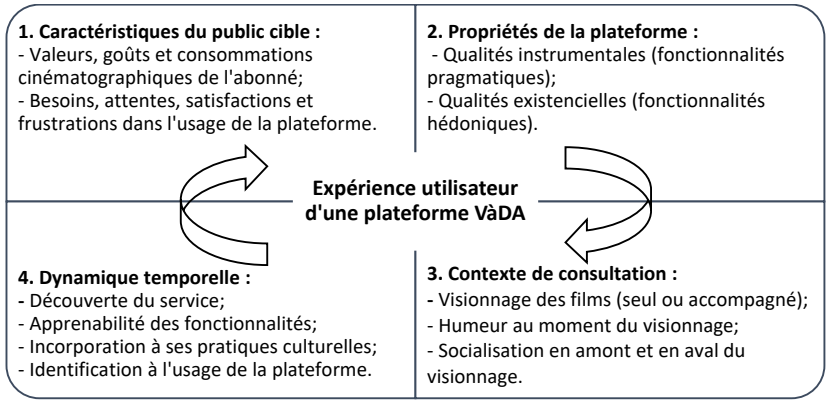


Fig. 1 : Modèle multidimensionnel de l'expérience utilisateur d'une plateforme VàDA

La première dimension de l'expérience utilisateur définit les valeurs et la consommation cinématographique du public ciblé par la plateforme (Delaporte et Mazel, 2023). L'étude de cas présentée dans ce chapitre focalise sur une population cinéphile qui apprécie particulièrement le documentaire de création.

La deuxième dimension de l'expérience utilisateur décompose les différentes propriétés d'une plateforme VàDA. Selon Marc Hassenzahl (2003), il est nécessaire de distinguer les caractéristiques pragmatiques (« *do-goals* ») des caractéristiques hédoniques (« *be-goals* »). Les qualités pragmatiques, que l'on traduira par « instrumentales », renvoient à la notion d'utilisabilité du service interactif pour effectuer un tâche concrète. Les

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

qualités hédoniques, que l'on nommera d' « existentielles », désignent quant-à-elles, l'accomplissement de besoins socio-psychologiques profonds qui répondent au système de valeur de l'utilisateur.

La troisième dimension de l'expérience utilisateur renvoie aux paramètres contextuels tels que le définit Mahlke (2008). Les conditions de visionnage peuvent être solitaire, en couple, en famille, dans un cadre professionnel ou de loisir. L'humeur et la disponibilité cognitive de l'utilisateur vont également influencer son désir de consulter tel ou tel documentaire.

La quatrième dimension concerne la dynamique temporelle de l'expérience. De manière, générale, Karapanos *et al.* (2009) propose d'identifier quatre étapes successives dans ce processus :

1) *L'anticipation* où l'utilisateur construit, plus ou moins consciemment, une série d'attentes sur l'expérience vécue à travers l'appréciation de l'image de marque de la plateforme.

2) *L'orientation* qui permet de se familiariser avec les fonctionnalités offertes par le service. C'est à ce moment que domine la stimulation par la nouveauté et l'apprenabilité des différentes fonctionnalités (comme par exemple écrire un avis après un visionnage, constituer une liste de films à voir plus tard, offrir un film en cadeau à un tiers, trier le catalogue en fonction de critères personnalisés, etc.).

3) *L'incorporation* qui consiste à intégrer la plateforme VàDA dans les routines de consommation culturelle de l'utilisateur. Cette étape conduit à une évaluation positive ou négative sur le service proposé et *in fine* à la fidélisation ou non d'une population.

4) *L'identification* qui désigne l'attachement émotionnel sur un temps long. La plateforme VàDA doit ainsi contribuer aux interactions sociales et à communiquer une part de l'identité culturelle de l'utilisateur cinéphile.

2.2 Caractéristiques du public cible

Afin de pouvoir éprouver le modèle théorique présenté précédemment, l'expérience utilisateur a été circonscrite à l'usage d'un public cinéphile qui apprécient le documentaire d'auteur (Gimello-Mesplomb, 2015). Pour définir les spécificités de cette population, ce chapitre s'appuie sur les données collectées lors de la construction de *personae* de la plateforme Tënk (Gantier, 2020) ainsi que sur 22 entretiens menés avec des abonnés cinéphiles de cette dernière (Gantier, 2022 ; Gantier *et al.*, 2023b)[3]. L'objectif n'est pas de qualifier cette catégorie d'abonnée selon des critères sociodémographiques mais davantage d'identifier des grandes tendances dans leurs pratiques de visionnage et la formation d'un jugement de goût pour un certain cinéma. Quatre traits distinctifs permettent de caractériser ces abonnés :

[3]Les entretiens cités dans ce chapitre ont été réalisés entre 2020 et 2022 auprès d'un panel d'abonnés ayant consultés plus de 40 documentaires par an sur Tënk. Les prénoms ont été pseudonymisés.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

1) Une consommation régulière de documentaires de création sur les plateformes cinéphiles, les diffuseurs télévisés historiques et/ou en salle de cinéma art et essai.

2) Une fréquentation de festivals spécialisés tels que les États généraux du film documentaire (Lussas), le Cinéma du réel (Paris), le Festival international de cinéma de Marseille, etc. Cette pratique festivalière leur a permis d'acquérir une connaissance des nombreuses formes cinématographiques qui composent le champ de la création documentaire. Cette culture commune participe à constituer une *communauté interprétative* qui défend un certain type de documentaire.

3) Un intérêt pour la forme des documentaires (leurs dispositifs de réalisation) davantage que pour leurs sujets (la thématique abordée). Ces abonnés s'accordent sur un paradigme cinéphile, c'est-à-dire « un mode d'accès au film, une façon particulière d'en extraire du sens […] qui a pour conséquence de privilégier certains critères d'appréciation et d'en exclure d'autres » (Jullier, 2021, p. 207). Ainsi chaque abonné entretient une relation singulière et affirme une préférence à certains sous-genres documentaires plutôt qu'à d'autres : démarches ethnographiques, portraits intimistes, récits autobiographiques, cinéma direct, films de familles, démarches expérimentales, documentaires animés ou enquête à partir d'archives…

4) Cette cinéphilie documentaire n'est en rien exclusive. Elle cohabite, de manière complémentaire ou conflictuelle, avec d'autres activités culturelles en fonction des contextes dans lesquels sont visionnés les films. Cette cinéphilie s'inscrit plus globalement dans une pratique culturelle hétérogène voire dissonante, qui varie en fonction de l'humeur de chaque individu (Lahire, 2006). Ainsi, il est fréquent que le goût des abonnés pour le documentaire d'auteur soit en décalage avec les habitudes de leur entourage familial, amical ou professionnel.

2.3 Propriétés idéal-typiques d'une plateforme cinéphile

Cette étude propose de construire une expérience utilisateur idéale-typique qui puisse répondre aux aspirations de la population cinéphile présentée précédemment. En filiation avec l'approche théorique de Marc Hassenzahl, cette expérience idéale se décomposent en propriétés instrumentales et existentielles comme le résume le tableau suivant.

Parmi l'offre de plateformes cinéphiles disponibles en France, trois acteurs disposent de catalogues significatifs de documentaire d'auteur : Mubi, Univerciné et Tënk. Les parties suivantes analysent les similitudes et les écarts entre l'offre existante et l'expérience utilisateur idéale-typique.

3 Qualités instrumentales idéale-typiques

3.1 Paramètres de consultation

La première qualité instrumentale est d'ordre matériel et technique. L'enjeu est que l'abonné puisse s'immerger, manipuler ou s'extraire du flux d'images en fonction du contexte d'usage comme le présente le tableau suivant.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

Tab. 1 : Propriétés idéal-typiques d'une plateforme cinéphile

Propriétés idéal-typiques	
Qualités instrumentales	Qualités existentielles
Paramètres techniques et matériels de consultation.	Incarner et transmettre un système de valeurs cinéphiles.
Formule d'abonnement et composition du catalogue.	Resocialiser l'expérience cinéphile en amont, pendant et en aval du visionnage.
Catégorisation et tri des catalogues.	Créer une expérience cinéphile récurrente et ancrée dans des routines culturelles.
Modes de recommandations et aide à la décision sur le choix du film.	/

Tab. 2 : Paramètres de consultation des films

Paramètres de consultation matérielle et technique	Mubi	Universciné	Tënk
Consultation multi-écrans	Oui	Oui	Oui
Consultation en mode déconnecté	Oui	Oui	Non
Liste de films à visionner plus tard	Oui	Oui	Oui
Liste des films déjà visionnés	Oui	Oui	Oui
Bouton de lecture avance/retour	15 sec.	10 sec.	5 sec.
Reprise de la lecture au moment où la vidéo a été arrêtée.	Oui	Oui	Oui
Affichage des images au survol de la souris.	Non	Non	Non
Mode d'affichage « *picture in picture* »	Non	Non	Non
Lecture chaînée des bandes annonces	Non	Non	Non

Ces fonctionnalités instrumentales ne sont pas triviales dans la mesure où elles conditionnent les modalités d'appropriation de l'abonné cinéphile sur le texte filmique et son paratexte. Trois conditions s'avèrent nécessaires pour favoriser une expérience utilisateur idéal-typique. :

1) La plateforme doit répondre à la promesse commerciale promue par les opérateurs OTT : « Any Where, Any Time, Any Device ». Si Mubi, Universciné et Tënk proposent bien une interopérabilité sur l'ensemble des terminaux (fixes, mobiles, boxes et télévisions connectées), le visionnage en mode déconnecté n'est pas encore proposé par Tënk qui accuse un retard technique avéré sur ses concurrents.
2) Le lecteur vidéo doit être équipé de fonctionnalités de visionnage avancées. À ce jour, aucune plateforme du corpus ne permet d'identifier rapidement un extrait *via* l'affichage des images au survol de la souris. Il n'est pas possible également de basculer l'affichage du lecteur vidéo en mode « *picture in picture* » afin de pouvoir lire les paratextes (résumé, biographie, avis) au cours du visionnage.
3) L'abonné doit pouvoir enchaîner la lecture des bandes annonces sans devoir cliquer, tour à tour, sur chacune des fiches film. Dans un processus d'aide à la décision, cette fonctionnalité permettrait de pouvoir comparer l'offre de films de manière plus efficiente.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

3.2 Formules d'abonnement et nature du catalogue

La deuxième qualité instrumentale concerne la formule d'abonnement et la profondeur du catalogue qui doit représenter la diversité de la production documentaire : courts et longs métrages, contemporains et patrimoniaux, produits par la télévision ou distribués en salle de cinéma. Pour répondre aux attendus de l'expérience idéal-typique, l'offre commerciale doit réunir trois caractéristiques :

1) Proposer un catalogue riche et éditorialisé (programmations sur une thématique ou une forme documentaire, rétrospective sur un auteur, actualité des festivals, etc.).
2) Permettre à l'abonné de choisir librement le documentaire de son choix parmi un catalogue de plusieurs centaines de titres. L'enjeu est que l'équipe éditoriale accorde une *agentivité* à l'abonné, c'est-à-dire un degré d'autonomie plus grand afin qu'il puisse déterminer le documentaire qu'il souhaite visionner en fonction de son humeur et du contexte (seul, en couple, en famille, accompagné d'un spectateur cinéphile ou d'une personne non-initiée au documentaire d'auteur).
3) Exploiter des films « frais », c'est-à-dire des documentaires ayant bénéficié d'une couverture médiatique lors d'une sortie récente en salle.

   En février 2024, force est de constater qu'aucune plateforme ne réunit ces trois critères de manière totalement satisfaisante comme le résume le tableau suivant.

Tab. 3 : Comparaison des offres d'abonnement

Offre VàDA	Mubi	Universciné	Tënk
Nombre de documentaires	100	28	59
Documentaires patrimoniaux et contemporains	Oui	Oui	Oui
Programmations sur des thèmes et formes documentaires	Non	Non	Oui
Diffusion de films frais	Non	Oui	Ponctuellement
Offre VàD	Mubi	Universciné	Tënk
Nombre de documentaires	Aucun	1419	1536[4]
Diffusion de films frais	Aucun	Oui	Ponctuellement
Abonnement idéal-typique	Mubi	Universciné	Tënk
Abonnement mixte VàDA et crédits VàD	Non	Oui	Non

À ce jour, Mubi (100) arrive en tête du nombre de documentaires proposés dans une offre VàDA, suivi par Tënk (59) et Universciné (28). Toutefois, Mubi propose des films principalement patrimoniaux et une formule exclusivement sur abonnement.

Concernant l'offre VàD, Tënk commercialise le catalogue le plus important (1536) mais il faut nécessairement être abonné pour pouvoir accéder à la location d'un documentaire (principe du club). Ce n'est pas le cas pour Universciné (1419) dont le repértoire est librement accessible en VàD à tous les utilisateurs. Cette plateforme permet également d'accèder à des documentaires sortis récemment en salle[4]. Grâce

[4]L'accord sur la chronologie des médias signé le 21 janvier 2022, autorise une plateforme qui possède un accord avec les organisations du cinéma et une participation au financement de la création de réduire le

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

à son offre d'abonnement mixte qui combine les logiques VàDA et VàD, l'abonné peut ainsi utiliser des crédits pour louer des films qui ont obtenus un succès d'estime dans la presse spécialisée lors d'une sortie en salle. Cet accès à ce répertoire, sur une plateforme cinéphile, compense d'une certaine manière, l'exploitation confidentielle du cinéma documentaire en salle[5]. En outre, le fait que Tënk ne diffuse qu'un petit nombre de films frais est d'autant plus paradoxal que la plateforme contribue activement à la notoriété de ces documentaires à travers des avant-premières organisées lors des États généraux du film documentaire à Lussas ou encore avec la création du label « Oh my Doc »[6].

3.3 Indexation multicritère du catalogue

La troisième qualité instrumentale concerne les critères adoptés pour indexer le catalogue. L'enjeu est que l'abonné puisse trier, pas à pas, des répertoires de plusieurs centaines de titres. Dans cette optique, la catégorisation adoptée par l'instance d'énonciation doit être signifiante pour l'abonné cinéphile qui va mettre en place différentes stratégies informationnelles (Boubée et Tricot, 2010). Or, à ce jour, aucune plateforme du corpus ne propose une indexation qui soit totalement satisfaisante comme le résume le tableau suivant :

Tab. 4 : Critères d'indexation des catalogues

Critères d'indexation	Mubi	Universciné	Tënk
Date (décennie de production)	Oui	Oui	Oui
Durée (format)	Oui	Oui	Non
Pays (production)	Oui	Oui	Oui
Éditorial (curation)	Non	Oui (10)	Oui (5)
Thématique (sujets abordés par le film)	Non	Oui (90)	Oui (16)
Forme (dispositif de réalisation)	Non	Oui (3)	Oui (6)

La plateforme Mubi propose un tri très limité de son catalogue à travers uniquement deux critères : la nationalité et la décennie de production. Il n'est donc impossible d'affiner la recherche selon des entrées éditoriales, thématiques ou formelles.

Universciné présente quant-à-elle une indexation beaucoup plus étoffée à travers 116 critères. Toutefois, cette liste de thèmes est regroupée dans une seule famille dénommée « thématiques ». Cette longue liste n'est pas hiérarchisée et les critères sont trop hétérogènes pour permettre une utilisabilité satisfaisante. En effet, en plus des 90 termes qui renseignent sur les thématiques (« écologie », « immigration », « quête d'identité », *etc.*), certains intitulés qualifient la forme des documentaires (« se filmer », « film dans le film », *etc.*), d'autres relèvent d'une recommandation éditoriale (« dès 11 ans » ;

délais de diffusion. Pour les documentaires sorties en salle et faisant moins de 100 000 entrées, le délais est déduit à 17-15 mois en VàDA et 6-4 mois en VàD.

[5] En 2022, « le documentaire représente 20,3 % de l'ensemble des films sortis en salles dans l'année mais seulement 1,4 % des entrées totales avec 1,9 million de spectateurs » (CNC, 2023a, p. 5).

[6] Le label « Oh my Doc » réuni depuis 2021 Tënk, La Cinémathèque du documentaire, France Culture, Médiapart et Les Écrans. Ce label a pour objectif d'améliorer la visibilité et la promotion de la sortie en salle d'une sélection de films documentaires.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

« dès 14 ans », *etc.*), ou encore d'une programmation festivalière (« Cinéma du réel » ; « Cannes festival », *etc.*).

En ce qui concerne Tënk, la plateforme propose une catégorisation plus restreinte qu'Universciné. Celle-ci est réduite à 27 intitulés regroupés dans un seul menu déroulant sous l'appellation « thèmes et formes ». Or, ces critères mélangent indifféremment des aspects éditoriaux (« À voir en famille », « Classiques », « Soutenu par Tënk , *etc.*), une classification thématique (« Sport », « Travail », « Histoire », « Lgbt+ », *etc.*) ou encore une catégoristion formelle (« essais », « expérimental », « écoute », *etc.*)

Cette analyse comparative soulève le manque d'expertise et de moyens humains consacrés à l'indexation des catalogues. Fort de ce constat, une approche qualité sur la nature des métadonnées collectées à un tiers ou fabriquées en interne semble un préalable indispensable pour permettre une expérience utilisateur de qualité. Afin de favoriser une meilleure découvrabilité des films, trois jeux de métadonnées distinctes pourraient être associées :

1) *La fiche technique du film :* ces métadonnées factuelles peuvent être importées dans la base de données de la plateforme *via* une source tierce (chaque documentaire étant identifié par un numéro ISAN unique). Ce jeu de données renseigne sur la date de production (recherche chronologique), la nationalité de la production (recherche géographique), la durée (format court et long métrage), la date de sortie en salle, l'identité de l'équipe technique, etc.
2) *Les thématiques abordées par le film :* ces informations nécessitent qu'un documentaliste exploite une liste de termes, en vocabulaire contrôlé, qui soient hiérarchisés dans un thésaurus *ad hoc*. Ces métadonnées sont générées notamment par les documentalistes du portail Film-documentaire.fr qui récence près de 63 827 fiches de documentaires.
3) *La forme du documentaire* : cette indexation pourrait s'appuyer sur un outil spécialisé comme le « thésaurus des dispositifs de réalisation de films documentaires »[7] qui permet de qualifier l'ensemble des partis pris de mise en scène du réel à travers 292 concepts[8]. L'objectif de ces métadonnées est de catégoriser différents types de démarches documentaires qui possèdent une forme cinématographique similaire : démarches ethnographiques, portraits intimistes, récits autobiographiques, cinéma direct, films de familles, détournement d'archives, *found footage* documentaire, documentaires animés, documentaires chantés, etc. Ce critère d'indexation vise à répondre au besoin d'abonnés cinéphiles qui déplorent l'absence de catégorisation formelle :

> « Il y a un truc sur Tënk qui est un peu chiant, c'est que le résumé ne donne pas les informations sur le style de film. J'aimerais bien ce genre de critère-là pour filtrer le catalogue. Là, je parle au nom de ma mère qui a été déçue parce qu'elle trouvait le film qu'elle a vu trop perché alors qu'il y a des documentaires moins complexes, plus légers, qui ne demandent pas une grande disponibilité d'esprit » (Sophie, 38 ans).

[7] Outil accessible en accès libre sur : https://opentheso.huma-num.fr/opentheso/?idt=th272
[8] Sur la manière de prendre en main cette indexation spécialisée se reporter à Gantier *et al.* (2023a).

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

Cette abonnée explicite son besoin d'associer la forme du documentaire avec son humeur et sa disponibilité cognitive au moment du visionnage. Suivant ce raisonnement, il semble nécessaire de construire une série de sous genres documentaires, afin de donner des repères et d'orienter l'abonné parmi la grande diversité des dispositifs de réalisations documentaires. Ce processus de « genration » (Delaporte, 2015 ; 2019) permettrait d'enrichir les manières de guider l'utilisateur qui recherche un certain type de documentaire en fonction du contexte.

3.4 Modes de recommandation

La quatrième qualité instrumentale consiste à aider l'abonné dans sa prise de décision sur le documentaire à visionner. Cette médiation s'avère cruciale dans un contexte d'hyperchoix (Croissant, 2019 ; Chapelain et Ducas, 2018). En fonction des contextes d'usages, l'expérience utilisateur idéale-typique devrait permettre d'articuler trois modes de recommandations : éditoriale, sociale et algorithmique.

Premièrement, la recommandation éditoriale valorise la curation des programmateurs spécialiste du domaine. Au-delà d'un discours savant ou d'une rhétorique promotionnelle, cette prescription doit permettre de susciter un désir de découverte. Mais quelle que soit la qualité cinématographique des propositions, ce mode de recommandation adresse un message identique à l'ensemble du public de la plateforme. Il ne peut donc pas s'adapter au profil d'un abonné singulier, ni à un contexte de visionnage particulier.

Deuxièmement, la recommandation sociale des documentaires consiste à valoriser l'avis des abonnés (Croissant et Cambone, 2020). Pour être effective, la recommandation d'un documentaire de création nécessite de reconnaître, de manière implicite, l'expertise du goût du prescripteur. Ces petits discours prescriptifs s'élaborent en cohérence avec le paradigme cinéphile mobilisé par la communauté interprétative. Celui-ci détermine de manière tacite les différents critères mise en œuvre pour évaluer la qualité d'un documentaire d'auteur. Ce pacte implicite constitue un socle garant d'un engagement des deux parties dans le processus de médiation comme le rappelle spontanément un abonné de Tënk :

> « Sur Tënk, c'est une communauté où les gens savent de quoi ils parlent contrairement à Allociné où je ne regarde jamais les commentaires. […] Je me sens potentiellement plus proche des spectateurs de Tënk, c'est une petite communauté, et on peut s'attendre à ce que les recommandations soient argumentées » (Jérôme, 47 ans).

Sur Tënk, l'avis des abonnés est disposé sous le résumé, l'avis des programmateurs et la biographie des cinéastes. Une consigne encadre la rédaction du commentaire à la manière d'une critique élaborée de 100 à 500 signes comme l'illustre la figure suivante. Aucun lien ne relie ce texte avec le profil du contributeur, si bien qu'un utilisateur ne peut pas suivre les recommandations d'un abonné en particulier s'il considère que ses propositions correspondent à ses goûts ou sa sensibilité. Ces avis d'abonnés laissent donc des traces de visionnage d'autres abonnés cinéphiles mais

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

ne permettent pas de susciter des échanges symboliques et discurssifs au sein d'une communauté interprétative.

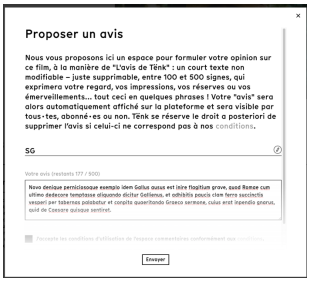


Fig. 2 : Consigne encadrant l'avis des abonnés sur Tënk

Sur Universciné, l'avis n'est pas modéré et emprunte les codes de la notation en étoile telle qu'elle est pratiquée sur AlloCiné ou les sites de e-commerce. Or, les goûts des abonnés de cette plateforme généraliste sont très diversifiés si bien que l'information s'avère peu pertinente pour guider un abonné cinéphile dans le choix d'un documentaire de création.

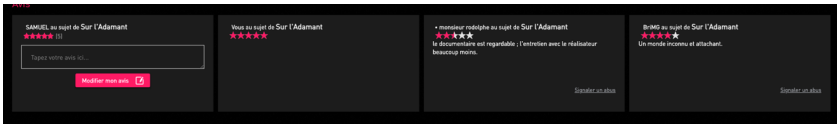


Fig. 3 : Avis des abonnés d'Universciné sur *l'Adamant* de Nicolas Philibert

Sur Mubi, les fonctionnalités de recommandation sociale sont plus élaborées dans la mesure où elles sont issues du réseau social *The Auteur* à l'origine de la plateforme (Taillibert, 2017). Il est donc possible de rechercher un abonné, de suivre son profil, ses commentaires mais également ses listes de lecture.

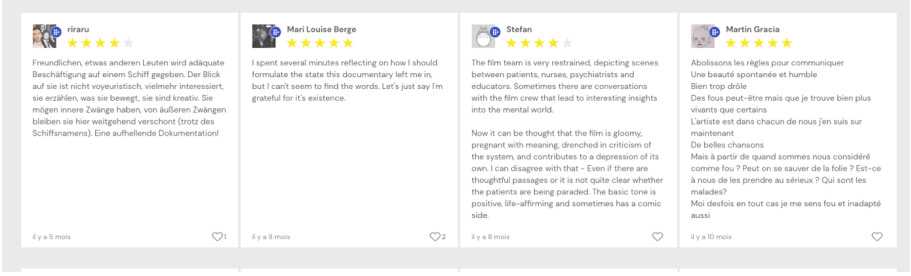


Fig. 4 : Avis des abonnés de Mubi sur *l'Adamant* de Nicolas Philibert

Par ailleurs, le troisième mode de recommandation possible est d'ordre algorithmique. Cette recommandation automatisée peut reposer sur deux types de données différentes : des traces d'usage des abonnés et/ou des données sémantiques qui décrivent les spécificités des documentaires (Gantier *et al.*, 2023a ; Kembellec *et al.*, 2014). En

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

ce qui concerne les besoins des abonnés cinéphiles, la recommandation sémantique semble l'approche la plus pertinente pour favoriser des rebonds avec des documentaires ayant des caractéristiques formelles et/ou thématiques similaires (Gantier *et al.*, 2023b).

Pour que cette recommandation automatisée se traduise en une aide à la décision signifiante, deux conditions socio-techniques doivent être réunies. Tout d'abord, la recommandation doit être *intelligible* par l'abonné, c'est-à-dire que les raisons qui conduisent à proposer tel ou tel documentaire doivent être explicités sur l'interface utilisateur. Cet outil doit favoriser la découvrabilité de formes documentaires diversifiées — et cela en accord avec les valeurs et l'éthique véhiculées par les plateformes cinéphiles. Ensuite, la recommandation doit être *personnalisable*. L'abonné doit pouvoir ajuster les paramètres qui rentrent en compte dans le tri des films en pondérant les différentes facettes de métadonnées qui qualifient les documentaires (thématiques, formes cinématographiques, etc.).

4 Qualités existentielles idéale-typiques

4.1 Incarner un système de valeurs cinéphiles

La première qualité existentielle consiste à valoriser une série de valeurs qui défendent la création documentaire. Les discours d'escortes véhiculés par l'instance d'énonciation participent ainsi à construire, de manière *performative*, l'identité d'un public cinéphile. Sur la plateforme Tënk, trois éléments concourrent à promouvoir un certain cinéma documentaire :

1) Diffuser des documentaires marginalisés par les logiques socio-économiques propres au marché audiovisuel (Lesaunier, 2021).
2) Élargir l'audience des films programmés, de manière confidentielle, dans les festivals spécialisés et leur permettre de toucher un public de non-initié (Taillibert, 2009).
3) Investir dans le préachat de documentaires de création inédits. Ce soutien aux acteurs de la filière participe d'une utopie d'intégration verticale de la chaine de production afin de construire une alternative à la standardisation imposée par les industries de programmes (Lesaunier, 2019 ; Vinuela, 2018).

Si l'identité de Tënk s'est forgée sur son engagement militant en faveur de la création documentaire, force est de constater que les choix de programmation et de préachat restent la prérogative exclusive de l'équipe éditoriale. Or, pour faire vivre ce système de valeurs, il semble nécessaire que l'instance d'énonciation reconnaisse également une certaine expertise chez ses abonnés les plus fidèles. L'enjeu serait d'instaurer un dialogue plus horizontal entre l'équipe éditoriale et la communauté d'abonné. Une abonnée souligne cette revendication lorsqu'elle déclare par exemple :

> « Je souhaite une programmation qui ne soit pas trop élitiste. J'attends que Tënk ne soit pas seulement l'écho de Lussas ou de Beaubourg mais qu'il y ait aussi des propositions venues des abonnés » (Laure, 55 ans).

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

En résumé, que ce soit sur Mubi, Universciné ou Tënk, la programmation des films documentaires reste une transaction économique et symbolique opaque pour nombre d'abonnés. Indépendemment du travail de curation, apprécié pour sa qualité et sa diversité, une partie des abonnés apprécieraient de pouvoir participer, d'une manière ou d'une autre, à la selection des films diffusés et de manière plus général au projet éditorial de la plateforme.

4.2 Resocialiser l'expérience cinéphile

La deuxième qualité existentielle concerne la resocialisation des pratiques cinéphiles. L'idée est de sortir l'amateur de documentaires de création d'une consommation cinématographique fortement individualisée sur les plateformes. En effet, d'après l'étude sur les publics du documentaire commandité par le CNC en 2023[9], 70% des spectateurs regardent seul les documentaires mais 72% expriment le besoin de partager sur le film avec leurs relations et 69% les recommandent à leurs proches. Dès lors, il semble déterminant de repenser le lien social en amont, pendant et en aval du visionnage. L'objectif est de répondre au besoin fondamental de tout individu de se sentir relié à d'autres spectateurs qui partagent une même pratique culturelle et symbolique. C'est ce que déclare notamment cet abonné de Tënk :

> « C'est bien qu'on ait ces recommandations sur les documentaires, parce que des fois on se sent un peu seul ! (Rires) Là, on se dit qu'il y a des gens qui ont vu le même film que moi. J'ai le sentiment qu'on est avec d'autres à regarder la même programmation, que le film circule d'une certaine manière » (Julien, 32 ans).

Au-delà de la recommandation sociale des abonnés, ce sentiment d'appartenir à une *communauté interprétative* mériterait d'être renforcé. De manière prosaïque, le nombre d'utilisateurs connectés simultanément pour visionner un film pourrait être signalé sur l'interface utilisateur. Cette pratique techno-sémiotique existe déjà sur les plateformes de jeu multi-joueurs ou lors de retransmission, en direct, d'événement sportif sur les plateformes télévisées.

Par ailleurs, Mubi, Universciné et Tënk proposent réguliérement à leurs abonnés d'offrir un documentaire à leur proche. L'intention est de partager l'émotion suscitée par le film pour relier symboliquement des individus entre eux. Il s'agit de faire circuler une rencontre avec un personnage, un territoire, une archive, une interaction sociale… Toutefois, ce mode de communication reste unilatéral dans la mesure où aucune notification n'informe l'abonné que le film a été vu et apprécié par le destinataire. À ce jour, cette fonctionnalité ne permet donc pas de stimuler de manière satisfaisante le plaisir et la sociabilité autours des films documentaires d'auteurs.

4.3 Routiniser la pratique cinéphile

La troisième qualité existentielle vise à transformer un usage ponctuel de la plateforme en une fréquentation régulière. L'objectif est de routiniser cette pratique de

[9] Études de marché et d'opinion quantitatives sur les publics des documentaires (CNC, 2023b)

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

spectateur dans ses habitudes de vie et son agenda culturel, en fonction de différentes saisonnalités. Au même titre qu'une plateforme musicale peut accompagner les séances de sport et les transports quotidiens d'un utilisateur, la plateforme cinéphile doit être en mesure de s'insérer dans des séquences de vie quotidiennes. Or, les entretiens avec les abonnés cinéphiles mettent en avant que, même pour un initié, regarder un documentaire d'auteur nécessite toujours une démarche volontaire :

> « Même pour moi qui ait réalisé des docs, c'est toujours un effort à réinvestir, c'est un peu comme rentrer dans un bain tiède, au début c'est difficile mais après c'est toujours bien ! » (Christophe, 48 ans).

Dans un contexte de surabondance d'offres audiovisuelles, il semble essentiel qu'une séance de visionnage ayant procuré du plaisir soit ancrée dans un souvenir mémorable. La matérialisation d'une trace sensible de l'expérience documentaire (photogramme, affiche du film, citation, photo, *selfie*, *etc.*) permettrait de raviver ce souvenir agréable après un temps plus ou moins long. Sur le plan comportemental, l'enjeu est de rappeler à l'abonné que cette pratique culturelle alimente son système de valeurs et lui « fait du bien ».

Par ailleurs, la planification de rendez-vous collectifs récurrents permettrait d'inscrire les visionnages dans un agenda culturel plus large comme le déclare cet abonné de Tënk :

> « Un débat mensuel avec un auteur me rappellerait de consommer mon abonnement car je l'oublie dans le train-train quotidien. Mon temps est limité et les sollicitations culturelles sont nombreuses » (Rodolphe, 60 ans).

En filiation avec une tradition festivalière, les abonnés pourraient débattre en direct avec un auteur-réalisateur afin de prolonger un lien privilégié avec le geste de création. Ce type d'échanges répond totalement aux valeurs véhiculées par Tënk comme le met en avant cet abonné :

> « Lorsqu'on va vers ce type de films, on cherche autre chose que les débats classiques du type : c'est un bon ou un mauvais film. On cherche quelque chose qui questionne le cinéma, qui interroge la relation entre la personne qui filme et la personne filmée, les choix de réalisation, la forme qui, j'espère, ne se normalise pas. […] Cela doit être discuté, permettre la rencontre avec d'autres personnes. Du coup, c'est le principe du ciné-club [désigne un espace clos avec ses mains] » (Christophe, 48 ans).

Si une programmation mensuelle de débat avec les auteurs-réalisateurs existe bien *via* l'association « Doc chez l'habitant »[10]. Celle-ci reste très confidentielle et mal relayée sur la communication officielle de Tënk. À ce jour, son organisation bénévole ne permet pas de se déployer sur le territoire national et de conquérir de nouveaux

[10] https://adcha.Webflow.io, consulté le 01/07/2024.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

abonnés. Ce constat est d'autant plus paradoxal que l'association organise un festival de trois jours chaque année autour d'une programmation de documentaires sortis en salle et dont les droits sont négociés pour une diffusion dans un cercle privé comme l'illustre la capture d'écran suivante.

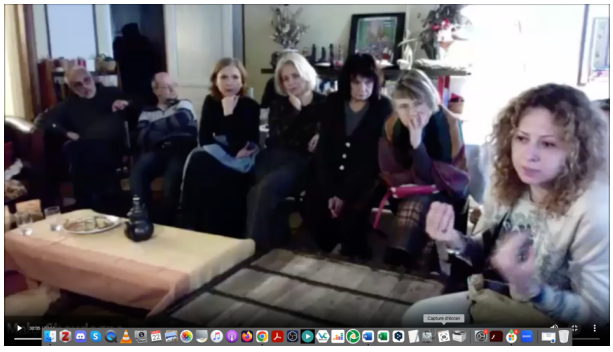


Fig. 5 : Habitante qui interroge un réalisateur au cours du festival « Doc chez l'habitant » organisé par l'association ADCHA.

L'expérience de visionnage se partage ici en dehors de la plateforme, dans le cadre d'un espace domestique propice à l'échange à travers un outil de visioconférence (Morincôme et Rasmi, 2023). Ce type de rendez-vous mériterait d'être renforcé avec de véritable moyens de médiation afin de créer un sentiment *d'appartenance* à une communauté qui défend la création documentaire. L'enjeu est de faire vivre, autours des films, une communauté interprétative qui partage un goût commun pour le documentaire sous une forme héritée du ciné-club.

5 Conclusion

Ce chapitre a permis de conceptualiser l'expérience utilisateur idéale-typique d'une plateforme de films documentaires. Le modèle élaboré articule quatre dimensions : une population d'abonné qui apprécie particulièrement le documentaire de création ; une plateforme VàDA cinéphile avec des fonctionnalités instrumentales et existentielles ; un contexte de visionnage et une temporalité de consultation. Ce modèle a ensuite été comparé à l'expérience utilisateur offerte par trois plateformes : Mubi, Universciné et Tënk. Il en résulte un écart important entre le modèle idéale-typique et les fonctionnalités proposées par ces plateformes.

Sur le plan *instrumental*, quatre points sont à prendre en considération pour améliorer le design d'expérience utilisateur :

1) Ajouter des fonctionnalités avancées au lecteur vidéo pour permettre à l'utilisateur de s'immerger, manipuler ou s'extraire du flux audiovisuel selon le contexte d'usage.

2) Offrir une formule d'abonnement mixte qui articule les modèles d'affaire VàD et VàDA comme le propose uniquement Universciné. Cette formule hybride procure davantage d'agentivité à l'abonné. Elle lui permet de choisir librement

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

un film au sein du catalogue et lui donne accès à certains documentaires sortis récemment en salles.

3) Entreprendre une démarche qualité pour améliorer l'indexation des catalogues. La structuration des jeux de métadonnées doit permettre à l'utilisateur cible de pouvoir fouiller les catalogues de centaines de titres de manière pertinente et efficiente.
4) Articuler, de manière complémentaire, les modes de recommandations éditoriales, sociales et algorithmiques. Ces trois entrées sont des leviers essentiels pour favoriser la découvrabilité des œuvres et l'exploration par les usagers des fonds de catalogue.

Sur le plan *existentiel*, trois éléments s'avèrent déterminant pour tendre vers une expérience idéale-typique :

1) Permettre à la population d'abonnés cinéphiles de participer, d'une manière ou d'une autre, à la programmation. L'enjeu est de prendre en considération ses attentes lors de l'acquisition des droits de diffusion. Il s'agit d'instaurer un dialogue régulier entre l'instance éditoriale et cette communauté d'abonné afin de dépasser une programmation exclusivement descendante.
2) Resocialiser l'expérience cinéphile en amont, pendant et en aval du visionnage. Pour cette population d'abonné, la médiation et le partage autours des films semblent tout aussi important que la qualité artistique des documentaires.
3) Les modèles temporels instaurés lors du lancement des plateformes semblent figés (films entrants et sortant du catalogue chaque semaine). Or, pour transformer des visionnages occasionnels en pratiques culturelles récurrentes, une événementialisation et une saisonnalité semblent indispensables à construire dans la durée.

En conséquence, les écarts entre l'expérience utilisateur idéale-typique et celles proposées par Mubi, Universciné et Tënk s'expliquent de manière multifactorielle. La première raison est d'ordre économique et technique. Ces plateformes souffrent en effet d'une dépendance à des outils CMS qui conditionne fortement les fonctionnalités qu'elles peuvent proposer à leur audience. La deuxième raison relève davantage de la culture professionnelle. L'importance de structurer des jeux de métadonnées, l'indexation des films, l'implémentation d'outil de recommandation ou l'évaluation des fonctionnalités par des panels d'abonnés nécessitent des compétences métiers très différentes de celles partagées par les programmateurs en festival et les professionnels du documentaire.

Finalement, les apports et limites des fonctionnalités instrumentales et existentielles des plateformes se combinent pour générer une évaluation globale de l'abonné cinéphile sur le service. Celui-ci juge de l'attractivité de la plateforme et décide *in fine* de fidéliser ou non son abonnement. Les données sur le nombre d'abonnés, leur consommation filmique et le taux de fidelisation (attrition) ne sont malheureusement pas accessibles aux chercheurs. Et pour cause, ces données sont protégées par le secret d'affaires, si bien que l'impact d'une fonctionnalité sur une audience reste difficile à évaluer de l'extérieur.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

En termes de perspective de recherche le modèle idéal-typique proposé mériterait d'être confronté à d'autres terrains que celui du documentaire de création. Le canevas théorique pourrait ainsi s'avérer heuristique pour analyser d'autres genres audiovisuels et leurs publics cibles : série, cinéma patrimonial, cinéma d'animation, court métrage, etc.

Bibliographie

Boubée, Nicole ; Tricot, André (2010) *Qu'est-ce que rechercher de l'information ?* Presses de l'enssib, France, URL : http://books.openedition.org/pressesenssib/799.

Chapelain, Brigitte ; Ducas, Sylvie (dirs) (2018) *Prescription culturelle. Avatars et médiamorphoses*, Presses de l'enssib, Villeurbanne.

Croissant, Valérie (dir.) (2019) *L'Avis des autres. Prescription et recommandation culturelles à l'ère numérique*, éditions des archives contemporaines, Paris.

Croissant, Valérie ; Cambone, Marie (2020) « Discours et pratiques de la participation dans la construction des hiérarchies cinématographiques sur les plateformes de streaming vidéo », Colloque *La fabrique de la participation culturelle : plateformes numériques et enjeux démocratiques*, Paris. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03052399$>$.

Coenen-Huther, Jacques (2003) « Le type idéal comme instrument de la recherche sociologique », *Revue française de sociologie*, vol. 44, n° 3, p. 531-547.

CNC (2023a) « Le marché du documentaire en 2022 », Étude prospective URL : https://www.cnc.fr/documents/36995/1872922/Le+march\%C3\%A9+du+documentaire+en+2022.pdf/f6eef69c-8819-3e70-b5d0-9105b22c23ce?t=1687256876042

CNC (2023b) « Le public du documentaire », Étude de marché et d'opinion sur les publics du documentaire, publiée le 03/10/2023, URL : https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/le-public-du-documentaire_1978631

Delaporte, Chloé ; Mazel, Quentin (2022) « Publics des plateformes de vidéo à la demande » *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics.* Mis en ligne le 21 juillet 2022. URL : https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/publics-des-plateformes-de-video-a-la-demande.

Delaporte, Chloé (2019) « La médiation générique des contenus cinématographiques sur les plateformes de vidéo à la demande », *Réseaux*, n° 217, 2019, p. 151-184.

Delaporte, Chloé (2015) *Le Genre filmique. Cinéma, télévision, Internet*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, Coll. « Les Fondamentaux de la Sorbonne Nouvelle »).

Gantier, Samuel ; Givois Ève ; Jacquemin, Bernard (2023a) « Cartographier les dispositifs de réalisation des films documentaires », Mise au point, vol. 17, DOI :10.4000/map. 6522

Gantier, Samuel ; Givois Ève ; Jacquemin, Bernard ; Atbane-el-Houadi, Bouchra (2023b) « Réception d'une recommandation algorithmique basée sur les dispositifs de réalisation des films documentaires », *RFSIC*, n° 26, DOI :10.4000/rfsic.14204

Gantier, Samuel, Kergosien, Éric, Givois, Ève, Atbane-El Haoudi, Bouchra (2022) « Rapport technique du programme AlgoDoc#2 (Algorithme de recommandation multi-facette de films documentaires) », laboratoires LARSH de l'Université Polytechnique des Hauts-de-France et GERiiCO de l'Université de Lille, 123 p. hal-03616629

Gantier, Samuel (2022) « Médiation du cinéma documentaire et pratique des abonnés cinéphiles de Tënk », *tic&société* vol. 15 N° 2-3, p. 297-323.

Gantier, Samuel (2020) « Construction de pratiques cinéphiles sur une plateforme de vidéo à la demande : enjeu du design des personæ. » *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 21(1), p. 53-73.

Gimello-Mesplomb, Frédéric (2015) « Cinéphilie » *Publictionnaire, Dictionnaire encyclopédique et critique des publics,* URL : http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/cinephilie/ (consulté le 24 mars 2023).

Hassenzahl, Marc (2003), « The Thing and I : Understanding the Relationship Between User and Product », *in* Blythe M., Monk A. (dirs.), *Funology 2 : From Usability to Enjoyment* Springer International Publishing, p. 301-313.

Jullier, Laurent (2021) *Qu'est-ce qu'un bon film ?*, Armand Colin, Paris.

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298

Karapanos, Evangelos ; Zimmerman, John ; Forlizzi, Jodi ; Martens, Jean-Bernard (2009) « User Experience Over Time : An Initial Framework », colloque *CHI 2009*, ACM, Boston.

Kembellec, Gérald ; Chartron, Ghislaine ; Saleh, Imad (dir.) (2014), Les Moteurs et systèmes de recommandation, ISTE éditions, London.

Lahire, Bernard (2006) *La culture des individus : dissonances culturelles et distinction de soi*, La découverte, Paris.

Lallemand, Carine ; Gronier, Guillaume (2018) *Méthodes de design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*, Eyrolles, Paris.

Lesaunier, Marie-Eva (2021) *Les Conditions de production du documentaire de création en France : enjeux d'une mobilisation professionnelle*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de Valérie Devillard, Paris 2 Panthéon-Assas.

Lesaunier, Marie-Eva (2019) « Une plateforme au service d'un monde professionnel mobilisé : enjeux symboliques et économiques. » *tic&société*, n° 13 (1-2), p. 225-246. DOI :10.4000/ticetsociete.3299.

Mahlke, Sascha (2008) *User experience of interaction with technical systems*, thèse de doctorat, Université de technologie de Berlin.

Morincôme, Pascaline ; Rasmi, Jacopo (2023) « Contre qui conspirent nos salons : Programmer et déprogrammer à domicile », *La Revue Documentaires*, n° 33, p. 97-105.

Taillibert, Christel (2020) *Vidéo à la demande : une nouvelle médiation ? Réflexions autour des plateformes cinéphiles française*, L'Harmattan, Paris.

Taillibert, Christel (2017) « Vidéo à la demande cinéphile et stratégies entrepreneuriales : l'exemple de MUBI », *in* Aubert, Jean-Paul ; Taillibert, Christel (dirs), *L'économie de la cinéphilie contemporaine*, L'Harmattan, Paris.

Taillibert, Christel (2009) *Tribulation festivalière : les festivals de cinéma et audiovisuel en France,* L'Harmattan, Paris.

Thuillas, Olivier ; Louis Wiart (2019) « Les plateformes de VàD cinéphiliques : des stratégies de niche en questions », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 20(1), 39-55. URL : https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/varia/03-les-plateformes-de-VàD-cinephiliques-des-strategies-de-niche-en-questions/

Thuillas, Olivier ; Louis, Wiart (2023) *Les plateformes à la conquête des industries culturelles*, Presses universitaires de Grenoble, Fontaine.

Vinuela, Ana (2018) « La production de documentaires télévisés en France : Interventions politiques et évaluation de la qualité », *Critical Studies in Television*, vol. 13, n° 2, p. 227-243. http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1749602018763681 DOI : 10.1177/1749602018763681

Published in : BULLICH, Vincent ; SCHMITT, Laurie (dir.), *Les plateformes de vidéos à la demande en France. Au-delà de Netflix et YouTube*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813005298, doi : 10.17184/eac.9782813005298