Accéder, situer, contribuer

Quand les publics des plateformes de VàD font leur cinéma

Camille JUTANT

Elico - Université Lumière Lyon 2

DOI : https ://doi.org/10.17184/eac.9163

Résumé : Le texte examine comment certaines plateformes de vidéo à la demande (VàD) façonnent les pratiques culturelles de leurs publics. À travers l'étude de trois plateformes françaises (UniversCiné, La Cinetek, Benshi), l'analyse met en lumière leur ancrage dans l'histoire des politiques culturelles, marquées par une forte intervention de l'État dans le secteur cinématographique. L'objectif est de montrer comment ces plateformes s'inscrivent dans trois grands modèles de médiation culturelle : l'accès aux œuvres, l'élargissement des pratiques culturelles et la participation des publics. En faisant cohabiter ces modèles, les plateformes marquent aussi leur singularité par rapport aux plateformes dominantes (Netflix, Amazon, etc.), en faisant la promotion de l'expérience cinématographique comme une pratique située, historique et politique.

Mots-clés : publics, politiques culturelles, médiation, participation, recommandation, accès, éditorialisation

Abstract: The text examines how certain video-on-demand (VOD) platforms shape the cultural practices of their audiences. Through the study of three French platforms (UniversCiné, La Cinetek, Benshi), the analysis highlights their roots in the history of cultural policies, marked by strong state intervention in the film sector. The aim is to show how these platforms fit into three major models of cultural mediation: access to moovies, broadening cultural practices and audience participation. By bringing these models together, the platforms also distinguish themselves from dominant platforms (Netflix, Amazon, etc.), by promoting the cinematic experience as a situated, historical and political practice.

Keywords: audiences, cultural policies, mediation, participation, recommendation, access, editorialization

1 Introduction

La façon dont les plateformes culturelles, et plus spécifiquement les services de VàD, déterminent les usages de leurs publics, et la façon dont elles s'y ajustent en retour, nous renseignent sur les représentations de l'objet audiovisuel, des savoirs à son sujet, et sur les places par rapport à ces savoirs, qui sont en jeu dans ces espaces numériques. Les travaux de Marie Cambone et Valérie Croissant (2022), ainsi que les travaux menés avec Julia Bonaccorsi (2019) ont permis de montrer que la recommandation culturelle par les plateformes débordait largement la simple mise en avant d'un produit à consommer, mais pouvait être analysée comme la sémiotisation d'une expérience culturelle[1]. La plateforme construit de la valeur et des représentations sur ce qu'est le film comme objet culturel, et elle suggère également une pratique spectatorielle ainsi que des rôles pour les participants en présence, celles et ceux qui regardent et elle-même en tant que lieu ressource.

Comment qualifier cette pratique et ces rôles ? De quoi se réclament-ils ? Que confortent-ils en matière d'expérience culturelle, ou que modifient-ils ? L'objectif de ce texte est de comprendre à quels modèles historiques de l'action culturelle ces expériences médiatisées se rattachent, en prenant pour exemple des plateformes développées en France qui est un pays se caractérisant par une relation très forte entre l'Etat et le champ cinématographique. En témoigne sa double identité, le cinéma comme art et le cinéma comme industrie, qui hérite du rattachement en 1959, du CNC (centre national de la cinématographie), crée en 1946 – qui dépendait jusqu'alors du ministère de l'Industrie et de Commerce – au ministère des Affaires Culturelles sous la responsabilité d'André Malraux (Jeancolas, 2019, Vernier, 2004). Les relations entre l'audiovisuel et les politiques publiques en France sont ainsi anciennes et bénéficient d'un contexte particulièrement volontariste, et notamment à l'endroit de l'aide à la création, à la production (pour exemple, en 2020, l'audiovisuel public est encore financé à 89% par la contribution à l'audiovisuel public) et plus récemment d'un débat sur la continuité des formes de soutien dans un contexte où le rapport à l'audiovisuel a été transformé par les technologies numériques[2] (Chantepie et Paris, 2019). Dans cet article, il s'agit moins de regarder comment les plateformes de VàD s'inscrivent dans une histoire du soutien public à la création cinématographique (Salvador et Benghozi, 2023), comme en témoigne le contrôle des quotas d'œuvres (60 % d'œuvres européennes et 40 % d'œuvres d'expression originale française)[3], ou la promotion de la diversité culturelle et la défense des industries cinématographiques nationales[4] ou européennes (Wiart et Tuillas, 2020). Il s'agit plutôt de comprendre comme les plateformes s'inscrivent dans une histoire du soutien public à la médiation, à la rencontre avec les publics, sujet qui a été beaucoup moins documenté. Les discours d'escorte associés à la consommation

[1] Voir le Chapitre 18 de Julia Bonaccorsi « Toujours bien recommandable ? Le contrat de recommandation des plateformes de VàD, entre confiance et trahison ».

[2] Réforme du financement de l'audiovisuel public – Rapport établi par Philippe Vinçon, Sandra Desmettre, Maroussia Outters-perehinec et Paul-Armand Veillon, inspecteurs généraux des finances, et Guy Amsellem et Philippe Nicolas, inspecteurs généraux des affaires culturelles, juin 2022

[3] Loi 2010 Décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010

[4] Pour une compréhension plus approfondie des différentes formes de soutien public voir : Rapport de la Cour des comptes avril 2014 « Les soutiens à la production cinématographique et audiovisuelle : Des changements nécessaire » mais aussi la description des objectifs de la politique de soutien conduite par le CNC qui figure à l'article L. 111-2 du code du cinéma et de l'image animée

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

numérique des biens culturels peuvent masquer – sous l'effet du discours de nouveauté, toujours rattaché aux technologies numériques – des continuités profondes avec les enjeux historiques de médiation culturelle et de relations avec les publics.

De nombreux travaux portent sur les publics des plateformes, la façon par exemple dont les dispositifs de recommandation accompagnent et orientent les habitudes de consommation (Farchy, Méadel et Anciaux, 2017, Dessinges et Perticoz, 2019 ; Drumond, Coutant et Millerand, 2018) ou encore la façon dont les rôles des publics se construisent (Gantier 2015, 2020) notamment dans une perspective cinéphile (Delaporte, 2017, Wiart et Thuillas, 2019) ou dans une perspective d'analyse de leur participation en ligne (Cambone et Croissant, 2022, Proulx, 2020, Alomran 2024, Severo, 2021). Mais peu de travaux portent sur l'héritage des politiques culturelles sur les logiques de médiation au cinéma construites par les plateformes de VàD et les figures de publics associées à ces logiques, en dehors des études de Chloé Delaporte et Quentin Mazel (Delaporte 2015, 2019, Delaporte et Mazel, 2021) ou de Christelle Taillibert qui a étudié les modèles organisant l'éducation aux images dans les dispositifs en ligne (Taillibert, 2020), ou encore du récent travail de Michaël Bourgatte sur l'histoire du Webdocumentaire (Bourgatte, 2024).

En travaillant sur la relation entre figures de médiation prescrites par les politiques culturelles et figures de médiation activées dans les plateformes de VàD, ce texte espère contribuer à l'analyse de la recommandation culturelle dans les plateformes numériques et de sa nature plurielle. Pour cela nous avons choisi d'étudier des plateformes qui, pour des raisons stratégiques (se différencier des GAFAM), économiques (bénéficier de subventions publiques) et historiques (porter une représentation du cinéma comme art), se caractérisent par leur inscription dans une histoire locale de politiques culturelles. Nous avons choisi de travailler sur trois plateformes de VàD françaises qui affichent clairement leur intention d'être, non pas des sites Web audiovisuels, mais des sites Web offrant du « cinéma », et donc, par la, convoquant *a priori* une perspective culturelle, et une mise en relation avec « un espace social appelant des pratiques, codes, communautés, idiosyncrasies décrites comme singulières, « cinéphiles » » (Delaporte 2019 :173). A partir d'une analyse sémio-discursive de ces trois plateformes de VàD, UniversCine[5], La Cinetek[6] et Benshi[7], et plus spécifiquement de leur offre éditoriale, des fonctionnalités participatives proposées, ainsi que des modalités de valorisation des contenus produits par les publics, nous observons comment des logiques de médiation sont rendues visibles, sur quoi elles reposent et ce qu'elles impliquent pour les participants concernés (les acteurs à l'origine des services, comme les différents publics destinataires).

Aussi, ce sont trois moments des politiques publiques en faveur de l'action culturelle, c'est-à-dire en faveur de la médiation et de la relation aux publics, que les prochaines parties vont chercher à repérer dans le fonctionnement des plateformes, le sens qu'elles

[5]UniversCiné est lancé en 2001, il compte 43 actionnaires regroupés au sein de la SAS LeMeilleurduCinéma. La Caisse des Dépots et Consignations et le fonds d'investissement Media Advisory Services les ont rejoints en 2014 comme actionnaires minoritaires.

[6]La Cinetek est lancée en 2015 à l'initiative de trois cinéastes (Pascale Ferran, Cédric Klapisch et Laurent Cantet), regroupés en association (« La Cinémathèque des réalisateurs »).

[7]Benshi Studio est lancé en 2017 et géré par VOD Factory pour le Studio des Ursulines, une salle Art et Essai parisienne

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

donnent à leurs technologies et dans la manière dont elles sollicitent leurs publics. Le premier est celui de la démocratisation qui consiste à donner accès au nombre le plus important possible d'œuvres ; le second est celui de l'élargissement des contextes de réception qui consiste à situer et à diversifier la pratique spectatorielle ; et enfin, le dernier est celui du tournant participatif et de la démocratie culturelle qui consiste à faire contribuer les publics.

2 Accéder aux films : la démocratisation des œuvres de cinéma

La numérisation du patrimoine est apparue, dès les années 90, comme un enjeu de médiation vers le grand public. Dans le domaine du cinéma, le soutien à la numérisation des catalogues et à la mise en ligne du plus grand nombre possible de films, pour les publics les plus larges, est mentionné dès les premières formes de subventions publiques aux plateformes de VàD. On trouve ici la formulation réactualisée du programme politique de la démocratisation culturelle inscrite dans le décret de création du ministère des affaires culturelles, en 1959, « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel » [8].

« En 2024, le CNC soutient et encourage le développement du marché de la vidéo à la demande (VàD) […] la diffusion en ligne de catalogues d'au moins 4 œuvres cinématographiques ou audiovisuelles visant à favoriser la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD »[9]

Par ailleurs, l'action « Industries culturelles » du programme 334 – Livre et industries culturelles (au sein de la mission Médias, livre et industries culturelles), attribue à l'intervention publique un rôle pour *« assurer la diversité et le renouvellement de la création, ainsi que sa diffusion auprès des publics les plus larges ».*

Cet objectif politique de la démocratisation formulé par les institutions publiques de soutien suppose de penser la relation entre le cinéma et le public à partir de trois axes : enrichir le catalogue pour donner accès au plus grand nombre possible de films, penser ces films comme des trésors dignes d'être conservés et donc conforter leur statut de patrimoine, et enfin favoriser la consultation du catalogue sur un mode documentaire.

2.1 La profusion au service de l'accès

Sur les sites Web de acteurs étudiés, l'enjeu de l'accès se trouve logé dans la présentation et l'éditorialisation du catalogue et de sa profondeur. Les chiffres et les nombres y figurent en bonne place. Les trois sites reprennent cette dimension quantitative et l'affiche même comme l'un des premiers marqueurs de la qualité de leur offre. La profusion des films renvoie à la possibilité pour l'usager de voir tout ce qu'il veut, et d'avoir accès à tout. Sur UniversCiné, les filtres permettant de choisir les films sont associés pour chaque item à un nombre de films en consultation.

[8] Art. 1 Décret 24 juillet 1959

[9] Description de l'aide sélective par le CNC, à la diffusion en vidéo à la demande https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/video-et-vad/soutien-selectif-a-lexploitation-en-video-a-la-demande-vad_191020

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

« Actuellement, plus de 2000 films décisifs sont disponibles dont plus de 800 étaient inédits en vidéo à la Demande au moment de leur publication » (lacinetek.com)

« Sur UniversCiné, vous découvrirez et retrouverez + de 12 000 films emblématiques du cinéma indépendant contemporain, disponibles à tout moment. » (universciné.com)

Cette mise en visibilité d'un accès à un grand catalogue se caractérise, dans les trois sites, par la présence de rubriques et d'outils de recherche élaborés. On retrouve la médiation « par le genre », étudié par Chloé Delaporte qui consiste à associer un film avec un genre en fonction de plusieurs critères (intrigue, caractéristiques techniques, formats, légitimité sociale, et conditions de production). Mais on observe sur les trois plateformes un enrichissement de la médiation traditionnelle par des catégorisations para-génériques (collections, labels, thématiques, *moods*) qui « visent à distinguer ces plateformes des autres services généralistes de vidéo à la demande, à leur procurer une identité visuelle et éditoriale et à donner le sentiment d'une offre abondante et diversifiée, irréductible aux genres classiques » (Delaporte, 2019, p. 165)

Par exemple, dans le cas de Benshi.fr, le rubriquage apparait d'abord (bandeau horizontal du haut de page) par classes d'âge.



Fig. 1 : Capture partielle site Web benshi.fr

Sur universciné.com, le système de rubriquage principal – celui qui s'affiche dans le bandeau horizontal en haut de la page d'accueil – « Nouveautés, Films, Séries, Top, Kids », se double d'un système de tri des films (par date de publication, ordre alphabétique, date de sortie, top des ventes) et d'un système de filtres (Pays, Type, Genre, Décennies, Thèmes) puis enfin d'un système de thématisation du catalogue, avec des bandeaux verticaux de films regroupés sous une thématique particulière[10]. On dénombre cinquante listes bandeaux au total sur la page d'accueil. Le site en propose un nombre considérable, près de deux cents au total.

[10]Pour exemple, on trouve les thématiques suivantes : Nouveautés, Top du moment, Les exclus UniversCiné, ou encore des thématiques à partir d'un film ou d'un type de cinéma « Cinéastes de l'Italie contemporaine », d'un genre « Documentaires », « jeunesse », ou genre « Western ».

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



Fig. 2 : Capture partielle du site Web universcine.com

Sur la cinetek.com, « Tous les films » est la première manière de rencontrer le catalogue. Le catalogue est présenté à partir de quatre caractéristiques : son titre, son réalisateur, sa décennie et son pays. Puis un système de filtres permet d'affiner la recherche et révèle en creux des attentes cinéphiliques. Il est en effet proposé de faire une recherche par type de film (documentaire, fiction, animation, court-métrage, etc.) et par genre (comédie, fantastique, épouvante, etc.) mais aussi par courant cinématographique, supposant une culture cinématographique à même de distinguer les films de la nouvelle-vague de ceux de l'Ecole soviétique de 1917 à 1929.

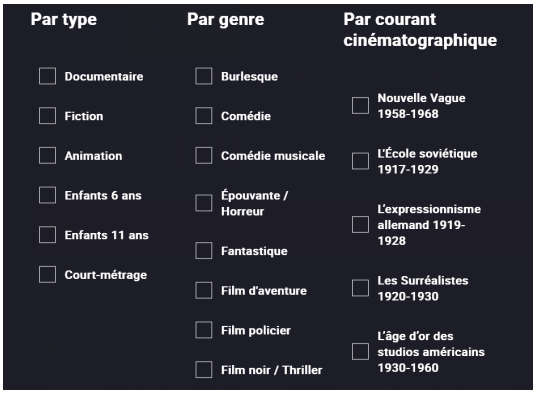


Fig. 3 : Capture partielle du site Web *lacinetek.com*

La Cinetek met également en avant le nom des réalisateurs et réalisatrices des films (ou des cinéastes qui les recommandent), proposant ainsi une médiation essentiellement auctoriale des contenus. Le travail de médiation opéré par le rubriquage des films est ainsi au service de la profusion des contenus, organisée par les sites. Cette profusion est permise par une indexation croisée. Le nombre de métadonnées est si important dans les deux derniers exemples, que les contenus peuvent être indexés à plusieurs catégories, plusieurs filtres, plusieurs thématiques, etc. On pourrait penser que cette profusion rapproche ces sites des grandes plateformes dominantes du marché qui font

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

la promesse d'un catalogue immense. Néanmoins, on va montrer que d'une part cette profusion concerne des films considérés comme des œuvres, comme des trésors, et à ce titre, répond bien à une mission de démocratisation culturelle. D'autre part, on va montrer que ce travail de médiation opéré par ce rubricage des films est également au service d'une expérience spectatorielle cinéphilique et culturelle, voire documentaire.

2.2 La rareté au service de la valorisation du catalogue

Sur les trois plateformes étudiées, les films et par extension le cinéma, sont présentés aux usagers comme un bien de qualité, des « films rares » (lacinetek.com), des « beaux films » (benshi.fr), voire comme un trésor.

« La Cinetek a proposé à la Cinémathèque française, la cinématique de Toulouse, la Deutsche Kinemathek […] de choisir et de présenter ici leurs « trésors cachés ». » (lacinetek.com)

« En plus de ces critères, Benshi aime défendre les films plus confidentiels, perles méconnues, productions artisanales qui ne bénéficient pas tout le temps de la promotion qu'ils méritent » (benshi.fr)

Sur les trois sites, les pages d'accueil et les pages de présentation des catalogues font référence à la « qualité cinématographique des films », la « singularité des œuvres qui reflètent le travail et la vision d'un auteur », « leur faculté à s'inscrire dans le patrimoine cinématographique ». Par exemple le site de la Cinétek propose de visionner le film (de le louer ou de l'acheter) mais aussi de l'offrir comme cadeau ce qui témoigne de sa valeur (Sherry, 1983).

Cette rhétorique du trésor et de la trouvaille n'est pas sans rappeler les démarches de patrimonialisation étudiée dans le cas des musées (Davallon, 2006), qui relèvent habituellement des institutions scientifiques et publiques qui ont pour mission de sélectionner des objets, de produire des connaissances et de les conserver comme une mission de service public. C'est ce qui explique certainement la dimension documentaire des plateformes à certains égards et leur rapprochement avec le dispositif de l'archive.

2.3 La logique documentaire au service de la patrimonialisation des films

Le travail de médiation opéré par le rubriquage des films est également au service de la singularisation de l'expérience culturelle. En n'utilisant pas les métadonnées classiques de description et en soignant les formes d'éditorialisation du catalogue, comme en témoigne le choix des images sur le site de lacinetek.com par exemple (les photos associées aux films ne représentent quasiment jamais les jaquettes des films), les plateformes cherchent à offrir un accès différent à leurs catalogues de films. L'expérience spectatorielle se veut donc avant tout culturelle et se démarque ainsi des expériences de consommation que l'on peut faire sur Netflix ou Amazon Prime.

Mais, comme l'a analysé Marie Desprès-Lonnet, au sujet de la mise en ligne, sur la base Joconde, des œuvres numérisées des musées de France, cette éditorialisation est relativement ambigüe dans la mesure où elle se rapproche d'un travail de documentation d'un fonds (Desprès-Lonnet, 2012, 2009). Le catalogue peut en effet ressembler à

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

certains égards à une base de données. Et la surenchère du rubriquage semble alors répondre aux exigences d'inventaire et de connaissance érudite des films plutôt qu'à une facilitation de leur consultation. « Les modalités d'apparition des objets et leur mise en ordre à l'écran reposent sur des outils, des normes et des choix liés à la gestion de la documentation. La présentation et la navigation dans les collections reposent directement sur l'organisation documentaire qui leur sert de substrat » (Desprès-Lonnet, 2014, p. 62). Comme l'explique Marie Desprès-Lonnet, les listes, les index, les thésaurus se donnent à voir comme principaux éléments structurants pour la visite des sites. Or « [l]a liste, par la suppression des connecteurs de coordination ou de subordination, ne peut traduire les relations entre les éléments qu'elle présente et ne peut donc construire un discours ou un univers narratif » (Bonaccorsi et Jutant, 2019, p. 69). Ainsi, la logique documentaire pourrait prendre le pas sur la présence des films et leur affichage comme des objets d'expérience. « Les collections se trouvent pour ainsi dire secondes par rapport aux textes qui parlent d'elles » (Desprès-Lonnet, 2014, p. 62).

La récurrence des listes dans les trois sites et la richesse de l'appareillage textuel suggère que les sites sont tentés de faire valoir cette logique documentaire, qui sert et conforte par ailleurs le statut de patrimoine des objets classés et rangés dans les listes, ainsi que le rôle de la plateforme en tant qu'énonciateur capable d'un énorme travail d'érudition pour constituer les bases d'une archive destinée à collecter de manière exhaustive le patrimoine cinématographique. Mais l'observation des trois plateformes ne peut conclure à la stricte présence d'une logique d'accès aux films, sous la forme d'une base de données documentaire. Le riche travail d'éditorialisation est aussi au service d'un travail de médiation à la pratique cinéphilique et non pas seulement à l'objet filmique.

3 Situer son expérience spectatorielle : La diversification de la réception du cinéma

Si l'enjeu de l'accès semble prégnant et remarquablement tenace dans les objectifs de politique culturelle ainsi que sur les plateformes étudiées, il n'est pas le seul en matière de politique publique de médiation. On date assez facilement aux années 80 l'arrivée d'un autre enjeu qui est celui de mieux comprendre la nature de l'expérience de rencontre avec les œuvres et ainsi de saisir cette expérience dans son caractère situé. Cela se traduit en particulier par une politique de développement culturel, de décentralisation et de soutien à l'élargissement des publics (Renard, 1987, Rizzardo, 1990, Saez, 2003) et qui aboutira à un élargissement de la définition de ce qui fait culture et à la reconnaissance de la diversité des espaces possibles de rencontre entre culture et individus[11]. En témoigne, par exemple, dans le cas du cinéma, la politique volontariste de Jack Lang en matière d'éducation artistique et culturelle : le cinéma entre officiellement à l'école avec la création en 1984 des classes A3 en terminale, et des programmes d'éducation au cinéma, pilotés par le CNC, en collaboration avec l'éducation nationale, comme « Collège au cinéma », « lycéens au cinéma », « Ecole et cinéma », etc. En témoigne également une réflexion sur ce qui fonde la pratique culturelle, sur son sens et ses contextes.

[11] En 2001, le ministère de la Culture publie le rapport Lextrait sur les Nouveaux territoires de l'art et conforte ainsi la réflexion sur la diversification des espaces de création et de réception.

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

Ainsi, en matière de médiation numérique, le principe du catalogue infini sous la forme d'une liste indigeste a fait l'objet de nombreuses critiques, de la part des publics, et avec elles une certaine définition de l'accès comme stricte mise à disposition. Tant la fracture numérique (tout le monde n'a pas les compétences de littératie numérique requises pour naviguer dans ce type d'espace) que les logiques de recommandation algorithmique (finalement ce sont les algorithmes qui piochent et sélectionnent des propositions) remettent en cause ce principe de médiation. En d'autres termes, la possibilité technique d'un accès à un catalogue ne suffit pas pour faire connaitre des films. La politique volontariste qui s'est mise récemment en place autour de la notion de « découvrabilité » numérique[12] c'est-à-dire le soutien aux initiatives permettant de repérer des contenus numérisés parmi un vaste ensemble caractérisé par l'abondance de l'offre et la difficulté de réguler les algorithmes des grandes plateformes internationales, est un aboutissement de cette réflexion critique au service d'une recontextualisation des œuvres numérisées.

Cet enjeu est visible dans les récents soutiens spécifiques aux plateformes de VàD par le CNC : le soutien porte sur l'innovation en matière de supports de diffusion, et « l'amélioration de la qualité éditoriale et à l'ergonomie de l'offre proposée et les modalités d'accès aux œuvres »[13] On trouve ici formulé ce projet de diversification des expériences possibles du cinéma, que rapporte Michaël Bourgatte dans le travail qu'il consacre au Web documentaire qui dans les années 2000 « s'inscrit dans un contexte de démocratisation d'Internet et d'amélioration des débits au tournant des années 2000, lesquelles permettent une circulation accrue et accélérée des contenus sur la toile, puis l'émergence de technologies utiles à la diffusion de vidéos en ligne (en particulier le service Flash de la société Adobe) » (Bourgatte, 2024, p. 1).

Deux imaginaires sont repérables dans les plateformes étudiées : recréer un cadre spatiotemporel à la pratique du cinéma, avec l'imaginaire de l'événement qui recrée un calendrier de la pratique et l'imaginaire du lieu qui recrée des espaces culturels pour le visionnage des films et enfin, recréer un cadre culturel à la pratique du cinéma, avec l'imaginaire du média, qui réinscrit le cinéma dans un espace de discours et de débats.

3.1 Réintroduire les unités de temps et de lieu

Christel Taillibert a déjà montré que pour éviter cette « impasse du catalogue » où le spectateur est livré à lui-même, les plateformes cinéphiles ont proposé d'autres agencements de leurs contenus en favorisant par exemple des actions d'événementialisation de leur catalogue, « proche de l'esprit festivalier ». En faisant ainsi les plateformes reconstituent des cadres spatio-temporels nécessaires à la médiation (Taillibert 2020).

La logique du rendez-vous lié à la disponibilité des films sur les plateformes est une forme de médiation alternative qui convoque l'histoire longue des pratiques spectato-

[12] Appel à projets du ministère de la Culture, pour financer des projets dont l'objectif consiste à renforcer la découvrabilité numérique des contenus culturels francophones. https://www.culture.gouv.fr/catalogue-des-demarches-et-subventions/appels-a-projets-candidatures/decouvrabilite-en-ligne-des-contenus-culturels-francophones,

[13] Description de l'aide sélective par le CNC, à la diffusion en vidéo à la demande https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/video-et-vad/soutien-selectif-a-lexploitation-en-video-a-la-demande-vad_191020\\.

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

rielles et l'attente de la sortie en salles des films. La plateforme mubi.com a été une des premières à proposer ce principe du catalogue éphémère présentant des contenus accessibles en durée limitée « MUBI joue finalement la carte d'un marketing de la rareté dans le cadre d'une économie de la mise à disposition » (*Taillibert, 2017, p.* 118). Sur les trois plateformes étudiées on retrouve cet enjeu, en particulier chez celles qui affichent la volonté de proposer des expériences culturelles et non seulement de consommation. « La propension des plateformes cinéphiliques à penser leur modèle par mimétisme avec l'exploitation en salles est frappante : certaines recréent par exemple le principe de la sortie en instaurant un événement régulier, souvent hebdomadaire, pour accompagner la mise à disposition d'un contenu » (Delaporte 2019, p. 173)

En explorant plus avant le système de rubriquage sur le site benshi.fr, on repère trois entrées qui font cohabiter ensemble trois principes mobilisateurs : l'événement (ce qui est nouveau, qui vient de sortir), la curation liée à l'éditorialisation par la plateforme avec le choix de thématiques (« à vos déguisements », « larguez les amarres », « nos héros », etc.), et le format audiovisuel (série, courts métrages, etc.).

On retrouve cette distinction sur lacinetek.com qui propose aussi un rubriquage par l'entrée « Nouveautés », et construit même un ensemble de catégories sémantiques autour : « Nouvelles acquisitions », « Ce mois-ci sur la Cinetek », etc. Le site universcine.com aussi consacre sa première rubrique à l'entrée « Derniers ajouts » signifiant par-là, le renouvellement du catalogue et la logique d'actualisation de la pratique spectatorielle dans le temps.

Après avoir abordé la dimension temporelle, c'est la dimension spatiale que l'on repère également sur les trois sites étudiés.

Dans les théories de la médiation, les notions d'espace et de lieux sont importantes (Chaumier, Mairesse, 2023). Les signes fournis par l'espace physique, sa configuration, son organisation permettent de comprendre *où* l'on se situe, non seulement spatialement, mais également du point de vue socio-cognitif. Le lieu n'est pas un « complément circonstanciel » de la culture, mais une condition de son existence (Jeanneret, 2011). De fait, les lieux de médiation sont des propositions de signification. Ils montrent des objets culturels (le cinéma projette un film, le musée expose des objets) mais aussi des discours, des prises de position, des intentions interprétatives sur les objets qu'ils abritent. Le déplacement, l'engagement corporel dans ces lieux sémiotiquement construits pour prendre en charge et guider, orientent l'interprétation que l'usager pourra faire des éléments qui lui sont ainsi présentés.

Dans certains cas, les plateformes ont cherché à reproduire le dispositif de la salle, et propose des « séances » en ligne à heures fixes, ou alors renvoient vers des séances dans des cinémas partenaires. C'est le cas de benshi.fr qui propose une « cinémathèque », constituée d'un ensemble de 637 films, documentés (fiche technique, synopsis, informations sur le réalisateur) et commentés (avis de Benshi et recommandations pour aller plus loin (ateliers, autres films) ainsi que des liens vers des salles partenaires diffusant ces films avec les horaires et les tarifs des séances.

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

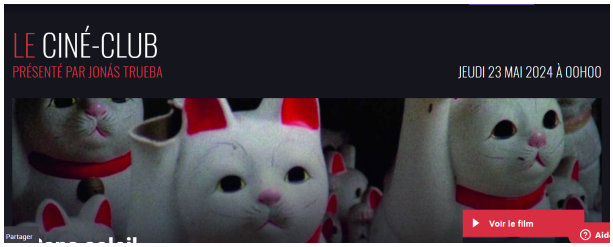


Fig. 4 : Capture partielle du site Web universcine.com

On retrouve également l'invitation à des pratiques autres que celle du simple visionnage de film sur le site de la Cinetek.com qui propose un onglet « Ciné Club » et qui affiche un jour et un horaire, dans une logique de rendez-vous, pour voir le film accompagné d'une introduction par une réalisateur qui explique pourquoi ce film est marquant ou remarquable, selon lui.

3.2 La tentation du média

Mais les trois plateformes offrent aussi un ensemble de contenus éditorialisés qui les rapprochent d'un autre type d'espace de circulation des savoirs : le média. L'apparition de ce type d'espace rend compte d'une part de la volonté des plateformes de valoriser la diversification des contenus produits autour des films (des entretiens, des enquêtes, des analyses) autrement que comme des métadonnées documentaires. Elle rend compte d'autre part de la volonté des plateformes de faire évoluer leur statut auctorial en assumant une posture de création de contenus (production des entretiens et des critiques) et une posture de curation (je sélectionne et organise des ensembles de contenus diversifiés pour rendre compte d'une actualité, ou alors d'un « sujet » au sens journalistique du terme) (Jutant 2024).

En effet, par exemple sur la plateforme benshi.fr, sous l'onglet Articles, on trouve un ensemble de contenus classés et ordonnancés « Dossiers » avec une diversité de thématiques qui vont d'un reportage documentaire sur Georges Méliès, à l'histoire des cartoons américains, des « entretiens » avec des réalisateurs ou illustrateurs, des « événements » listant des festivals mais aussi des initiatives des salles partenaires. On y trouve encore un commentaire de l'actualité culturelle avec d'un côté, le décryptage d'expositions consacrées à des genres cinématographiques ou à des réalisateurs (par exemple la promotion de la galerie Miyu à Paris, consacrée au cinéma d'animation indépendant) ; et, d'un autre côté, de courts reportages sur les sélections officielles des festivals de cinéma (par exemple la description de la dernière édition du festival international du film d'animation d'Annecy, avec de courts résumés des films jeunes publics présentés)

La volonté de multiplier les points de vue sur un objet est présente dans la présentation des films sur le site de lacinetek.com. De fait, les films sont approchés et rendus accessibles par une série de médiations qui offrent plusieurs points de vue sur l'objet. Dans la listes des « 50 films de chevet » des réalisateurs ayant partagé leur choix de films, on trouve une présentation du film, la listes des autres réalisateurs ayant aussi

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

recommandé ce film puis deux types de bonus : des « bonus exclusifs », représentant des courtes vidéos des réalisateurs commentant les raisons de leurs choix de films ; et des « bonus archives » avec des courtes vidéos quasiment toutes extraites des archives INA et présentant des extraits d'interviews avec les cinéastes des films cités.

Dans le cas d'univercine.com, l'espace média propose explicitement de « prolonger l'expérience » en offrant des entretiens qualifiés comme « exclusifs » avec des réalisateurs (vidéo ou alors retranscrits), des compte-rendu rétrospectifs sur la carrière d'un réalisateur ou d'un comédien, des critiques de films, des analyses (la figure d' « Ophélie » de Shakespeare traitée dans trois films différents).

En mobilisant la logique du rendez-vous, l'imaginaire de la salle de cinéma ou du ciné-club, ou encore la visée informationnelle du média, les plateformes font exister un espace de pratiques plurielles autour du film. Le visionnage n'est plus la seule relation possible au film. Le cinéma est convoqué comme pratique culturelle et comme pratique sociale, et non plus comme genre artistique qualifiant les films. Les parcours pédagogiques décrits plus hauts (la présence de contenus variés autour des films) font exister une autre pratique de mise en culture du film, de découverte de son existence dans un espace culturel plus large.

4 Contribuer sur les plateformes : La participation comme démocratie culturelle

Les politiques culturelles travaillent dans le courant des années 2000, un nouvel enjeu, qui est celui du développement des publics et de la personnalisation de l'offre culturelle autant que la reconnaissance de la dimension participative de l'expérience culturelle. Les institutions se mettent à proposer des services personnalisés dans leurs salles, et sur leurs sites Internet. L'objectif est de proposer des contenus et des parcours de visite adaptés aux contraintes multiples de la diversité de visiteurs possibles. Ces logiques de médiation personnalisée et d'adaptation s'inscrivent dans un double contexte : « celui de la montée de la conception managériale des établissements du service public [...] qui adoptent des normes directement héritées du monde de l'entreprise, de la gestion de projet, et du marketing » (Jutant, 2017), mais aussi celui d'une circulation et d'une prise de connaissance accrue des études en sociologie des publics sur la diversité des interprétations et des logiques sociales des pratiques culturelles (Donnat, 2008). La synthèse de ces deux mouvements (segmentation des publics, reconnaissance de la diversité des goûts culturels) se retrouve alors dans des offres numériques qui s'adaptent aux publics dans leur diversité et qui répondent ainsi à ce troisième enjeu de politique culturelle de l'accès par tous les publics. Enfin, plus récemment, les stratégies numériques ont inévitablement pris en charge l'enjeu participatif (Bullich, 2020).

L'usage des réseaux sociaux et les dispositifs participatifs dans les salles et en ligne témoignent de cette volonté de rendre les visiteurs actifs et contributifs. Qu'il s'agisse de la politique volontariste d'éducation artistique et culturelle, et plus précisément d'éducation à l'image par l'annotation décrite par Archat-Tatah (2013), ou des appels à projets du ministère de la culture comme de l'union européenne en soutien aux initiatives numériques d'*empowerment* citoyen dans le domaine des images, la notion de participation a le vent en poupe depuis plusieurs années. Néanmoins, Christel

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

Taillibert a montré combien les acteurs et les usagers de la vidéo à la demande cinéphiliques étaient relativement « rétifs » au développement de dispositifs contributifs, et plus horizontaux de partage cinéphilique.

Les trois plateformes offrent deux différentes modalités de participation aux internautes : la mise en miroir de son activité de spectateur, et la contribution au projet du site ou à la recommandation des films.

4.1 Produire une archive de sa pratique

La plateforme benshi.fr offre la possibilité dans son espace « Mon compte » de retrouver son historique de visionnage de films et de conserver une liste de films favoris. Universcine.com propose également de marquer un film en cliquant sur un cœur et d'ajouter le film à une *wishlist* qui conservera ainsi la liste des films sélectionnés. Les plateformes sollicitent ainsi leurs usagers à produire une trace de leurs choix cinéphiliques, et fabrique des compilations des films vus. Dans les cas cités, ce sont des listes qui seront ensuite accessibles, sans autre commentaires ou informations que les films eux-mêmes.

Cette invitation consistant à garder une trace de ses choix, de ses préférences et de son parcours de navigation fait partie des premières formes de participation numérique considérées comme innovantes, dans les communautés professionnelles, car revendiquant une forme de « curation sociale » des contenus (Dupuy-Salle et al, 2016). En témoignent les nombreux dispositifs qui sont apparus dans le courant des années 2000 dans le secteur muséal notamment, de type journal de bord numérique, carrousel personnalisé d'images, cyber-carnet (Topalian, Le Marec, 2008), ou dans le secteur musical, avec les playlists et les compilations numériques. Ces espaces de stockage remplissent une fonction de mémoire de la pratique, de lieu d'expression de soi et de socialisation de son expérience quand les playlists sont partageables avec d'autres internautes.

Benshi.fr propose également une forme d'archivage de sa pratique, mais ludique, par le biais d'un jeu reposant sur les films visionnés par l'enfant et/ou sa famille.



Fig. 5 : Capture partielle du site Web benshi.fr

Cet exemple peut être interprété comme une forme de gamification de la pratique culturelle qui vise à inciter les usagers à contribuer, à produire, voir à comparer et à

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

mettre en concurrence leur production concernant le nombre de films enregistrés ou le nombre d'avis donnés (Bullich, 2020). Pour finir, il semble que les trois sites étudiés, privilégiant une pratique du cinéma plutôt cinéphile, favorisent un stockage et une logique d'ordonnancement dans une perspective de patrimonialisation plus que dans une logique de gestion personnelle de sa consommation, qui caractérise selon Quentin Gilliotte les pratiques récentes des individus cherchent à garder « à portée de main, à portée d'attention » des biens, à les retenir de manière très idiosyncrasique dans la gestion de sa propre consommation (Gilliotte, 2022).

4.2 Avis, commentaire, information : les contributions des internautes

Deux formes de contributions sont encouragées sur les sites. Lacinetek.com propose de participer au travail d'archivage et de patrimonialisation du fonds, en collectant et partageant des informations au sujets des films. Les informations requises sont plutôt d'ordre érudites et documentaires.

« *Les utilisateurs du site sont appelés à nous aider, soit en nous fournissant des renseignements sur les droits de certains films « introuvables », soit en nous signalant l'existence de bonus dits « d'archives » qu'ils pourraient connaître ou souhaiteraient voir figurer sur le site* » (extrait site Web lacinetek.com)

Dans une perspective critique, comme par exemple celle qui dénonce le « digital labor » (Casilli, 2019), on peut s'interroger ici sur l'intérêt pour les contributeurs d'une telle production. A quoi participent vraiment les internautes ? Proposer leur point de vue sur les films et la façon de les renseigner ? ou donner vie à une sorte de communauté qui parie sur l'érudition de ses membres ?

Universcine.com propose une autre forme de contribution qui ressemble plus explicitement à de la recommandation. Tout un système de recommandation accompagne les films proposés à l'achat ou la location. À la suite de la présentation d'un film, par exemple, on trouve successivement trois niveaux de contribution à propos du film qui se distinguent, d'une part, par la nature du locuteur, et d'autre part, par la nature de la contribution : les deux premiers sont produits par la plateforme « On vous recommande », « Vous pourriez aimer aussi » et sont clairement de l'ordre de la recommandation. Le suivant est produit par la critique professionnelle (médias et journalistes spécialisés) ; il s'agit d'une série de « critiques », intitulées comme telles et affichées en vignette, avec le nom du journal, un extrait de la critique (la vignette renvoie sur le site directement *via* un lien). Puis le site propose enfin, à l'usager, à la toute fin, de laisser un « avis » et de lire les avis des internautes qui ont écrit au préalable.

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



Fig. 6 : Capture partielle site Web univercine.com

Les avis proposés sont ensuite indexés à la présentation du film, sous la forme du nombre d'avis émis et du nombre d'étoiles sélectionnées pour qualifier sa propre satisfaction vis-à-vis du film.



Fig. 7 : Capture partielle site Web univercine.com

On repère facilement une hiérarchisation dans les niveaux et la nature des contributions : recommandation, critique, avis. On voit bien que le site développe moins un modèle de la demande qu'un modèle centré sur une offre prédéfinie. Ce modèle manifeste un contrôle de l'éditorialisation et une volonté d'être un espace de prescription et d'exposition de contenus. C'est bien le registre de l'expertise qui s'exerce pleinement ici dans les postures énonciatives des plateformes. Elles empruntent certes aux réseaux sociaux les logiques participatives et contributives qui structurent la relation entre contenus, producteurs et internautes. Mais les formes de participation des usagers sont sollicitées, mais en réalité peu mises en œuvre par les sites eux-mêmes et donc peu opérationnalisées par les internautes. Marie Cambone et Valérie Croissant, ont montré que certains de ces services sollicitent des contributions de la part de leurs publics sur les films et les catalogues proposés, mais procèdent en réalité, d'une part à une limitation des fonctionnalités participatives à celles traditionnelles des réseaux sociaux (partage, commentaire, notes) (Croissant, Cambone, 2020) et d'autre part à une « externalisation de la participation à la recommandation culturelle sur d'autres espaces éditoriaux » (Croissant, Cambone, 2022). Or dans notre cas, la recommandation des usagers est même subordonnée à un système de hiérarchisation

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

des recommandations : la plateforme et les professionnels priment sur les « avis » des cinéphiles amateurs.

5 Conclusion

L'étude de ces trois plateformes a permis de montrer tout d'abord que les plateformes culturelles numériques sont des espaces complexes de sémiotisation de l'expérience. Dans notre cas, les films ne sont pas simplement mis en avant pour être consommés, ils font partie d'un système qui ordonne des valeurs, assigne des rôles et organise la relation au cinéma comme pratique. Or, cette étude a également permis de montrer que plusieurs de ces systèmes de médiation au cinéma cohabitent. Et ce qui est remarquable c'est que chacun d'eux renvoie vers des enjeux que les politiques culturelles en France travaillent depuis les années 50. Ainsi le premier constat de cette étude est de dire que la nouveauté des plateformes numériques ne peut masquer l'ancienneté et la longévité des enjeux d'action culturelle à partir desquelles ces dernières construisent leurs rapports à leurs publics.

Ainsi, ce sont différentes strates que l'on observe et qui composent un tissage, une accumulation plus ou moins cohérente des modèles historiques et des injonctions techniques et économiques des industries culturelles numériques. Cette accumulation pourrait s'interpréter comme un grand bricolage entre la valorisation du cinéma comme trésor et le besoin d'en offrir un accès, entre la consécration du cinéma comme champ autonome et la reconnaissance de son caractère social et culturel, entre des missions et des objectifs de consommation et de fidélisation, entre la structuration culturelle par la critique et la sollicitation des avis pour donner la sensation de la participation.

In fine, cette analyse conforte le travail mené par Marie Cambone et Valérie Croissant au sujet de la dimension participative de la plateformisation culturelle, qui se rapporte essentiellement à des formes simples de recommandation culturelle. Si nos trois exemples convoquent des référents et des modèles d'action culturelle (le festival, la salle de cinéma, le club, etc.), s'ils mobilisent des filiations historiques et légitimes (démocratisation, démocratie culturelle), si cette accumulation témoigne de la capacité des plateformes à faire tenir ensemble des formes de médiation au cinéma différentes, c'est surtout pour renforcer une posture professionnelle légitime. Ainsi, la légitimité de ces acteurs les autorise non pas à conforter l'importance et la valeur de la cinéphilie en soi, mais plutôt l'importance et la valeur du cinéma comme une pratique culturelle située. En faisant cela, les acteurs étudiés se différencient des nouveaux acteurs, type Netflix, Amazon, etc. qui apparaissent "hors sol" car mondialisés et focalisés sur la consommation du catalogue.

Bibliographie

Archat-Tatah Caroline (2013), « Écrire pour devenir un spectateur amateur », *Le français aujourd'hui*, 2013/3 (n° 182), p. 77-92, DOI : 10.3917/lfa.182.0077

Alomram Manar (2024), « Le caractère polymorphe de la culture numérique : une typologie des enjeux de la participation en ligne », *Quaderni*, 2024/1 (n° 111), p. 15-30.

Besson, Rémy ; Martin, Bonnard (2024), « Les enjeux historiographiques du Webdocumentaire », Conserveries mémorielles [En ligne], #26

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

Bonaccorsi, Julia ; Croissant, Valérie (2015), « Votre mémoire culturelle : entre logistique numérique de la recommandation et médiation patrimoniale. Le cas de Sens Critique. », *Études de communication – Langages, information, médiations*, n° 45, p. 129-148.

Bonaccorsi, Julia ; Croissant, Valérie (2017) « L'énonciation culturelle vidée de l'institution ? Qualifier les figurations de l'autorité dans des sites Web contributifs », *Communication & langages*, vol. 2017, n° 192, p. 67-82.

Bonaccorsi, Julia ; Jutant Camille (2019). « L'amateur de musique à cinq pattes. Énonciations industrielles de la pratique culturelle et poétiques du goût », *in* Croissant Valérie (dir). *L'avis des autres. Prescription et recommandation culturelles à l'ère numérique*. Éditions des archives contemporaines, Collection Ère numérique – Lab ELICO, p. 63-79, Paris

Bourgatte, Michäel (2024) « 2000-2015 : un âge d'or du format Webdocumentaire », *Conserveries mémorielles* [En ligne], #26

Bourgatte, Michaël (2018) « La construction du regard photographique. Retour sur un projet d'éducation à l'image », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2018/2 (vol. 12, N° 2), p. 361-382. DOI : 10.3917/rac.039.0361

Bullich Vincent (2020), « De la "fabrique" aux marchés de la participation culturelle : de quelques effets de la "plateformisation" », *in* Severo, Marta (dir.), *La fabrique de la participation culturelle – Plateformes numériques et enjeux démocratiques*, Laboratoire Dicen-IdF/Université Paris Nanterre, Paris, p. 35-49, [en ligne] URL : https://orbi.umons.ac.be/bitstream/20.500.12907/42358/1/Actes_FabriqueParticipation Culturelle.pdf

Croissant, Valérie ; Cambone, Marie (2022) « La contribution des publics sur les plateformes alternatives de VàD : un impensé de la participation en ligne ? », *Hybrid. Revue des arts et médiations humaines*, N° 8. DOI : 10.4000/hybrid.1690

Casilli, Antonio (2019), *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Éditions du Seuil, Paris.

Chaumier Serge ; Mairesse François (2023). « Chapitre 1. La logique de la médiation » *in La médiation culturelle*, Armand Colin, Paris, p. 33-77

Chantepie, Philippe ; Paris, Thomas (2019), « Numérique et cinéma. Nouvelle chronobiologie des médias, nouvel écosystème », *Réseaux*, 2019/5 (n° 217), p. 17-45. DOI : 10.3917/res.217.0017.

Creton, Laurent (2004) « Introduction », *Histoire économique du cinéma français*, CNRS Éditions, Paris.

Delaporte, Chloé (2015). « Le spectateur intime : Hollywood, les studios et les enquêtes de réception durant l'âge classique », *CinémAction*, No 154, p. 170-177.

Delaporte, Chloé (2017). « Promotion des films et marketing du cinéma. Les cinéphiles comme public cible. » *Les Cahiers de Champs Visuels*, No 14-15, p. 11-30.

Delaporte, Chloé (2018). « Dispositifs innovants, consommation créative ? Netflix ou la recommandation des contenus audiovisuels à l'ère de la prescription algorithmique. » *in Création, créativité et médiations. Volume 3 : objets techniques, dispositifs et contenus*, Actes du XXIe congrès de la SFSIC (Société Française des Sciences de l'Information et de la communication), p. 28-38.

Delaporte, Chloé (2019). « La médiation générique des contenus cinématographiques sur les plateformes de vidéo à la demande », *Réseaux*, No 217, p. 151-184

Depetris, Frederic (2008) *L'état et le cinéma en France : le moment de l'exception culturelle*, L'Harmattan, Paris.

Desprès-Lonnet, Marie. (2009), « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : les parcours de la base Joconde », *Culture et musées*, NO 14, pp19-38.

Desprès-Lonnet, Marie (2012), « La dématérialisation comme délocalisation du contexte interprétatif », *Communications et langages*, No 173, p. 101-111.

Desprès-Lonnet, Marie (2014), « L'écriture du patrimoine, de la documentation à la médiation », *in* Rousseau Odile ; Gauthier Gonzague ; Saemmer Alexandra_ *et al.*, « 3. De la documentation à la médiation », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2014/2 (vol. 51), p. 56-67, DOI : 10.3917/docsi.512.0056.

Dupuy-Salle, Manuel ; Jutant, Camille ; Spano, William (2016) « La musique dont vous êtes le héros. Quelques nouvelles formes de prescription culturelle à travers l'étude des plateformes musicales sur le Web », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 2016 A, No17/3A, p. 99-113

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

Gantier, Samuel (2020), « Construction de pratiques cinéphiles sur une plateforme de vidéo à la demande : enjeu du design des personae », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2020/A, No 21/A, p. 53-70.

Gantier, Samuel (2015) « Usages prescrits et figure de l'utilisateur modèle dans le design du Web-documentaire *B4, fenêtres sur tour* », *Communication*, vol. 33/2. DOI : 10.4000/communication.5709

Gilliotte, Quentin (2022) « Stock et flux. Une analyse des nouvelles pratiques de classements des biens culturels numériques », *Réseaux* n° 232-233, p. 229-260.

Jeancolas, Jean-Pierre ; Marie, Michel (2019) « 2. Du parlant à la qualité française. 1929-1958 », *in Histoire du cinéma français*, Armand Colin, Paris, p. 39-71.

Jeanneret, Yves (2014) *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Éd. Non Standard, Paris.

Jeanneret, Yves (2011), *Where is Monna Lisa ? et autres lieux de la culture.* Éd. Le Cavalier Bleu, Paris.

Proulx Serge (2020), *La participation numérique : une injonction paradoxale*, Presses des Mines, Paris.

Severo Marta (2021) *L'impératif participatif. Institutions culturelles, amateurs et plateformes*, INA Éditions, Bry-sur-Marne.

Salvador, Elisa ; Benghozi, Pierre-Jean (2023), « La place des industries créatives et culturelles dans les politiques publiques. Des leçons à tirer de l'évolution de la communication de la Commission européenne », *Réseaux*, No 238-239, p. 283-328. DOI : 10.3917/res.238.0283.

Sherry John F. (1983), « Gift-giving in anthropological perspective », *Journal of Consumer Research*, 10, p. 147-168, https://doi-org.bibelec.univ-lyon2.fr/10.1086/208956 DOI : 10.1086/208956

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

Taillibert, Christel (2018) « Vidéo à la demande et stratégies de temporalisation » *in* Schafer, Valérie (dir), *Temps et temporalités du Web*, Presses universitaires de Paris Nanterre, Paris.

Thuillas, Olivier ; Wiart Louis (2020) « Une stratégie collective européenne : l'exemple d'EuroVoD dans la vidéo à la demande », *Communication & Organisation*, No 57, p. 69-83. DOI : 10.4000/communicationorganisation.8781.

Topalian, Roland ; Le Marec, Joëlle (2008), « Visite + : innover dans l'interactivité », *La Lettre de l'OCIM*, No 118, 2008, p. 22-32.

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