



**HAL**  
open science

## Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

Olivier Thuillas, Louis Wiart

### ► To cite this version:

Olivier Thuillas, Louis Wiart. Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?. *Tic&société*, 2019, Vol. 13, N° 1-2, pp.13-41. 10.4000/ticetsoci-ete.3043 . hal-02301879

**HAL Id: hal-02301879**

**<https://hal.science/hal-02301879>**

Submitted on 13 Sep 2021

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

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



Open licence - etalab

Olivier Thuillas, Louis Wiart

**Plateformes alternatives et coopération d'acteurs :  
quels modèles d'accès aux contenus culturels ?**

**Olivier THUILLAS**

olivier.thuillas@unilim.fr

**Louis WIART**

Louis.Wiart@ulb.ac.be

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

**Plateformes alternatives et coopération d'acteurs :  
quels modèles d'accès aux contenus culturels ?**

**Alternative platforms and cooperation between  
players: which models for access to cultural contents?**

**Plataformas alternativas y cooperación de actores.  
¿Qué modelos de acceso a los contenidos culturales?**

Olivier Thuillas est professeur associé à l'Université de Limoges, responsable du master « Édition » et membre du Centre de recherche sémiotiques (Céres). Il est aussi membre associé du LabSIC à l'Université Paris 13. Ses recherches portent principalement sur les enjeux du développement des plateformes numériques dans les industries culturelles et sur les politiques culturelles. La recherche qu'il mène avec Louis Wiart sur les plateformes culturelles alternatives est soutenue par le LabEx ICCA.

Louis Wiart est titulaire d'une chaire en communication à l'Université Libre de Bruxelles, où il fait partie du Centre de Recherche en Information et Communication (ReSIC). Il est aussi membre associé du LabSIC à l'Université Paris 13. Son travail se concentre sur l'analyse des plateformes numériques au sein des filières culturelles dans différents contextes : les communautés de partage d'avis de lecteurs, l'usage des réseaux sociaux en bibliothèque, les plateformes de billetterie et le marketing des données dans le spectacle vivant, etc. La recherche qu'il mène avec Olivier Thuillas sur les plateformes culturelles alternatives est soutenue par le LabEx ICCA.

**Résumé**

Cette recherche porte sur les plateformes alternatives d'accès aux contenus culturels fondées sur des coopérations d'acteurs, qui se développent surtout depuis le début des années 2010, à la marge des plateformes dominantes. Issues de volontés partagées d'acteurs de la création, de la production, de la distribution et de la puissance publique, ces initiatives entendent proposer d'autres modèles de plateformes, susceptibles de

mieux répondre aux intérêts des parties prenantes. A partir d'une enquête qualitative portant sur 21 de ces plateformes dans quatre secteurs culturels – la librairie en ligne, la billetterie de spectacle, la musique enregistrée et la vidéo à la demande –, nous cherchons à comprendre les modalités de leur mise en œuvre. Nos résultats permettent d'identifier un ensemble de traits communs qui fondent la spécificité de ces plateformes et de dégager des modèles de fonctionnement.

Plateformes alternatives, Contenus culturels, Coopération, Modèle, Politiques publiques

This research focuses on alternative platforms for access to cultural contents based on cooperation between players, which have been developing especially since the beginning of 2010 at the margins of the dominant platforms. Resulting from shared wills of players of creation, production, distribution and public power, these initiatives intend to suggest other platforms models, likely to better meet the interests of stakeholders. Based on a qualitative survey about 21 of these platforms in four cultural sectors (online bookstore, ticketing for live entertainment, recorded music, video on demand) we seek to understand the conditions for their being developed. Our results make it possible to identify a set of common features of these platforms and to identify operating models.

Alternative Platforms, Cultural Contents, Cooperation, Model, Public policies

Esta investigación se centra en plataformas alternativas para acceder a los contenidos culturales basadas en la cooperación de actores, que se han desarrollado especialmente desde principios de 2010 en los márgenes de las plataformas dominantes. Como resultado de las voluntades compartidas de los actores de la creación, la producción, la distribución y el poder público, estas iniciativas pretenden proponer otros modelos de plataformas, que supuestamente responden mejor a las necesidades de los interesados. Basado en una encuesta cualitativa de 21 de estas plataformas en cuatro sectores culturales (la librería en línea, la venta de entradas para espectáculos, la música grabada, el vídeo bajo demanda)

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

buscamos comprender las modalidades de su desarrollo e implementación. Nuestros resultados permiten identificar un conjunto de características comunes a estas plataformas e identificar modelos operativos.

Plataformas alternativas, Contenidos culturales, Cooperación, Modelo, Políticas públicas

Le développement des plateformes d'accès aux contenus culturels depuis le milieu des années 1990 a vu s'imposer au tout premier plan des acteurs privés d'envergure internationale : Amazon, Spotify, Netflix, Ticketmaster, iTunes, etc. Jusqu'à présent ce sont essentiellement les plateformes qui dominent le marché qui ont été étudiées par la recherche académique sous l'angle des logiques socio-économiques (Benavent, 2016 ; Benghozi et Paris, 2014 ; Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013 ; Bullich et Guignard, 2014 ; Chabault, 2013 ; Matthews, 2015). L'action d'intermédiation de ces plateformes qui se positionnent entre les producteurs de contenus et les consommateurs finaux est généralement soulignée et décrite comme hautement stratégique à la fois pour capter des ressources et pour peser sur les choix des acteurs des filières culturelles.

Nous partons du constat que les professionnels de la culture, les ayants droit et les pouvoirs publics ont aujourd'hui pris conscience de l'importance de ces plateformes et du rôle crucial joué par les intermédiaires numériques dans l'accès aux contenus culturels. La domination des grands acteurs de la communication, majoritairement états-uniens, s'effectue en partie aux dépens des acteurs traditionnels de la production et de la distribution (éditeurs de livres, libraires, producteurs audiovisuels, salles de cinéma, producteurs de musique, etc.) et des créateurs (écrivains, artistes, musiciens, etc.), qui se voient concurrencés sur leur propre terrain ou imposés des conditions de commercialisation peu avantageuses. Ces derniers peuvent faire le choix de participer aux plateformes existantes, mais ils peuvent aussi décider de collaborer ensemble pour mettre en place leur propre plateforme afin de rester maîtres de la fonction centrale d'intermédiation et ne pas « se couper » des liens avec l'aval de la plateforme. Dans ce cas, il s'agit de s'organiser selon une coopération horizontale entre des acteurs situés au même échelon de la chaîne de valeur – par exemple, des producteurs de cinéma ou des librairies indépendantes qui se réunissent autour d'une plateforme –, ou selon une coopération verticale entre des acteurs différents d'une même filière qui s'engagent ensemble sur un projet de plateforme.

Les pouvoirs publics, de leur côté, sont soucieux de maintenir à la fois une offre diversifiée de contenus culturels et de soutenir les producteurs et les distributeurs indépendants (Bouquillion,

## Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

2012). Ils peuvent, dans ce cadre, soit soutenir la création de plateformes alternatives aux acteurs dominants du secteur, soit parfois aller jusqu'à porter des plateformes publiques d'accès aux contenus culturels. Dans une recherche précédente, nous avons ainsi étudié le cas des services GéoCulture, portés par des agences régionales parapubliques du livre et soutenues par le ministère de la Culture et le Centre national du livre (Thuillas, 2017). Analysant ces plateformes sous l'angle d'une forme publique de courtage informationnel, nous avons souligné que ce type d'intermédiation présente au moins trois caractéristiques : elle s'incarne dans une attention forte portée à la coopération des acteurs (Becker, 1986) et par une gouvernance collective soucieuse de préserver les intérêts de chacun des acteurs partie prenante à la plateforme ; elle accorde une place plus importante à cette coopération en amont de la plateforme mais ne permet pas un développement important des effets en aval et touche une proportion restreinte d'utilisateurs ; enfin, elle répond à des objectifs, notamment en termes de service public, qui peuvent être divergents en fonction des différentes collectivités publiques impliquées dans la plateforme.

La mise en œuvre d'initiatives alternatives fondées sur des coopérations d'acteurs culturels se fait surtout sentir depuis le début des années 2010, dans un climat intellectuel particulièrement méfiant à l'égard des plateformes dominantes. La critique des plateformes pointe notamment du doigt l'apparition de situations d'hégémonie, les processus de surveillance et de contrôle, la mise à l'épreuve du droit d'auteur, la manipulation et la commercialisation des données des utilisateurs, les pratiques d'optimisation fiscale, la précarisation des travailleurs, et, plus largement, l'idéologie néolibérale qui sous-tend le capitalisme des plateformes (Ertzscheid, 2017 ; Morozov, 2015, 2014 ; Sadin, 2016 ; Smyrniotis, 2017). Ce mouvement critique de l'économie du partage et de la collaboration, qui dépasse la seule problématique des industries culturelles, appelle à la mise en place de solutions différentes et à une autre gouvernance des plateformes. Les réflexions aujourd'hui menées autour du « coopérativisme de plateforme » proposent ainsi de répliquer les technologies existantes en plaçant des principes de solidarité au centre des échanges (Scholz, 2017). Elles montrent qu'au-delà des initiatives dominantes du capitalisme de plateforme, il est possible

d'envisager d'autres modèles générateurs de valeur, articulés autour d'enjeux tels que la propriété collective, l'adoption d'un cadre légal protecteur, la transparence et la portabilité des données. Si le coopérativisme de plateforme constitue la démarche la plus radicale, d'autres partisans de solutions alternatives appellent à la construction de « plateformes positives » qui, sans nécessairement aller jusqu'à une propriété collective et une distribution du contrôle, s'appuient sur des pratiques plus justes de partage de la valeur et de collaboration avec les acteurs concernés par l'activité du service (Levesque, 2016).

Le présent article rend compte d'une recherche qui vise à modéliser et à dégager les traits structurants des plateformes alternatives en question. Le choix a été fait de s'attacher à des secteurs où des plateformes de grande envergure exercent une domination importante : le livre (Amazon, Fnac), la billetterie de spectacle (Digitick, Fnac, Ticketmaster, etc.), la musique enregistrée (iTunes, Spotify, Deezer, Apple Music, etc.) et la vidéo à la demande (Netflix, CanalPlay, Amazon Prime Video, etc.). La vingtaine de plateformes auxquelles nous nous sommes intéressés présentait à la fois une dimension alternative – entendue comme le fait de proposer, dans un secteur où s'exerce la domination de géants du numérique, une offre distincte et indépendante d'accès aux œuvres –, et une dimension de coopération plus ou moins poussée, avec la perspective pour les acteurs de la plateforme de « faire ensemble » dans un intérêt commun et profitable à chacun.

La méthodologie de la recherche repose sur une série d'entretiens auprès des responsables de ces plateformes. De type semi-directif, les entretiens visaient à approfondir la compréhension des plateformes à travers une triple orientation, centrée sur l'offre des plateformes, leurs aspects techniques, organisationnels et économiques, y compris les soutiens publics dont elles bénéficient ; sur les formes de coopération développées, avec pour objectif de saisir comment ces plateformes organisent la mise en présence des parties prenantes ; et enfin sur les motivations, les discours et les représentations qui accompagnent la mise en œuvre de tels projets, étant entendu que ces plateformes évoluent dans un

## Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

champ où les valeurs de coopération, d'indépendance et de solidarité jouent généralement un rôle prégnant.

Nom de la plateforme	Domaines	Date de création	Service	Porteur	Site d'implantation	Modèle économique	Soutien public
1D touch	Musique (Livre - Jeu vidéo)	2014	Streaming en B to B (bibliothèques, institutions)	SCIC 1Dlab	Saint-Etienne	Abonnement des établissements	Région Auvergne-Rhône-Alpes
L'e-musicbox	Musique	2007	Streaming en libre accès	Bibliothèque municipale - Ville de Limoges	Limoges	Gratuité	Ville de Limoges
Sontheque Normandie	Musique	2012	Streaming en libre accès	Association La Fabrik à Sons	Bolbec	Gratuité	Région Normandie, ville de Bolbec
L'électrophone	Musique	2011	Streaming en libre accès	Association Chato d'o	Blois	Gratuité	Région Centre-Val de Loire
Ziklibrenbib	Musique	2012	Streaming en libre accès	Bibliothèques de Pacé et d'Argentan	Pacé, Argentan	Gratuité	Bibliothèques partenaires
Librel	Livre	2015	Vente de livres numériques	Syndicat des libraires francophones de Belgique	Bruxelles	Pourcentage des ventes	Fédération Wallonie-Bruxelles
Lirtuel	Livre	2015	Prêt de livres numériques en bibliothèques	Fédération Wallonie-Bruxelles	Bruxelles	Adhésion des bibliothèques	Fédération Wallonie-Bruxelles
GéoCulture	Livre-Musique-Vidéo-Arts visuels	2010	Extraits d'œuvres en libre accès	Région Nouvelle-Aquitaine	Site de Limoges	Gratuité	Région et Drac Nouvelle-Aquitaine, Europe
Leslibraires.fr	Livre	2013	Vente de livres papiers et numériques	Société - Librairie Dialogues	Brest	Pourcentage des ventes	CNL
Lalibrairie.com	Livre	2010	Vente de livres papiers et numériques	Société- La générale Librest	Ivry-sur-seine	Pourcentage des ventes	CNL, Région Ile de France
Librest	Livre	2009	Vente de livres papiers et numériques	Association Librest	Paris	Adhésion des libraires participants	CNL
Librairies Nouvelle-Aquitaine	Livre	2014	Réservation de livres papiers	Association Librairies ind. en Nlle-Aquitaine	Bordeaux	Adhésion des libraires participants	Région et Drac Nouvelle-Aquitaine
Place des libraires	Livre	2008	Réservation de livres papiers, vente de livres numériques	Société e-pagine	Montrouge	Adhésion des libraires participants, pourcentage des ventes de livres numériques	Aucun
La Cinetek	Cinéma	2015	VOD	Association La Cinetek	Paris	Achat et location à l'unité	Région Ile de France, CNC, Europe
Ténk	Cinéma documentaire	2015	SVOD	SCIC Ténk	Lussas	Abonnement des spectateurs	Ville de Lussas, CNC, Région Auvergne-Rhône Alpes
Films & Documentaires.com	Cinéma documentaire	2008	VOD, vente de DVD	Société Doriane Films	Paris	Pourcentage des ventes	CNC
UniversCiné Belgium	Cinéma	2009	VOD	Société Universciné Belgium	Bruxelles	Achat et location à l'unité	Europe, Fédération Wallonie-Bruxelles
La Toile	Cinéma	2017	VOD	Société Carbec média	Paris	Pourcentage des ventes	Europe
Artishoc	Spectacle vivant	2013	Vente de billets	Société coopérative de production Artishoc	Paris	Abonnement des salles	Aucun
SoTicket	Spectacle vivant	2013	Vente de billets	SCIC SoCoop	Clermont-Ferrand	Abonnement des salles	Agglomération de Clermont Ferrand
Arsène 50	Spectacle vivant	2003	Vente de billets	Association Visit Brussels	Bruxelles	Pourcentage sur les billets	Région Bruxelles-Capitale

Figure 1 : Liste des plateformes étudiées

Notre analyse s'attachera dans un premier temps à revenir sur les principaux apports de la littérature académique concernant le fonctionnement des plateformes d'accès aux contenus culturels. Puis nous proposerons une typologie de modèles à partir de l'analyse des caractéristiques des plateformes alternatives de notre étude et nous pointerons un ensemble de traits communs qui fondent leur spécificité.

## 1. Socio-économie des plateformes culturelles

Le fonctionnement et les modèles économiques des plateformes d'accès aux contenus culturels ont fait l'objet de nombreuses recherches en sciences de l'information et de la communication (Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013). Pour Bullich et Guignard (2014, p.202) qui ont tenté d'en dresser les traits spécifiques, ces plateformes se définissent comme une activité de médiation propre qui « vise à l'appariement d'une offre et d'une demande en proposant un ensemble cohérent de fonctions techniques, informationnelles et transactionnelles. » Quatre grandes catégories d'acteurs en sont à l'origine :

- les acteurs du logiciel et du Web, comme Amazon, Netflix, Spotify, mais aussi comme Google, pour lequel l'accès à des contenus et à des services, notamment culturels, est devenu un pendant indispensable à son moteur de recherche ;
- les équipementiers, comme le constructeur d'appareils Apple ou comme Sony et Microsoft dans le domaine des consoles de jeux vidéo ;
- les opérateurs de télécommunication, qui cherchent en développant des plateformes attrayantes à renforcer l'attractivité de leur offre de services de connexion ;
- les producteurs et éditeurs de contenus eux-mêmes, dont les deux chercheurs notent qu'ils n'ont pas réussi pour l'instant à imposer leurs propres plateformes.

L'émergence de ces plateformes s'inscrit selon Bouquillion (2012) dans le cadre général suivant : les industries de la communication occupent une position dominante par rapport aux industries culturelles et sont à même de leur imposer leurs règles et conditions. Cette forme de domination est reprise et détaillée par Smyrnaio (2017, p.13) qui souligne à quel point les grands acteurs du numérique, en position oligopolistique, « constituent des plateformes de marchés globales auxquelles les acteurs traditionnels des industries culturelles sont obligés de s'adapter. Loin d'être neutres comme elles le prétendent, les plateformes en question sont entièrement au service de leurs propriétaires, rendant le développement d'alternatives encore plus difficile. »

## Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

Le positionnement de ces nouvelles catégories d'acteurs au sein des industries culturelles a très tôt été analysé sous l'angle de l'intermédiation informationnelle. Cette dimension a notamment été décrite par Moeglin à travers le modèle du courtage dans lequel le courtier occupe la fonction centrale et commercialise le « *fit* de la mise en contact », c'est-à-dire le fait de trouver le bon produit correspondant au désir précis d'un consommateur, à l'image du courtier en prêt bancaire qui va trouver pour l'emprunteur le prêt le plus avantageux pour lui en étudiant à sa place les offres des banques. Moeglin montre comment ce modèle s'est largement répandu avec la progression des usages d'Internet et l'apparition de véritables « infomédiaires » qui vont se spécialiser dans le courtage informationnel. Il écrit ainsi :

« Depuis assez longtemps, sans utiliser le terme, les professionnels de l'information spécialisée pratiquent le courtage informationnel : à leur demande, des usagers sont, au coup par coup, mis en relation par le "pull" avec des sources d'information. Le courtage ne se limite toutefois pas à cela : le paiement au service intéresse certains portails et sites de e-commerce dès lors que l'intermédiaire y personnalise sa relation avec les usagers, enregistre leurs préférences, crée des lieux d'échange et développe toutes sortes d'applications susceptibles d'ajouter de la valeur à son activité et de justifier sa rémunération. Peu importent la nature de ces informations et le mode de rémunération des "infomédiaires". Ce qui compte, c'est que le financement s'effectue au contact : à la commission, par référencement payant et vente de mots-clés à des annonceurs, via la commercialisation d'informations acquises durant la transaction, etc. » (Moeglin, 2007, p.161).

L'intermédiation s'effectue donc à un niveau informationnel en agissant sur l'ajustement entre l'offre et la demande à l'aval des filières. Dans cette perspective, la réussite des plateformes tient dans leur capacité à personnaliser leurs liens avec les consommateurs et à tirer parti de flux d'informations et de transactions. Selon Benghozi et Paris, les intermédiaires ne doivent cependant pas être considérés comme « les partenaires d'un échange dont la structure reste inchangée et qui leur est

extérieur » (Benghozi et Paris, 2003, p. 5), mais bien « comme des tiers actifs qui opèrent parallèlement aux producteurs et aux consommateurs, soit pour structurer l'offre de produits ou de services, soit pour prendre en charge une partie de la responsabilité de la décision du consommateur » (Benghozi et Paris, 2014, p.176). En poursuivant dans cette direction, nous pouvons en effet constater que les plateformes dominantes ne se contentent pas de mettre à disposition et d'accompagner l'offre culturelle, mais qu'elles jouent un rôle effectif dans sa structuration et son développement. De plus en plus, les plateformes dominantes se positionnent sur l'amont des filières culturelles en finançant la création et en prenant en charge la production des œuvres. Pour s'en rendre compte, il suffit d'observer ces dernières années la course à la production de contenus exclusifs engagée par les géants de la VOD (Netflix, Amazon Prime Video) ou les activités éditoriales développées par Amazon dans le secteur du livre.

Par ailleurs, les plateformes d'accès aux contenus culturels traduisent un rapport différent à la culture, qui s'inscrit « dans une forme de personnalisation de masse des consommations culturelles » (Perticoz, 2012, parag. 34). Une caractéristique déterminante de ces plateformes réside en effet dans le traitement massif des données afin de développer le management de la relation client. Le modèle d'exploitation des données suit une logique circulaire : « les plateformes récupèrent des données des échanges, qu'ils facilitent et observent – pour nourrir et améliorer les algorithmes – facilitant et gérant les échanges et actions des internautes connectés – qui génèrent des données. » (Salaün, 2018). Ainsi, comme l'ont montré Benghozi et Paris à propos des plateformes dominantes dans le secteur de la musique, la conception de l'intermédiation privilégiée est « principalement technologique, s'appuyant sur des interfaces d'interopérabilité, des algorithmes de recherche, de sélection et de recommandation, et, pour la plupart, réfutant la fonction de direction artistique, pourtant centrale dans les industries culturelles » (Benghozi et Paris, 2014, p.181). Il est possible d'observer « la substitution d'une intermédiation revendiquée comme objective car technique à une intermédiation humaine et subjective » (Benghozi et Paris, 2014, p.182). Ce faisant, les nouveaux entrants « occultent et négligent une composante essentielle dans l'économie des différents

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

acteurs de la filière : la manière dont s'organise la sélection artistique, la mise en avant, l'éditorialisation, l'orientation des choix des consommateurs » (Benghozi et Paris, 2014, p.182). Les modalités de mise en valeur de l'offre favorisées par ces plateformes vont, sous certains aspects, à l'encontre des conceptions établies dans les industries culturelles.

Les travaux menés ces dernières années se concentrent donc essentiellement sur les plateformes qui dominent le marché, dont ils soulignent les logiques techniques, économiques et organisationnelles, ainsi que leur implantation au sein des filières culturelles. A la marge de ces propositions, des projets issus de volontés partagées d'acteurs traditionnels de la création, de la production, de la distribution et de la puissance publique, entendent cependant développer d'autres modèles de plateformes. Les perspectives coopératives empruntées par nombre de ces acteurs suggèrent la possibilité de développer des formes inédites d'organisation des plateformes, plus à même de répondre à leurs besoins et de défendre leurs intérêts. L'analyse que nous proposons complète en direction de ces acteurs les réflexions entreprises sur les modèles des plateformes en éclairant leur fonctionnement propre mais aussi en étudiant leur rapport avec l'amont et l'aval des filières.

## **2. Typologie des plateformes alternatives**

Un travail conduit sur les traits structurants des initiatives retenues dans cette recherche permet d'identifier des modèles de plateformes alternatives bien spécifiques. Pour les caractériser, notre attention s'est concentrée sur l'identité du porteur de la plateforme, la logique de fonctionnement de l'initiative, les modes de coopération des parties prenantes, le modèle économique mis en place, l'organisation de la gouvernance, le statut juridique et les formes de soutiens publics. En nous appuyant sur l'analyse de ces caractéristiques, nous pouvons dégager trois modèles de plateformes : les plateformes mutualisées, les plateformes place de marché et les plateformes publiques d'intérêt général. Le tableau ci-dessous synthétise nos analyses.

	<b>Plateformes mutualisées</b>	<b>Plateformes place de marché</b>	<b>Plateformes publiques ou parapubliques</b>
<b>Porteurs du projet</b>	Un ensemble d'acteurs issus de la filière	Un acteur privé	Un ou plusieurs acteurs publics ou parapublics
<b>Logique de fonctionnement</b>	Logique de groupement professionnel	Logique de prestataire technique	Logique d'intérêt général
<b>Coopération des parties prenantes</b>	Mutualisation des ressources (humaines, techniques, financières)  Participation aux services	Participation aux services	Mutualisation de ressources (humaines, techniques, financières)  Participation aux services
<b>Modèle économique</b>	Vente des œuvres  Commercialisation de l'accès à la plateforme et de son usage	Commercialisation de l'accès à la plateforme et de son usage (souscription à un abonnement, prélèvement de commissions sur les œuvres vendues)	Pas d'exploitation commerciale
<b>Gouvernance</b>	Partagée entre les parties prenantes  Déléguée à la direction de la structure	Assurée par le porteur du service	Assurée par le porteur du service ou partagée entre les parties prenantes
<b>Statut juridique</b>	Entreprise classique, société coopérative, association	Entreprise classique	Institution, collectivité locale, entité parapublique
<b>Soutien des pouvoirs publics</b>	Récurrent	Soutien à l'investissement	Initiative publique

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

	Soutien au fonctionnement, appel à projets	ou à l'innovation, appel à projet	Financements publics croisés
--	--	-----------------------------------	------------------------------

Figure 2 : Typologie des plateformes alternatives

## 2.1 Les plateformes mutualisées

Les plateformes mutualisées sont lancées à l'initiative de plusieurs acteurs culturels, qui se mettent ensemble pour développer un projet commun. Il s'agit de regroupements réunissant des librairies (Librel, Librairies indépendantes en Nouvelle-Aquitaine, Librest), des salles de spectacle et des lieux culturels (Artishoc, SoTicket), des créateurs, studios, labels et diffuseurs musicaux (1Dtouch), des producteurs, réalisateurs, distributeurs ou autres professionnels de l'audiovisuel (LaCinetek, UniversCiné Belgium, TënK). Les initiatives fonctionnent selon une logique de groupement professionnel : des personnes ou des structures, parfois préalablement rassemblées dans des organismes de représentation collective (syndicat, association professionnelle), se réunissent autour d'intérêts partagés pour porter une plateforme numérique.

Les parties prenantes sont membres de l'organisation en charge de son développement. Un ensemble de dispositifs et de mécanismes sont prévus pour déterminer leurs relations et prérogatives. Les principes de gouvernance mis en place doivent permettre de développer les activités de l'organisation en cohérence avec les missions et les objectifs fixés, tout en préservant les intérêts partagés des parties prenantes. Une solution possible consiste à adopter un statut d'entreprise classique, dont les parties prenantes sont actionnaires, doté d'un conseil d'administration qui désigne une équipe dirigeante en charge de conduire la stratégie et de gérer le quotidien. Le plus fréquemment, toutefois, l'organisation prend le visage d'une association ou d'une société coopérative. Dans la forme associative, les parties prenantes obtiennent la qualité de membres, dont les prérogatives et le degré d'implication dans les instances de gouvernance (assemblée générale, conseil d'administration, bureau) peuvent être plus ou moins forts. L'association implique une gestion relativement désintéressée de l'activité dans la mesure où les excédents dégagés ne peuvent être redistribués à ses membres mais obligatoirement

réinvestis dans le projet. Enfin, le statut coopératif est privilégié par la moitié des plateformes mutualisées. Il est associé à un discours militant particulièrement étayé et à une volonté de s'inscrire dans le champ de l'économie sociale et solidaire. Les coopératives permettent en effet aux membres de l'organisation de répondre à des besoins communs sur la base d'une propriété collective et d'une gouvernance démocratique (selon le principe « un membre, une voix »). Les dirigeants sont élus par les instances de gouvernance mises en place et diverses catégories d'acteurs liés au projet (salariés, collectivités publiques, partenaires privés, bénéficiaires du service) sont susceptibles d'être impliquées et de participer aux décisions. L'entrepreneuriat coopératif suppose des valeurs de solidarité, d'égalité et de partage, qui sont à la fois déclinées dans la dimension culturelle des initiatives et dans les modes de gestion et d'organisation.

« Nous avons choisi de donner à notre projet la forme d'une coopérative (SCOP). Cette entreprise collective et participative nous permet de satisfaire nos aspirations économiques, sociales et culturelles communes – au-delà de la recherche unique du profit. C'est aussi le choix d'une gouvernance transparente, où chacun s'investit équitablement, et qui vise à rendre notre projet d'entreprise durable, dans le respect de nos membres. », Artishoc

« On a réuni 36 producteurs et distributeurs et on a constitué, après le développement d'un plan financier, une stratégie. On a constitué une société coopérative, chacun des coopérateurs étant à part égale dans la structure, tant des distributeurs comme Lumière que des producteurs comme les frères Dardenne que des ateliers de production de documentaires ou des producteurs flamands d'animation ou un distributeur de films de patrimoine des années 1950, 1960 ou 1970 belge. Une structure exclusivement belge et détenue par des sociétés et des associations avec pour objectif, certainement, d'exploiter le plus largement possible un cinéma issu de ces producteurs et distributeurs, tant un cinéma belge qu'un cinéma indépendant. », UniversCiné Belgium

Plus ou moins poussée selon les situations observées, la coopération des parties prenantes s'appuie sur des formes de

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

contribution aux services et de mutualisation des ressources. Cette mutualisation passe notamment par une participation financière (implication dans le capital social, paiement de cotisations, souscription aux services) ou par l'apport d'autres ressources (humaines, techniques, en contenus) nécessaires au fonctionnement de la plateforme. L'intérêt de la mutualisation réside principalement dans le partage de l'effort entre les parties prenantes, autorisant la conduite de projets qu'il aurait été la plupart du temps difficile de porter autrement. Il peut également exister des mécanismes de solidarité dans la mutualisation, avec des niveaux de contribution modulés en fonction des moyens de chacun ou une mise en partage au profit de l'ensemble des parties prenantes des développements techniques financés par certains acteurs.

Le modèle économique des plateformes mutualisées repose sur la commercialisation auprès des consommateurs des œuvres culturelles figurant au catalogue (vente de livres ou de DVD, location de films), sous la forme de paiement à la pièce ou d'abonnement. Pour quelques structures, il s'agit plutôt de se positionner sur le segment du *b to b* et de commercialiser des services associés à la plateforme auprès de lieux culturels. La vocation d'1Dtouch, par exemple, est de fournir aux bibliothèques une offre principalement constituée de ressources musicales, tandis que SoTicket et Artishoc équipent les salles de spectacle d'une plateforme pour commercialiser et gérer leur billetterie. Il est par ailleurs fréquent que l'activité de la plateforme soit soutenue par les pouvoirs publics, à travers diverses aides et subventions (soutien au fonctionnement, appel à projet) obtenues à une échelle locale, nationale ou européenne. Le poids de la puissance publique dans les projets est extrêmement variable : si certaines initiatives ne bénéficient d'aucun soutien, d'autres sont financées par les pouvoirs publics, et même très largement pour quelques-unes d'entre elles (jusqu'à 80 à 100% du financement de l'activité).

## **2.2 Les plateformes place de marché**

Une deuxième catégorie d'acteurs est constituée de plateformes dont le principe de fonctionnement les rapproche davantage de « places de marché » virtuelles. Dans ce modèle, une entreprise développe et gère une plateforme à laquelle des

vendeurs culturels externes s'affilient pour venir y commercialiser des œuvres. Le plus souvent, ces plateformes sont déployées pour valoriser dans l'univers numérique l'activité de points de diffusion physiques. C'est le cas, par exemple, d'initiatives comme Leslibraires.fr, Place des libraires ou Lalibrairie.com qui réunissent un ensemble de librairies partenaires au sein de places de marché. En effet, dans le secteur de la librairie en ligne, les plateformes se sont construites séparément, à la suite de l'échec en 2012 de la plateforme 1001 libraires.com, qui visait à rassembler l'ensemble des libraires indépendants sur une plateforme commune. Dans le secteur de l'audiovisuel, le site La Toile permet à des salles de cinéma de proposer à leurs spectateurs une sélection de films en VOD, tandis que Films&Documentaires.com, aujourd'hui géré par l'éditeur et distributeur Doriane Films<sup>1</sup>, s'adresse aux professionnels du documentaire qui peuvent y diffuser leurs productions. Dans tous les cas, les plateformes sont développées par des acteurs entretenant une proximité étroite avec le milieu de la distribution culturelle traditionnelle, dont ils sont généralement issus et auquel ils proposent leur offre de services.

« L'idée était la suivante : on s'est rendu compte à Dialogues qu'être tout seul en tant que libraire indépendant, ça ne suffisait pas et qu'on prenait un risque pour concurrencer Amazon ou la Fnac de constituer des entrepôts qui n'auraient pas de sens à Brest. Du coup, on s'est dit que plutôt que de grossir et de refaire la fable de la grenouille et du bœuf, on allait plutôt se regrouper avec d'autres libraires indépendants. (...) La plateforme est la propriété à 100% de Dialogues (...) C'est une place de marché tout à fait classique, à ceci près qu'elle est indépendante et que les tarifs sont beaucoup plus raisonnables. », Leslibraires.fr

« C'est là tout l'intérêt : j'ai une seule plateforme technique pour 32 salles aujourd'hui et probablement une centaine à la fin de l'année. Forcément, c'est plus simple pour elles. Une seule salle qui développerait sa plateforme

---

<sup>1</sup> Fondé en 2008 par le réalisateur Laurent Lutaud avec plusieurs producteurs de films sous la forme d'une association, Films&Documentaires a depuis été repris par Doriane Films qui a transformé la structure en entreprise.

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

en aurait pour 200 000 euros alors que, moi, je regroupe tout. » La Toile

En tant que prestataire de services, le porteur de projet fournit une infrastructure technique et commerciale autour de laquelle gravitent des acheteurs et des vendeurs qui s'engagent dans des échanges supportés par la plateforme. Subsidiairement, il peut aussi prendre en charge la négociation et l'achat de droits pour le compte des vendeurs, en particulier dans le domaine de la VOD. S'il existe une coopération entre le porteur de la plateforme et les vendeurs en présence (librairies, salles de cinéma, producteurs, réalisateurs et distributeurs de films), celle-ci se retrouve principalement à un niveau opérationnel, dans les formes de participation au service. Les vendeurs s'impliquent de diverses façons dans la construction de l'offre de la plateforme : mise en ligne de leurs fonds, ajout de contenus éditoriaux, définition de la tarification, choix de la programmation, etc. La gestion et le développement de la plateforme, en revanche, sont assurés par l'entreprise qui porte le service et qui en facture l'utilisation aux vendeurs, sous la forme d'une souscription à un abonnement ou d'un prélèvement de commissions sur les œuvres écoulées. Ces plateformes reposent donc sur une relation entre des partenaires indépendants, selon laquelle le premier, l'entreprise qui gère le service, met à la disposition des autres, les vendeurs affiliés, moyennant rémunération, le droit d'utiliser la plateforme dans des conditions bien déterminées. Ces derniers restent extérieurs à la gouvernance de l'entreprise, vis-à-vis de laquelle ils apparaissent uniquement comme des clients.

Si les plateformes que nous décrivons s'éloignent des modèles mutualisés dans lesquels les parties prenantes sont membres de l'organisation qui porte le service, il reste que cette distinction n'est pas toujours aussi évidente. Les plateformes « place de marché » peuvent en effet être initiées par une entité de nature mutualisée, ce dont témoigne très bien l'exemple de Lalibrairie.com. Cette plateforme est une initiative de La Générale Librest, une entreprise fondée par un petit groupe de librairies parisiennes pour porter des projets communs, parmi lesquels figure le site Lalibrairie.com, une place de marché qui rassemble aujourd'hui plus de 2 500 points de vente partenaires. En d'autres termes, un collectif de libraires partage ici des

moyens en vue de créer une entreprise développant une place de marché ouverte à des partenaires extérieurs, en l'occurrence d'autres libraires qui viennent s'y affilier pour commercialiser leurs fonds. Ce cas de figure, a priori unique dans notre corpus de plateformes, montre que des situations d'hybridation sont susceptibles d'exister entre les modèles.

### **2.3 Les plateformes publiques ou parapubliques**

Les troisièmes et dernières plateformes alternatives que nous étudions sont portées soit directement par la puissance publique (collectivité locale, institution), soit par des associations parapubliques, c'est-à-dire financées en grande partie par des fonds publics afin de remplir des missions qui relèvent de l'intérêt général. Ces plateformes se distinguent des portails publics initiés majoritairement par des bibliothèques, des musées ou des centres d'archives par le fait que le porteur du service n'est pas propriétaire des œuvres ou des droits attachés à ces œuvres (Thuillas, 2018). Par ailleurs, elles ne représentent qu'une activité secondaire au regard des autres missions assumées par le porteur (scène de musique actuelle, bibliothèque, service culturel d'une collectivité, etc.).

Beaucoup de ces plateformes poursuivent un objectif d'intérêt général de mise en valeur des professionnels d'un territoire donné : artistes musiciens de Normandie (Sonothèque Normandie) ou de la région Centre-Val de Loire (L'électrophone), scènes de spectacle vivant en région bruxelloise (Arsène 50), artistes et structures culturelles de l'ex-Limousin (GéoCulture, e-musicbox). Le principe est bien de permettre aux créateurs et aux professionnels de bénéficier d'une visibilité sur Internet qu'ils auraient des difficultés à assurer s'ils agissaient seuls. Portées ou financées majoritairement par des pouvoirs publics locaux, ces plateformes visent également à valoriser à la fois le territoire et la collectivité en eux-mêmes (la Normandie, le Limousin, la région bruxelloise), ce qui explique le lien qui peut exister pour certaines d'entre elles avec les organismes publics de développement touristique (Comité régional de tourisme pour GéoCulture, Visit Brussels pour Arsène 50). A cette dimension territoriale s'ajoute pour plusieurs de ces plateformes une dimension patrimoniale, avec une attention particulière aux

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

œuvres qui participent de l'histoire et de l'identité culturelle d'une région.

La poursuite d'une mission d'intérêt général constitue un objectif en soi, détaché d'enjeux commerciaux. Une des caractéristiques des plateformes publiques et parapubliques est qu'elles se situent volontairement en dehors ou à côté du marché : elles ne cherchent pas à dégager de bénéfices financiers de leur activité et mettent principalement en ligne des contenus libres de droits ou obtiennent des ayants droit des conditions de cession de droits gratuites ou avantageuses (Thuillas, 2016). Les porteurs de ces initiatives soulignent souvent le fait que leur offre est une première entrée pour découvrir des artistes, quitte à ce que les individus poursuivent ensuite leur consommation culturelle en dehors de la plateforme.

« Notre idée, c'est plus de donner une envie, de rencontrer l'artiste, de trouver sa production, c'est plus le cœur du projet, pas de diffuser tout l'artiste, c'est de donner l'envie de l'écouter, peut-être même sur Deezer ou alors vous prenez son CD à la bibliothèque ou vous l'achetez. On n'est pas du tout dans la même logique, pas du commercial », e-musicbox

Enfin, les modalités de coopération mises en œuvre sont assez variables, mais il s'avère que l'on retrouve, sous une forme publique, des logiques similaires à celles décrites pour les autres plateformes alternatives de notre étude. Ainsi, plusieurs initiatives publiques fonctionnent sur une base mutualisée, avec une mise en commun de certaines ressources et décisions entre les parties prenantes (Ziklibrenbib, Lirtuel, GéoCulture). D'autres fois, il pourra s'agir d'une place de marché portée par un acteur public, ce dont témoigne Arsène50 qui est une plateforme de la région bruxelloise ouverte aux salles de spectacle locales qui peuvent s'y affilier pour vendre leurs billets. Il reste que, généralement, la gouvernance des plateformes publiques ou parapubliques est peu partagée : l'association ou la collectivité qui porte la plateforme décide souvent seule du service mis en œuvre, en particulier pour les plateformes de musique actuelle, pour lesquelles la coopération avec les autres acteurs est plutôt informelle.

« C'est moi qui gère toute la partie éditorialisation, en essayant de varier à chaque fois les artistes mis en avant, en faisant sorte que ce soit des artistes différents à chaque fois et en pensant à varier les styles musicaux pour que tout le territoire et les courants musicaux soient représentés. Après, pour ce qui est de la mise en ligne, il est fréquent que je reçoive des appels de bibliothèques de la région qui ont vu tel artiste et qu'il serait bien que je le contacte pour l'ajouter sur la sonothèque. Donc, il y a un travail de collaboration mais qui ne se voit pas forcément sur la page d'accueil du site. Mais pour l'éditorialisation, c'est un choix personnel, tout comme les radios thématiques. C'est une question de temps aussi, je suis tout seul sur le projet ». Sonothèque Normandie

### **3. Les traits communs aux plateformes alternatives**

Au-delà de l'identification de ces modèles, l'étude des plateformes alternatives fait ressortir un ensemble de traits largement partagés et qui les différencient clairement des plateformes dominantes. Ainsi, les plateformes retenues dans cette recherche se rapprochent entre elles sur au moins six dimensions significatives de leur fonctionnement.

Premièrement, les plateformes de l'étude s'appuient généralement sur des formes originales d'éditorialisation, plus souvent confiées à des personnes qu'à des algorithmes, alors que les plateformes dominantes privilégient une intermédiation technologique (Benghozi et Paris, 2014). La sélection des œuvres du catalogue, leur présentation et leur valorisation font ainsi l'objet d'une attention renforcée. Il s'agit, par exemple, de confier la constitution du catalogue à des réalisateurs (La Cinetek), à un comité scientifique (GéoCulture), à des équipes de professionnels en binôme (Tènk) ou à des bibliothécaires (Lirtuel, Ziklibrenbib), mais aussi de valoriser l'offre avec des contenus rédactionnels (articles, interviews, critiques, fiches biographiques, etc.) en s'appuyant sur une équipe éditoriale ou sur la participation des acteurs culturels parties prenantes au projet. Au-delà de la manière de l'éditorialiser, le catalogue en lui-même est souvent pensé comme une alternative à l'existant, avec l'investissement de niches – la musique libre, les artistes locaux, les films documentaires, le cinéma indépendant ou de

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

patrimoine, etc., généralement délaissées par les plateformes dominantes.

Deuxièmement, le développement de ces plateformes s'inscrit dans le cadre d'un engagement culturel marqué de la part des acteurs à l'origine des initiatives. Ce militantisme, éventuellement circonscrit à un territoire donné (ville, région), est tantôt tourné vers la promotion des créations, tantôt tourné vers la défense des professionnels de la culture. Pour nombre d'acteurs interrogés, il y a au départ une prise de conscience de l'importance de s'emparer du numérique pour ne pas avoir à le subir et pour disposer de leurs propres outils de commercialisation et de visibilité. Un sentiment de solidarité trouve également à s'exprimer vis-à-vis des autres acteurs culturels du groupe auquel ils appartiennent et avec lesquels ils partagent une proximité de situation et d'intérêts. Ils peuvent ainsi faire bénéficier aux autres de développements techniques, partager des bonnes pratiques, voire même s'entraider financièrement.

Troisièmement, les structures qui portent les plateformes se signalent par la modestie de leur poids économique, sans commune mesure avec celui des plateformes dominantes. Le chiffre d'affaires des plateformes de notre étude est naturellement inexistant pour les initiatives qui ne proposent aucune exploitation commerciale, tandis qu'il atteint des montants compris entre quelques centaines de milliers d'euros et deux millions d'euros pour les autres. Dans beaucoup de situations, la plateforme est une activité connexe prenant place parmi d'autres, du reste pas forcément celle qui est prioritaire ni même la plus rémunératrice. Les équipes qui les font fonctionner sont assez réduites et n'excèdent jamais la dizaine de personnes : toutes les compétences nécessaires à la gestion du service ne sont pas toujours intégrées, en particulier les développements techniques qui sont fréquemment confiées à des prestataires extérieurs.

Quatrièmement, les données issues de l'activité de ces plateformes sont relativement peu utilisées, à l'exception de quelques acteurs qui en font un usage marketing, ce qui constitue une différence essentielle avec les plateformes dominantes. La raison vient du fait que les structures ne sont tout

simplement pas en mesure de les exploiter, car elles manquent des moyens techniques et humains nécessaires. A cela s'ajoute des principes éthiques, qui se manifestent par un refus de la part de certains responsables de plateformes de se livrer à des pratiques jugées contraires à leurs valeurs et éloignées de leur cœur de métier. Il en découle une connaissance souvent approximative de leurs publics et de leurs comportements en ligne. D'une manière générale, nous constatons que les efforts déployés pour mettre en œuvre ces plateformes impliquent une attention plus soutenue vers l'amont de la filière : la plupart des acteurs étudiés privilégient davantage l'offre culturelle et la coopération entre les parties prenantes que la partie aval de la plateforme et le développement des usages. Ce déséquilibre vers l'amont des plateformes alternatives est une caractéristique que nous avons déjà soulignée par ailleurs (Thuillas, 2018).

Cinquièmement, les plateformes alternatives de l'étude présentent toutes, à des degrés divers, des formes de coopération. Les acteurs travaillent ensemble pour développer un service qu'un acteur seul aurait du mal à assumer. La coopération, telle que nous avons pu l'observer, se décline en trois types :

- La coopération fonctionnelle, qui touche à la gouvernance du service et qui s'incarne dans la forme juridique du porteur de la plateforme (société coopérative, association). Elle se retrouve dans la question : qui prend les décisions relatives au service ? Le partage de la gouvernance peut s'effectuer en associant les acteurs parties prenantes sur un axe horizontal (par exemple, un ensemble de libraires) ou sur un axe vertical (des artistes, des producteurs, des diffuseurs réunis autour d'un même projet).
- La coopération opérationnelle, qui a trait à la réalisation du service. Elle répond à la question : comment le service est-il assuré ? Pour le faire fonctionner, les acteurs en présence sont ainsi susceptibles de mutualiser des moyens (techniques, humains, financiers, de communication), de se partager des tâches à accomplir et de se répartir entre eux la valeur produite sur la plateforme.

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

- La coopération solidaire, qui renvoie aux mécanismes d'entraide entre les acteurs. Elle s'exprime soit dans leur lien avec l'aval de la plateforme (par exemple, le renvoi de clients d'une librairie à l'autre, puisque la plateforme permet de connaître la disponibilité des livres dans chaque magasin), soit avec l'amont (entraide financière, attribution de revenus décents aux artistes musiciens, paiement juste des droits d'auteurs, cession de droits modique acceptée par les producteurs pour Tënk ou par les artistes pour GéoCulture, etc.).

Sixièmement, enfin, les plateformes bénéficient pour la plupart d'entre elles de soutiens publics à différents échelons territoriaux (villes, regroupements communaux, départements, régions, établissements nationaux, ministère de la Culture, Europe, etc.), qui peuvent représenter des niveaux remarquables de leurs revenus. Ici encore, nous tentons de préciser les formes et les degrés de ce soutien public. Ce dernier se décline de manière croissante en fonction des formes suivantes :

- Pas ou quasiment pas de soutien public ;
- Soutien financier uniquement dans le cadre d'appels à projet ;
- Soutien financier ponctuel à l'innovation, au développement d'un nouveau service ;
- Soutien financier régulier aux projets ;
- Soutien annuel au fonctionnement du service ;
- Soutien annuel au fonctionnement du service assorti de la mise à disposition de locaux, de moyens techniques ou humains ;
- Portage de la plateforme par la puissance publique elle-même.

Nous avons ainsi positionné les 21 plateformes, réparties en trois groupes – plateformes mutualisées, plateformes places de marché, plateformes publiques ou parapubliques – en fonction des degrés de coopération et de soutien publique dans le schéma ci-dessous.

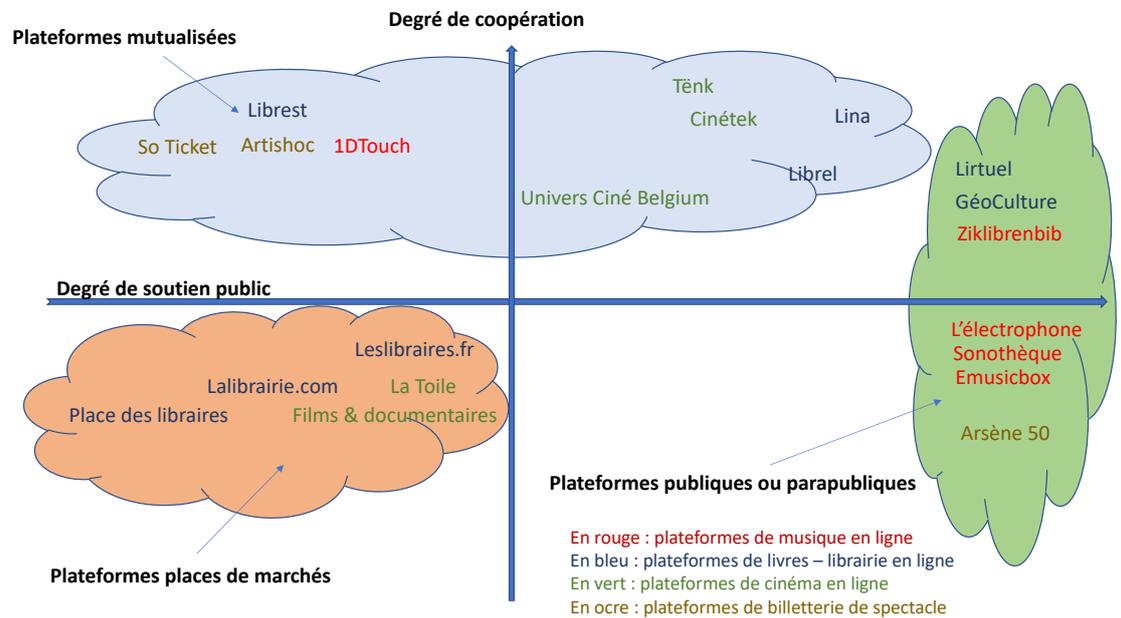


Figure 3 : Typologie des plateformes en fonction des degrés de coopération et de soutien public

Ce schéma permet de rendre visible plusieurs aspects intéressants des plateformes dans leurs degrés de soutien public et de coopération. Tout d’abord, chacun des modèles de plateformes que nous avons mis en évidence regroupe au moins deux filières différentes, ce qui montre qu’il n’y a pas d’exclusivité d’un modèle vis-à-vis de l’une ou l’autre filière. Ensuite, nous constatons que si les plateformes publiques et parapubliques bénéficient évidemment d’un fort soutien public, leur degré de coopération reste assez variable entre elles. Troisièmement, les plateformes places de marché sont peu coopératives, car portées par un acteur unique, elles sont également moins soutenues par la puissance publique et ne concernent que les filières du livre et de la VOD. En dernier lieu, les plateformes mutualisées sont les plus « étalées » en termes de soutiens publics, mais elles présentent un degré de coopération plus important et assez similaire pour la majorité d’entre elles.

S’il existe forcément des spécificités selon les situations, les caractéristiques que nous venons de détailler sont dans l’ensemble partagées par les acteurs de l’étude et constituent

## Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

autant de lignes de différenciation avec les plateformes culturelles dominantes. Cependant, il serait erroné de croire que les alternatives analysées s'y opposent diamétralement et en tous points. Les plateformes alternatives sont en effet influencées par les standards techniques et commerciaux des grandes plateformes, dont elles rapprochent parfois volontairement leurs manières de fonctionner. C'est le cas, par exemple, de plateformes de librairies initialement articulées autour de la réservation en ligne afin que le consommateur vienne ensuite retirer le livre en magasin et qu'il ne se coupe pas du lien avec le lieu physique de la librairie, et qui ont tendance à renoncer à ce principe, sous l'influence des pratiques imposées par Amazon, pour désormais intégrer l'achat à distance et la livraison à domicile. C'est également le cas de plateformes de VOD, pour lesquelles les responsables réfléchissent à développer des formules d'abonnement directement calquées sur celles de Netflix, ou encore de plateformes de streaming musical dont le fonds est alimenté de manière automatique par les mêmes agrégateurs que les majors du streaming comme Spotify. A vrai dire, les rapports avec les plateformes dominantes sont moins vécus par les acteurs alternatifs de notre étude sous l'angle d'une concurrence qui les conduirait à inventer de nouveaux modèles et à s'affronter directement avec elles, que sous celui d'un positionnement « à côté », voire complémentaire à celles-ci, quitte à se réapproprier les modèles technologiques et commerciaux des géants du numérique en les adaptant à leurs propres problématiques culturelles et solidaires.

### **Conclusion**

Si les plateformes alternatives d'accès aux contenus culturels de cette étude présentent au premier abord des offres assez similaires (librairie en ligne, valorisation d'acteurs musicaux, vidéo à la demande, etc.), articulées autour d'un ensemble de traits largement partagés entre elles, notre analyse permet de montrer des différences importantes dans leur fonctionnement, dans les modes de coopération entre les acteurs parties prenantes et dans les formes de soutien public dont elles bénéficient.

Prises dans leur ensemble, les plateformes que nous avons étudiées ne proposent pas un modèle alternatif susceptible de

menacer l'hégémonie des plateformes dominantes. La puissance financière, le développement international et la maîtrise technique de ces dernières leur permettent de s'imposer largement à la fois sur l'amont et l'aval des différents secteurs culturels étudiés.

Cependant, notre étude permet de relever trois tendances intéressantes qui pourraient favoriser le développement des plateformes alternatives fondées sur des coopérations d'acteurs, qui n'émergent que depuis le début des années 2010, à la marge des plateformes dominantes. D'une part, le modèle des plateformes mutualisées montre une viabilité économique, avec un partage de la valeur et de la gouvernance qui s'inscrit dans la reconnaissance et le développement de l'économie sociale et solidaire. A cet égard, nos travaux croisent les recherches actuelles sur les « communs numériques » (Broca et Moreau, 2016) qui se positionnent également comme alternatives et cherchent à inventer un modèle économique viable. D'autre part, les plateformes « places de marché » pourraient constituer des alternatives crédibles, en particulier dans le secteur de la librairie en ligne, à condition de parvenir à se présenter sous une bannière commune pour prendre des parts de marché aux acteurs dominants, au premier rang desquels Amazon<sup>2</sup>. Enfin, la prise de conscience par les pouvoirs publics des effets néfastes de l'hégémonie des plateformes dominantes laisse augurer une attention plus grande et un soutien plus actif aux plateformes alternatives.

## Bibliographie

Becker, H. S. (1988). *Les mondes de l'art*. Paris, Flammarion.

Benavent, C. (2016). *Plateformes. Sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux...Comment ils influencent nos choix*. Limoges, Fyp éditions.

Benghozi, P.J. et Paris, T. (2014). L'économie culturelle à l'heure du numérique : une révolution de l'intermédiation. Dans

---

<sup>2</sup> A cet égard, le cas allemand de la vente de livres numériques est riche d'enseignements puisque l'alliance de Deutsche Telekom avec de grands groupes de librairie a permis le développement de la liseuse Tolino qui devance le Kindle d'Amazon sur le marché du livre numérique en Allemagne.

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

Jeanpierre, L. et Roueff, O. (dir.), *La culture et ses intermédiaires : Dans les arts, le numérique et les industries créatives*. Paris, Éditions des archives contemporaines, pp. 175-183.

Benghozi, P.-J. et Paris, T. (2003). De l'intermédiation à la prescription : le cas de l'audiovisuel. *Revue française de gestion*, vol. 29, n° 402, pp. 205-227. DOI : 10.3166/rfg.142.205-228.

Bouquillion, P. (2012). Les industries et l'économie créatives : transformations radicales des politiques publiques culturelles ? Dans Bouquillion, P. (dir.), *Creative Economy, Creative industries. Des notions à traduire*. Saint-Denis, Presses Universitaires de Vincennes, pp.241-258.

Bouquillion, P., Miège, B. et Moeglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Broca, S. et Moreau, F. (2016, septembre). *Les business models des communs numériques*. Communication présentée au colloque Vers une République des biens communs ?, Centre Culturel International de Cerisy.

Bullich, V. et Guignard, T. (2014). Les plateformes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ? Dans Jeanpierre, L. et Roueff, O. (dir.), *La culture et ses intermédiaires : Dans les arts, le numérique et les industries créatives*. Paris, Éditions des archives contemporaines, pp. 201-210.

Chabault, V. (2013). *Librairies en ligne*. Paris, Presses de Sciences Po.

Ertzscheid, O. (2017). *L'appétit des géants*. Caen, C&F Editions.

Levesque, L. (2016). Plateformes coopératives : initiatives globales et perspectives québécoises. Repéré à <http://chantier.qc.ca/wp-content/uploads/2017/09/Rapport-Plateformes-coop%C3%A9ratives.pdf>

Matthews, J. (2015). Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives. Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique. *Les enjeux de l'information et de la communication*, vol. 16, n° 1, 2015, pp. 57-71.

Mœglin, P. (2007). Des modèles socio-économiques en mutation. Dans Bouquillion, P. et Combès, Y. (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Paris, L'Harmattan, pp.151-162.

Morozov, E. (2015). *Le mirage numérique : Pour une politique des big data*. Paris, Les prairies ordinaires.

Morozov, E. (2014). *Pour tout résoudre cliquez ici : L'aberration du solutionnisme technologique*. Limoges, Fyp éditions.

Perticoz, L. (2012). Les industries culturelles en mutation : des modèles en question. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°1. DOI : 10.4000/rfsic.112

Sadin, E. (2016). *La Silicolonisation du Monde*. Paris L'échappée.

Salaün, J.-M. (2018). Digital labor, plateformes et données (addendum à postface « Vu, lu, su »). Repéré à <https://archinfo01.hypotheses.org/2929>.

Scholz, T. (2017). *Le coopérativisme de plateforme. 10 principes contre l'ubérisation et le business de l'économie du partage*. Limoges, Fyp éditions.

Smyrnios, N. (2017). *Les GAFAM contre l'internet : une économie politique du numérique*, Paris, INA éditions.

Thuillas, O. (2017). *Les formes publiques de courtage informationnel : l'exemple des services géoCulture*. (Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication). Université Paris 13, Villetaneuse.

Plateformes alternatives et coopération d'acteurs : quels modèles d'accès aux contenus culturels ?

Thuillas, O. (2016). GéoCulture et la négociation des droits d'auteurs : un modèle à inventer pour un service public numérique ? *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/1, pp. 5-15.

Thuillas, O. (2018). Public platforms for information brokerage in France: an alternative to private models in the access to cultural and educational content? Dans Bouquillion, P. et Moreau, F. (dir.), *Digital Platforms and Cultural Industries*. Bruxelles, Peter Lang.