

ENQUÊTE Films et concerts à la demande, recommandations littéraires. Les internautes sont de plus en plus nombreux à se regrouper sur des sites communautaires selon leurs affinités culturelles

Culture en réseau, nouvelle culture du partage

Le « cinéma-tribu » n'est pas une nouvelle forme de 7^e art dédiée à l'ethnologie. Il s'agit d'une idée originale qui a germé il y a trois ans dans l'esprit de Pierre-Nicolas Combe, directeur du cinéma indépendant L'Entrepôt, à Paris. Après des échanges informels avec des clients qui lui disent leur envie de voir ou revoir certains films avec leurs proches, il propose des séances à la demande. Une fois par semaine, le spectateur choisit dans un catalogue de 50 titres ou suggère un long métrage qu'il veut partager avec sa « tribu » : amis, familles, collègues... Il décide ensuite du jour et de l'heure de la séance. « *J'ai senti un désir de voir des films autrement, de personnaliser la pratique du cinéma* », explique Pierre-Nicolas Combe. La formule prend et l'exploitant passe aux choses sérieuses : il crée en juin 2012 Ilikecinema.com, une plateforme en ligne de cinéma à la demande. L'événement rassemble aussi bien les amateurs de Godard que les fans de la saga *Twilight*. Il est un des nombreux exemples récents de cette nouvelle forme de pratique culturelle « en réseau », en train de se répandre.

En août dernier, Ilikecinema.com a organisé le premier festival de cinéma à la demande, dans deux lieux à Paris. Car le site cherche à créer du lien social et de la convivialité. Une qualité que met également en exergue le « Popcorn-project », un « *jukebox version cinéma* », résume Alexandre Paquot qui l'a lancé il y a deux ans. Chaque mois, l'équipe invite les internautes à soumettre des idées et à voter pour le film de leur choix. Introduit par un spécialiste, un auteur ou un cri-



La séance cinéma de Popcorn-project.com est l'occasion de se retrouver, après le film, entre amis dans la belle salle parisienne du Club de l'Étoile.

tique, ce « cinéclub participatif » permet de voir certains chefs-

« Ce type de pratiques renouvelle incontestablement le lien social. »

d'œuvre du 7^e art comme *Apocalypse Now*, *Lawrence d'Arabie* ou un bon vieux Jacques Tati. Mais la

séance est d'abord l'occasion de se retrouver entre amis dans la très belle salle parisienne du Club de l'Étoile, d'habitude réservé aux projections privées. Après le film, les convives peuvent déguster des amuse-gueules en écoutant un DJ venu pour l'occasion.

Le cinéma à la demande permet aussi de rattraper des films manqués lors de leur première exploitation. « Avec le nombre croissant de titres

à l'affiche chaque semaine, certaines œuvres ont du mal à exister, les longs métrages indépendants notamment », souligne Tom Dercourt, selon qui le récent passage des salles au numérique facilite ce type de nouveaux usages. Ce distributeur et producteur a créé le site Laseptiemesalle.com à la même époque que son confrère Ilikecinema.com. Le principe est similaire mais la sélection plus exigeante. « En pro-

vince, le public est parfois frustré car il entend parler de films qui n'arrivent pas chez lui, ou alors en version française uniquement pour les longs métrages étrangers », ajoute Tom Dercourt qui organise également avant-premières et débats avec les réalisateurs. Selon lui, le nouveau grand pari est de passer d'un marché de l'offre dicté par l'industrie du cinéma à celui de la demande façonné par le public. ●●●

REPÈRES

LA CULTURE EN RÉSEAU EN CHIFFRES

Cinéma, concerts et littérature

- Ilikecinema.com
2 700 membres actifs ;
18 000 visiteurs uniques par mois sur le site.
- Laseptiemesalle.com
près de 3 000 inscrits

et 1 800 fans sur Facebook.

- Popcorn-project.com
2 500 inscrits ;
3 000 fans sur Facebook.
- Beelivers.com
40 000 utilisateurs et environ
50 000 demandes de concerts
enregistrées en France.
- Babelio.com
90 000 membres dont
10 à 15 % sont des contributeurs
actifs ; 1,2 million de visiteurs

uniques par mois en 2013, contre 600 000 à 700 000 l'an dernier ; 96 % des membres lisent un livre par mois contre 16 % dans la population française. D'autres sites communautaires existent sur le même créneau littéraire comme Entrelivre.com développé par le libraire Decitre. La plate-forme Senscritique.com permet de chroniquer des livres,

mais également des films, des séries, des disques ainsi que des jeux vidéo.

De nouvelles pratiques amateurs

- Deux périodes se distinguent dans le domaine des pratiques artistiques en amateur, note Olivier Donnat, spécialiste de la sociologie culturelle, dans son rapport de 2008 :

« Celle qui précède la diffusion des ordinateurs et de l'Internet dans les foyers, où les activités "d'avant" progressent nettement, et celle qui lui succède où elles marquent le pas en raison de l'attrait exercé auprès des jeunes générations par les nouvelles formes de production de contenus offertes par le numérique (sample, graphisme, blogs, fan-fictions, etc.). »

●●● « Les amateurs de culture deviennent davantage acteurs de leur consommation et moins dépendants des médiateurs traditionnels, analyse Olivier Donnat, spécialiste de la sociologie culturelle (1). Ils maîtrisent mieux les conditions dans lesquelles ils vont au cinéma ou au concert. » Car les spectacles musicaux à la demande existent aussi. Depuis 2010, la société Plemi propose aux mélomanes de devenir programmeurs de concerts dans la salle de leur choix. À travers Beelivers.com, qui récolte les suffrages des internautes, 80 projets de concerts ont abouti entre 2011 et 2012 dans toute la France. « Au début, nous l'avons créé pour soutenir des artistes émergents et leur permettre d'accéder à des salles prestigieuses », explique Romain Guillot, fondateur de Plemi. Mais le site a davantage séduit des fans qui s'en servent pour faire venir leurs musiciens fétiches près de chez eux.

« Les amateurs de culture deviennent davantage acteurs de leur consommation et moins dépendants des médiateurs traditionnels. »

Internet va-t-il révolutionner l'organisation de l'industrie musicale ? Pas encore, dit Romain Guillot, selon lequel les envies du public ne peuvent régir systématiquement la programmation d'une salle de concert. « Les métiers de programmeur et de directeur artistique sont encore nécessaires », souligne-t-il. « Ce type de pratiques renouvelle incontestablement le lien social », analyse Olivier Donnat. Mais ce n'est pas forcément au profit de la proximité géographique. « Au lieu de picorer dans la programmation de la salle de spectacle la plus proche, le spectateur a tendance à aller plus loin pour voir un artiste ou une œuvre qui correspond à ses goûts », poursuit le sociologue. Ces nouveaux réseaux peuvent également favoriser une forme d'« entre-soi ». « Plus les profils sont filtrés en fonction de l'intérêt commun, plus les publics auront tendance à se ressembler du point de vue sociologique », prévient Olivier Donnat.

Les internautes sont de plus en plus nombreux à se regrouper sur des sites communautaires en fonction de leurs affinités culturelles. C'est le cas de Onvasortir.com ou de Pointscommuns.com, deux plates-formes qui permettent d'organiser des sorties plus ou moins romantiques avec des internautes partageant des goûts semblables. D'autres sites se sont spécialisés dans un domaine particulier, à l'image de Babelio.com, le Facebook des amateurs de livres.

Lancé en août 2007 par trois passionnés de la littérature, Vassil Stefanov, Guillaume Teisseire et Pierre Fremaux, Babelio permet de noter et de critiquer ses lectures et

À travers Beelivers.com, 80 projets de concerts ont abouti entre 2011 et 2012 dans toute la France, comme celui des Fatals Picards, au Cabaret sauvage, à Paris.

Dédicace du romancier Harlan Coben lors des Quais du polar à Lyon, organisés par le salon littéraire Babelio.com.



LISA MILLET



HANA D'ANGELO / PLEMI

d'échanger ses impressions sur les forums. Lorsqu'il ajoute une nouvelle référence, le site indique au membre inscrit les lecteurs les plus proches de ses goûts littéraires, afin de l'inciter à découvrir d'autres bibliothèques pour y dénicher ses prochaines lectures. « Notre ambition est de mettre en contact des personnes qui ne s'entendraient pas forcément dans la vie réelle, mais aussi des lecteurs solitaires désireux de partager leurs coups de cœur », explique Guillaume Teisseire. Un salon littéraire essentiellement virtuel qui débouche parfois sur des rencontres entre les abonnés ou avec des auteurs, comme récemment le célèbre romancier américain Harlan Coben, lors des Quais du polar à Lyon.

Toutes ces pratiques nées sur le réseau sont-elles appelées à durer ? « En vieillissant, nous avons tendance à conserver des comportements ou des préférences acquises au temps de la jeunesse », observe Olivier Donnat. Or, le passage de l'enfance à l'âge adulte est plus long qu'autrefois, donc cette culture juvénile du Web a davantage de chance de persister. Bon nombre de

changements portés par les baby-boomers apparaissent comme une mode passagère mais étaient en fait porteurs de ruptures importantes. »

JEANNE FERNEY
et STÉPHANE DREYFUS

PAROLES PHILIPPE PAQUOT

Directeur du Club de l'Étoile, à Paris
« Enrichir et prolonger l'expérience du public »

« Le Club de l'Étoile est une salle de projection privée, réservée aux professionnels. Il y a deux ans, j'ai eu envie de l'ouvrir au public, de lui faire bénéficier des conditions exceptionnelles de diffusion qui sont les nôtres pour voir des films de patrimoine remastérisés. Internet et la force des réseaux sociaux ont rendu possible ce projet de "cinéma social club". Il ne s'agit plus seulement de voir un film, mais de se retrouver autour de ce film, d'échanger, de créer un lien au-delà de la séance. L'expérience du public s'enrichit, se prolonge. Je crois que cette pratique peut faire émerger peu à peu de nouvelles manières d'aller au cinéma. Et représenter un avenir pour certaines salles qui, grâce à Internet, pourront donner rendez-vous aux spectateurs autour de films qu'ils auront choisis. »

RECUEILLI PAR J. F.

