



UNIVERSITÉ D'AVIGNON
ET DES PAYS DE VAUCLUSE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

PROPOSITION SUJETS DE THESES

CONTRATS DOCTORAUX

2017-2020

Appel ciblé (merci de cocher la case correspondante):

- Contrat doctoral ministériel ED 536**
- Contrat doctoral ministériel ED 537**
- Contrat doctoral fléché FR Agorantic**

Fondation – Pierre Bergé Contrat doctoral

(Utiliser la fiche type transmise par la SFR Tersys pour le contrat doctoral Fondation Jean-Henri Fabre- Ville d'Avignon)

Directeur de thèse : Emmanuel ETHIS

Co-directeur (obligatoire pour la FR Agorantic): (Recherche en cours)

Co-encadrant :

Correspondant :

Nom : BOYER-GIBAUD Prénom : Guillaume

Mail : g.boyer-gibaud@hotmail.fr Téléphone : 06 72 55 66 57

Titre en français : De la toile vers les salles : Processus de valorisation des films indépendants par les pratiques de leurs publics et effets de concentration spectatorielle dans les salles de cinéma.

Titre en anglais : From Internet to movie theaters : Impact of audience's practices in the independent movie's valuation process and concentration effects in cinemas.

Mots-clés : Valorisation – pratiques – publics – concentration – cinéma – numérique – salles – circulation de l'information – nouveaux médias – complexité spectatorielle – réseaux sociaux

Co tutelle : Non



UNIVERSITÉ D'AVIGNON
ET DES PAYS DE VAUCLUSE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

Profil du candidat : Cours universitaire en sciences de l'information et de la communication et/ou sciences économiques. Forte affinité avec l'industrie cinématographique. Avoir déjà réalisé des travaux universitaires sur le cinéma et ses publics serait un plus. Bonne connaissance des enjeux liés au numérique.

Présentation détaillée du sujet : Malgré son succès parmi les acteurs des industries culturelles, la théorie de la longue traîne de Chris ANDERSON (2004) s'avère aujourd'hui inopérante, ou tout juste frémissante. Si l'effet d'offre est largement constaté dans l'industrie cinématographique, nous prendrons pour point de départ de ce doctorat l'effet de recommandation de cette théorie, censé symboliser l'impact d'internet sur la rencontre œuvre/spectateur. Considérant que les films prennent vie par les pratiques de leurs spectateurs (BOURGATTE, 2008), et que les œuvres acquièrent une certaine valeur tout au long de leur vie « médiatique », nous proposons d'étudier le processus de valorisation des films indépendants par les pratiques de leurs publics et de décrypter la conjugaison des usages à la fois traditionnels et innovants chez les spectateurs de cinéma.

Contrat / Partenariat : De nombreux distributeurs indépendants (Studiocanal, UFO, Haut et Court), certaines associations telles que l'AFCAE ou les CIP (Cinéma indépendants Parisiens) et des salles de cinéma (Utopia Bordeaux, Le Cinéma des Cinéastes, le Max Linder) ont été approchés. Ils ont manifesté leur intérêt pour ce sujet ainsi que leur souhait d'y contribuer par la mise à disposition d'une partie de leurs données et de leurs publics.

Domaine / Thématique: (ré)concilier sciences économiques et sciences de l'information et de la communication. Economie du cinéma et sociologie de ses publics. Nouveaux médias et culture numérique.

Objectif : Les films sont aujourd'hui ubiquitaires, et nous souhaitons appréhender la complexité spectatorielle (THEUREL, 2012) engendrée par le numérique. Le spectateur potentiel est exposé à quantité d'informations qui viennent finalement compliquer son choix de film et de support (Salles, VOD ...). La plus grande force du cinéma reste sociale (ETHIS, 2013), en ligne comme en salles. Nous voulons donc tenter de comprendre le processus par lequel les films indépendants (budgets de communication limités) trouvent leurs publics à l'heure du tout numérique, avec l'espoir que les résultats de nos recherches pourront servir la rencontre entre les œuvres et leurs potentiels publics.

Contexte et enjeux : L'industrie cinématographique est caractérisée par quatre tendances pro-cycliques que sont l'intensification des logiques promotionnelles, l'augmentation du nombre de films disponibles, la concentration des entrées sur quelques titres et la réduction de la durée de vie des films en salles (CRETON, 2012). Dans le même temps, la concurrence faite aux salles croit de par la démultiplication des supports de vision de films (Home cinéma, ordinateur, Smartphone, VOD, streaming...). Mais l'accélération des modes de circulation de l'information et les nouvelles formes de cinéphilie/cinéphagie en ligne pourraient être



UNIVERSITÉ D'AVIGNON
ET DES PAYS DE VAUCLUSE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

envisagées sous un angle plus favorable. Dans un contexte hautement numérisé, de nouveaux usages se démocratisent et ne sont pas nécessairement une menace pour les salles, bien au contraire.

Méthode : Les films à gros budgets n'ont pas besoin de nous pour exister, aussi nous nous limiterons aux seuls films dits « indépendants ». Par ailleurs nous souhaitons étudier les publics d'un type de film et non d'un type de salle, pour justement comparer les pratiques des spectateurs d'un même film mais issus de salles différentes. La méthodologie est en cours d'élaboration, mais nous la concevons à ce jour sur trois niveaux : un premier niveau traditionnel constitué d'enquêtes qualitatives et quantitatives auprès d'un panel représentatif de spectateurs pour cerner la perception qu'ils ont de leurs pratiques cinématographiques. Dans un second temps, nous effectuerons une étude comportementale d'internautes cinéphiles sur des plateformes non dédiées au cinéma, notamment par le biais des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Instagram et Snapchat. Enfin, nous ambitionnons de réaliser un véritable partenariat avec un acteur de la distribution cinématographique indépendante, dans le but de nous positionner en aval des stratégies de communication et de suivre la constitution du bruit médiatique qui s'agrège autour des films que nous aurons sélectionnés. Nous souhaitons produire une étude dynamique, en lien avec le niveau des entrées en salles.

Références bibliographiques :

ALLARD L., 2000. « Cinéphiles, à vos claviers ! ». In Réseaux, vol. 18, n°99, p.158-165

ANDERSON Chris, 2004. « The long tail », Wired magazine, Issue 12.

BENGHOZI P-J. « L'économie de la culture à l'heure d'internet : le deuxième choc », Esprit Juillet 2011, p.111-126

BOURGATTE M. et THABOUREY V., 2012, Le cinéma à l'heure du numérique, pratiques et publics, 1ère édition. Paris : Mkf éditions

BOURGATTE M., Ce que fait la pratique au spectateur. Enquêtes dans les salles de cinéma Art et Essai de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication, sous la direction d'E. ETHIS, Université d'Avignon, 2008

BOURREAU Marc et al. « Une analyse économique du phénomène de la longue traîne dans les industries culturelles », Revue française d'économie 2015/2 (Volume XXX), p.179-216

CRETON L., 2012. L'économie du cinéma en 50 fiches. 4ème édition. Paris : Armand colin

CRETON L., KITSOPANIDOU K. et al, 2013. Les salles de cinéma : Enjeux, défis et perspectives. 1ère édition. Paris : Armand Colin

ELBERSE A., 2013. Blockbusters : Hit-making, Risk-taking and the big business of entertainment. Boston : faber and faber

ETHIS E., 2007. Le cinéma, cet art subtil du rendez-vous. Communication et langages, n°154. In : L'énonciation éditoriale en question. p.11-21

ETHIS E., 2014. Sociologie du cinéma et de ses publics. 3ème édition. Paris : Armand colin. Domaines et approches

ETHIS E., 2015. Le cinéma près de la vie : Prises de vue sociologiques sur le spectateur du 21^e siècle. Paris : Editions Demopolis

FOREST C., 2010. Quel film voir ? Pour une socioéconomie de la demande de cinéma. 1ère édition. Villeneuve d'Asc : Presses Universitaires du Septentrion

JEANNERET Y., 2008. Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels. Paris : Hermès-Lavoisier

JULLIER L., 2015. Quel film voir cette semaine : stratégie de la critique de cinéma. Champs visuels. Paris : L'Harmattan

MCPHEE W.N., 1963. Formal theories of mass behaviour. Exposure and the theory of popularity, chapitre 3

MORIN E., 1958. Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie sociologique. Paris : Minuit.

WINKIN Y., 2001. Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain. Paris : De Boeck. P.87-90

ZIZEK Slavoj, 2006. La subjectivité à venir. 1ère édition. Paris : Flammarion