



HAL
open science

LES NOUVEAUX FESTIVALIERS “ ON LINE ” -Une étude quantitative du public de My French Film Festival

Christel Taillibert

► **To cite this version:**

Christel Taillibert. LES NOUVEAUX FESTIVALIERS “ ON LINE ” -Une étude quantitative du public de My French Film Festival. Cahiers de Champs Visuels, 2015. halshs-02173717

HAL Id: halshs-02173717

<https://shs.hal.science/halshs-02173717>

Submitted on 4 Jul 2019

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.

LES NOUVEAUX FESTIVALIERS

« *ON LINE* »

- *Une étude quantitative du public de My
French Film Festival-*

Christel Taillibert,
Université Nice Sophia-Antipolis
Laboratoire LIRCES

Résumé de l'article (250 mots max.):

Depuis quelques années commencent à fleurir, un peu partout dans le monde, des expériences de « festivals de cinéma en ligne », concept tendant à décliner sur le Web une formule événementielle se calquant sur les caractéristiques des festivals de cinéma et audiovisuel telles qu'elles se sont historiquement affirmées. L'antinomie évidente qui oppose la dimension communautaire de ces manifestations et le principe d'un visionnement individuel sur Internet interroge bien entendu la nature même de ces nouvelles expérimentations cinéphiliques sur Internet.

Cependant, l'incroyable succès rencontré par les plus porteurs parmi ces festivals en ligne suppose aussi que l'on s'intéresse à ces nouveaux cyber-festivaliers, à leurs attentes, à la façon dont ils se positionnent par rapport à la culture cinéphilique, aux modalités selon lesquelles ils « consomment » les films programmés au sein de ces festivals, au regard qu'ils portent à ce nouveau concept, etc. Pour ce faire, une enquête, dont les résultats seront déclinés au sein de cet article, a été menée auprès du public de *My French Film Festival*, manifestation lancée sur Internet en 2011 par Unifrance, et qui rencontre un succès croissant au fil de ses trois premières éditions.

Mots-clés (5) : festival, festival en ligne, Internet, cinéphilie

ONLINE NEW FESTIVAL-GOERS

- A QUANTITATIVE SURVEY ON « MY FRENCH FILM FESTIVAL » AUDIENCES -

Abstract (250 words max.): For several years, experiments of « on-line film festival » are beginning to flourish all over the world. This concept tends to adapt to the Web the characteristics of film and audiovisual festivals as they shaped over time. The obvious opposition between the collective dimension of classical festivals and the individual viewing on the Internet is questioning the very nature of these new cinephile experiments.

Nonetheless, the incredible success of the most popular of these on-line festivals requires a study of participant profiles, of their expectations, of their positioning w.r.t. the cinephile culture, of the way they « consume » proposed movies, of their opinion about this new concept... It was the aim of a survey which results are disclosed in the present paper. It concerned « My French Film Festival » created in 2011 on the Internet by Unifrance, which encountered a growing success along its first three occurrences.

Keywords (5): *festival, online festival, Internet, cinéphilie*

Depuis l'invention du concept de « festival de cinéma », dans le giron de la Biennale d'Art de Venise, cette forme événementielle a constamment accompagné l'histoire de la cinéphilie – tout du moins dans la version collective de ses manifestations -, dont elle est devenue une affirmation, un témoignage, un moyen d'action, et souvent même un objet militant. Déjà, en 1932, la création de la Mostra vénitienne participe pleinement de la lente affirmation du caractère artistique de la production cinématographique, postulat qui, jusqu'à aujourd'hui, guidera l'œuvre de diffusion telle que la pensent les festivals. Dans l'après-guerre, les festivals accompagnent le développement des ciné-clubs, dont ils adoptent la rhétorique et l'idéal militant, forgeant leur identité de contre-pouvoir face à la puissance des industries culturelles, et participant de fait à la définition de la cinéphilie dite « traditionnelle » telle qu'elle s'affirme alors.

Lorsque, plus tard, à partir des années soixante-dix et quatre-vingt, la forme ciné-club vient à décliner, perdant de son influence sur les jeunes cinéphiles, les festivals s'empresstent de reprendre le flambeau de la cinéphilie. Contrairement aux ciné-clubs dont le rattachement réglementaire à des fédérations aux catalogues limités les contraints à une routine mortifère, les festivals s'adaptent aux caractéristiques et aux attentes des nouveaux cinéphiles : ils se positionnent résolument sur le créneau de l'innovation, de la découverte de territoires inconnus, ne négligent pas les incursions dans les genres mineurs traditionnellement délaissés par la distribution classique et, surtout, jouent la carte de la spécialisation dans des créneaux de plus en plus réduits.

Cette dernière tendance est particulièrement symptomatique de l'évolution globale des pratiques cinéphiles, qui s'exercent toujours plus

sur la base de niches restreintes, donnant lieu à des niveaux d'expertises poussées. Bien entendu, les nouvelles technologies - et Internet tout particulièrement - vont faciliter cette évolution, permettant à des « adeptes » de tel ou tel courant de création cinématographique ou audiovisuelle de se reconnaître, de communiquer, d'échanger, de constituer ensemble une culture commune et de l'ériger sous une forme plus institutionnelle : revue (principalement en ligne), blog, site spécialisé, etc. Au regard de ces évolutions récentes des pratiques cinéphiliques, la forme festivalière telle qu'elle s'est historiquement constituée semble bien mal adaptée, puisque liée à un rassemblement physique de spectateurs dans un lieu géographiquement déterminé. Le rôle que jouent les festivals en termes d'animation locale, de diffusion artistique pointue et décalée, leur implication sur le terrain de la démocratisation culturelle, mais aussi l'indéniable action qu'ils poursuivent en faveur de la création de lien social, expliquent leur pérennité dans un contexte cinéphilique en pleine mutation. Tout semblerait donc aller dans le sens d'une évolution parallèle et non conciliable de deux phénomènes distincts caractéristiques des pratiques cinéphiliques contemporaines : le rassemblement autour du traditionnel grand écran tel que le promeuvent, entre autres, les festivals de films, et des pratiques plus individualisées qui émergent au contact des nouvelles technologies.

I – Festivals en ligne : de quoi parle-t-on ?

Et pourtant, de nouvelles expériences tendent à prouver que festivals et nouvelles technologies de l'information et de la communication ne sont

pas des entités hermétiques. Ainsi, depuis quelques années seulement, commencent à fleurir des expériences de « festivals en ligne ». Comme le laisse supposer cette expression, il s'agirait donc d'une tentative de transposition du concept de « festival » à un événementiel trouvant sur la toile son champ d'application.

1.1. Un développement modelé sur les festivals « classiques »

Historiquement, les premières expériences se basant sur ces postulats s'organisent dès le début du XXI^e siècle. Nous ne tenterons pas ici, entreprise improbable et inutile, de retracer de façon exhaustive la jeune histoire des festivals de cinéma en ligne, mais nous nous contenterons de poser quelques jalons qui témoignent de l'apparition et de l'évolution de ce concept. En 2001, en Espagne, le collectif "La Fàbrica" lance le *Jameson Notodofilmfest*, selon un objectif consistant à « soutenir les jeunes créateurs dans le domaine de l'audiovisuel, et leur servir de vitrine à travers un nouveau média, Internet »¹ (Site du *Jamesonnotodofilmfest*, 2013). Ce festival d'un genre nouveau connaît un succès grandissant, et peut rapidement se vanter de toucher un public international, tout aussi bien au regard des films composant la sélection qu'à celui du public qui, nombreux, consacre cette nouvelle forme d'événementiel². En 2004, c'est le *Haydenfilms Online film festival* qui expérimente cette nouvelle formule, depuis les États-Unis (Pennsylvanie) cette fois, proposant aux internautes une sélection de courts métrages indépendants. Ces

¹ Traduction de l'espagnol (« Es un festival de cine que nace en el año 2001 con la vocación de apoyar y servir de escaparate a los jóvenes creadores audiovisuales a través de un nuevo medio, internet »).

² Le festival fait état, en mai 2013, de 21 millions de spectateurs comptabilisés au cours des dix premières éditions.

expériences heureuses, toujours actives aujourd'hui (d'autres, non évoquées ici, ont été beaucoup plus éphémères), incitent d'autres acteurs du secteur à investir la formule. Dès lors, les initiatives se multiplient, sans toujours rencontrer le même succès³, mais contribuant à expérimenter le concept à travers le monde.

1.1.1 Positionnements artistiques

On retrouve dans ces festivals d'un nouveau type les mêmes tendances que celles que l'on peut observer au sein des festivals « classiques » en termes de créneaux. Ainsi, nombreux sont ceux se consacrant au domaine du court métrage, secteur de l'innovation par excellence (*NSI online film festival*, créé en 2007 au Canada par le National Screen Institute, ou encore le *180 Microcinema Festival*, créé en 2009 aux Philippines⁴, qui se consacrait exclusivement aux films de 180 secondes, etc.). Intimement liée à la question du court métrage, certains de ces festivals en ligne s'ouvrent aux productions amateur, à l'image du *Mobile Film Festival*, créé en 2006 par la société parisienne MobilEvent, et dont la programmation est composée de films tournés sur téléphones portables.

D'autres festivals encore s'attachent à explorer un genre cinématographique, à l'image du *Festival Pointdoc*, né en France en 2011, et qui consacre son activité au genre documentaire.

Comme on peut l'observer au sein des festivals classiques, certaines manifestations s'attachent à explorer une cinématographie nationale, selon des objectifs et des tendances différentes. Ainsi, *My French Film*

³ Beaucoup sont en effet très éphémères. Citons pour exemples le *Outrate Online Short Film Festival*, créé en Australie en 2007, et dont l'existence fut très furtive, ou encore le *Babelgum Online Film Festival* qui connut deux éditions en 2007 et 2008, le *California Online Film Festival* qui ne connut qu'une édition en 2008, etc.

⁴ L'activité de cette manifestation semble cesser après l'édition 2012.

Festival, créé par Unifrance en 2011, entend favoriser la diffusion du cinéma français dans le monde entier, selon des objectifs à la fois culturels et commerciaux. *Márgenes*, créé en Espagne en 2012, s'oriente davantage vers les productions dites « marginales » : « *Márgenes* vise à offrir un espace à toutes les œuvres qui, en raison de leur contenu, de leur système de production ou de leur ambition, se situent en dehors des limites de l'industrie cinématographique espagnole conventionnelle »⁵ (Site du festival *Márgenes*, 2013).

D'autres manifestations encore s'attachent à donner la parole aux représentants d'une culture, à l'image du *SikhNet Youth Online film festival*, créé en 2006 aux Etats-Unis, et qui entend permettre aux jeunes d'explorer l'identité sikh, dans un contexte interculturel rendu difficile, en particulier par les événements du 11 septembre 2001 : « Cette manifestation a créé un cadre pour que les jeunes Sikhs puissent exprimer leurs questionnements, leurs réponses, leurs espoirs, leurs désespoirs, et tout ce que l'on peut trouver entre les deux »⁶ (Site du *SikhNet Youth Online film festival*). On retrouve des objectifs similaires avec le festival *Iber.Film.America*, né en 2012, qui s'applique à explorer le cinéma ibéro-américain, en constituant « une nouvelle fenêtre qui favorisera l'accès de toute la communauté ibéro-américaine à son propre cinéma »⁷ (Site du festival *Iber.Film.America*, 2013).

⁵ Traduction de l'espagnol (« Márgenes pretende dar cabida a todas esas obras que por contenido, sistema de producción y ambición se sitúan en las afueras de la industria cinematográfica española convencional »).

⁶ Traduction de l'anglais (« This venue has created a way for Sikh youth to express their questions, answers, inspirations, desperations and everything in between »).

⁷ Traduction de l'espagnol (« Una nueva ventana que fomentará el acceso de toda la comunidad iberoamericana a su propio cine »).

De la même façon que le monde festivalier « classique » s'est toujours montré très en phase avec les questions de société, on trouve aussi des festivals en ligne qui s'attachent à questionner le monde et ses évolutions. Ainsi, le *Yallah Film Festival*, organisé par l'agence événementielle parisienne MobilEvent, se présente-t-il comme un festival de courts métrages dédiés aux Printemps Arabes : « Notre but est de donner une chance à tous les créateurs du monde arabe de parler de leur vie quotidienne par le biais de créations vidéo originales qu'il s'agisse de fictions, de documentaires, ou de films tournés sur des téléphones mobiles »⁸ (Site du *Yallah Film Festival*, 2013).

Enfin, toujours en conformité avec les directions historiquement adoptées par les festivals « classiques », on retrouve la dimension militante constitutive de ce secteur, avec par exemple le festival *#SheDocs*, adoptant une ligne clairement féministe, et qui entend ne présenter que des films traitant de la question féminine.

1.1.2 Expériences en ligne menées par des festivals « classiques »

Si un certain nombre de nouveaux festivals se créent autour de cette formule « en ligne », ces dernières années témoignent aussi d'expériences menées par un certain nombre de festivals « classiques », afin de sonder les possibilités offertes par Internet dans le cadre de leurs activités pérennes.

Comme le rappelait Christina Warren (2011), « de nombreux festivals de films, parmi les plus importants, comprennent qu'une composante en ligne est en train de devenir un aspect important des festivals dans le

⁸ Traduction de l'anglais (« Our goal is to give a chance to all the creators within the Arab geographical area to talk about their daily life through an original video creation, whether fiction, documentary or mobile film »).

futur »⁹. C'est le cas par exemple pour le *Tribeca Film Festival* (New York) qui a créé une section compétitive en ligne (TOF – Tribeca Online Film Festival) ou encore pour le festival *Slamdance* (Park City – Utah) qui entreprend dès 2010 d'étendre ses activités sur la toile. Même des festivals beaucoup plus modestes travaillent dans cette direction, à l'image du festival *BuddhaFest*, situé à Washington, qui depuis 2011 sélectionne six films de longs métrages parmi ceux de son programme en salles, et les propose au visionnement en ligne, dans le cadre d'une section qui prend le nom de *BuddhaFilm Online Film Festival*. En France aussi, le même phénomène se fait sentir, à l'image du *Festival du film d'éducation d'Eveux*, dont les films en compétition peuvent, depuis 2010, être vus sur la plateforme internet francetveducation.

Si les exemples précédents témoignent d'une tendance chez un certain nombre de festivals à ouvrir partiellement leurs activités à une diffusion en ligne, on observe aussi des cas beaucoup plus radicaux, à travers lesquels des festivals muent littéralement d'une version classique à une version en ligne. Ainsi, le célèbre *Mexico International Film Festival* annonçait-il, en 2013, sa transition vers une formule en ligne : « Le *Festival International du film de Mexico* est passé d'un format traditionnel de festival de cinéma vers une compétition en ligne entendue comme une plateforme destinée à permettre à des films et des réalisateurs exceptionnels d'être reconnus pour leur travail de mise en scène et d'écriture scénaristique. Les films ne seront plus diffusés devant un public ».¹⁰

⁹ Traduction de l'anglais : « Many of the major film festivals understand that an online component is going to become an important part of future festivals »

¹⁰ Traduction de l'anglais : « The Mexico International Film Festival and Awards has transitioned from a traditional film festival format to an online awards competition that serves as a platform to provide exceptional films and filmmakers »

L'apparition de ces nouveaux festivals, tout autant que le phénomène de glissement qui semble s'opérer au sein des festivals classiques vers Internet, témoigne d'une évolution encore discrète aujourd'hui, mais qui ne manquera pas dans les années à venir de trouver des développements considérables. Comment comprendre cet attrait pour la toile de la part de manifestations traditionnellement ancrées dans le réel ? Et pourquoi s'auto-définir en tant que « festival », concept a priori très éloigné d'un visionnement sur écran individuel ?

1.2. Le choix d'une diffusion en ligne

1.2.1 S'adapter aux évolutions technologiques

Le premier argument mis en avant à propos de ce choix singulier d'une diffusion sur Internet est lié au besoin ressenti par les acteurs de la diffusion cinématographique de s'adapter aux évolutions technologiques qui marquent la société contemporaine. Internet est aujourd'hui au cœur des pratiques en termes de communication ; et pour ce qui concerne tout particulièrement les images animées, il représente - pour reprendre l'expression de Jaume Ripoll Vaquer, le directeur de l'*Atlántida Film Festival* - « un espace global qui est depuis longtemps devenu le lieu principal de consommation audiovisuelle de la planète »¹¹ (Dossier de presse de l'*Atlántida Film Festival*, p. 1).

Cette évolution du concept festivalier apparaît selon ces termes

with recognition for their filmmaking and screenwriting achievements. Films will not be screened for the public”

(http://www.mexicofilmfestival.com/General_Info.aspx)

¹¹ Traduction de l'espagnol (« Un espacio global convertido desde hace tiempo en la primer canal de consumo audiovisual del Planeta »).

inévitables, puisque conforme à l'évolution des usages en termes de circulation et de réception des images par les usagers/spectateurs. Il s'agit donc, dans un souci de complémentarité, d'ajouter des cordes à l'arsenal festivalier pour lui permettre de rester en phase avec les pratiques dominantes. « Il ne s'agit en aucun cas d'entraver les circuits d'exploitation traditionnels, mais d'emprunter de nouvelles voies, adaptées aux évolutions de notre société »¹² peut-on lire à propos du festival *iber.film.america* (Site du festival *iber.film.america*, 2013). Les pratiques de spectateurs ont changé, il faut donc s'adapter à la nouvelle donne. « En regroupant les réseaux sociaux existant et en permettant que les films soient vus sur des dispositifs comme l'iPad permet à ce type d'expérience de mieux s'intégrer à la vie sociale et aux modes de vie numériques » rappelait ainsi Christina Warren (2011).

1.2.2 L'implication des opérateurs préexistants

Une grande partie des créateurs de festivals de films en ligne sont d'ailleurs des opérateurs préexistants dans le domaine de la diffusion sur Internet, ce qui renforce bien entendu cette conscience aigüe du rôle d'ores-et-déjà joué par ce nouveau vecteur en termes de diffusion d'images. Il peut s'agir :

- de télévisions en ligne (c'est le cas de PBS /Public Broadcasting Service, réseau public américain de télévision en ligne, qui crée le *PBS Online Film Festival* en 2012),
- de plateformes de téléchargement (comme Filmin qui crée l'*Atlántida Film Fest*, Márgenes qui crée un festival éponyme ou encore

¹² Traduction de l'espagnol (« No pretende en ningún caso, obstaculizar las ventanas de explotación tradicionales, sino aportar nuevas vías adaptadas a los cambios de nuestra sociedad »).

Filmotech.com qui crée le festival *iber.film.america*),

- de plateformes de vidéo à la demande (comme EuroVod, qui fédère au niveau européen sept plateformes de vidéo à la demande, et qui tenta en 2012 de créer un festival européen en ligne, *Streams*),

- de revues culturelles en ligne (comme Notodo.com, qui crée le *Jameson Notodofilmfest*), etc.

A la lecture de ces nouvelles données, l'ambition de ces nouveaux types d'événementiels en ligne s'éclaire ainsi d'un nouveau jour puisque, dans ces cas précis, la forme événementielle semble répondre à un besoin d'émulation d'une activité régulière dans le domaine de la diffusion cinématographique et audiovisuelle – légale - en ligne, susceptible bien entendu d'enrichir l'œuvre de diffusion culturelle telle qu'elle est d'ores et déjà pratiquée, mais aussi d'élargir les publics en trouvant de nouveaux utilisateurs ou clients selon la configuration.

1.2.3 Une visibilité accrue

En effet, et cela pour tous les acteurs en course autour de ce concept, Internet représente avant tout une manne (quasi) illimitée de cyber-spectateurs : tous s'accordent en effet quant à l'opportunité extraordinaire que représente la toile pour des œuvres qui ne sont pas appelées initialement - pour des raisons de production, de genres, de thèmes - à rencontrer un public élargi, bien au-delà de ce que n'importe quel festival *classique* pourrait laisser espérer. « Internet nous est apparu comme un média pertinent, libre, gratuit, et pouvant atteindre potentiellement des millions de spectateurs » déclarent ainsi Marie Blandin et Mahalia Frizon, fondatrices du festival *Pointdoc* (Dossier de presse 2013, p. 2).

Cette perspective d'un développement exponentiel, libéré des contraintes géographiques et physiques inhérentes aux modalités de

développement des festivals classiques, prend sens lorsque l'on observe la nature des films qui sont programmés dans ces manifestations. Comme cela est déjà le cas dans de nombreux festivals traditionnels, les festivals en ligne s'attachent dans leur grande majorité à diffuser des films qui, par nature, sont exclus de la distribution en salles – en raison de leur format de production, de leur court métrage, des thématiques investies, etc. Ce sont des productions dont la circulation se limite traditionnellement au secteur festivalier, et l'opportunité d'une diffusion sur Internet, valorisée autour d'un concept événementiel, constitue alors une formidable opportunité de se faire connaître, et éventuellement de séduire des professionnels de la filière cinématographique et audiovisuelle. Nombreuses sont les manifestations qui se rejoignent autour de cet objectif de soutien aux jeunes auteurs, sur la voie de la professionnalisation.

1.2.4. Démocratiser l'accès aux films.

Cette fenêtre de diffusion extraordinaire que constitue Internet en termes de visibilité a aussi des incidences au regard du rapport entretenu par les cyber-festivaliers et la culture cinématographique et audiovisuelle. De nombreux festivals en ligne mettent en effet leur travail en perspective au regard des besoins de la démocratisation culturelle, laquelle constitue d'ores-et-déjà un pilier de l'action des festivals classiques. Pour plusieurs raisons cependant, les festivals en ligne ont l'impression de pouvoir aller plus loin dans cette direction. Pour des raisons financières tout d'abord, puisque la constitution d'une plateforme de téléchargement dédiée à la manifestation ainsi que la gestion de l'événement suppose des investissements beaucoup moins importants que ce qu'impose une manifestation *physique*. Par conséquent, la grande partie des festivals en

ligne aujourd'hui en activité s'attachent au principe de gratuité de l'accès aux films, lequel permet d'atteindre des publics pour lesquels la question financière représente une barrière – réelle ou psychologique – à l'acte de participation.

Ensuite, cette œuvre de démocratisation culturelle est aussi entendue d'un point de vue plus sociologique, dans la mesure où la composante « en ligne » de ces manifestations permet d'atteindre des publics qui n'auraient jamais eu accès aux films proposés à la programmation, et ce pour plusieurs raisons : les salles de cinéma à travers le monde sont de plus en plus mono centrées autour des productions hollywoodiennes grand public, et les salles qui correspondent à la labellisation française « Art et Essai » sont peu nombreuses, concentrées dans des zones géographiques très ciblées, et ne peuvent en aucun cas rendre compte de la richesse mondiale du cinéma d'auteur, tous genres confondus. Dans ce sens, pour reprendre les propos d'Isabelle Régnier (2011), « des programmations ciblées sur le Net apparaissent comme un bon moyen d'élargir le public de tous les films qui n'entrent pas dans la catégorie "blockbuster" ».

Enfin, la transposition « en ligne » du concept de festival peut aussi être un moyen de démocratiser certains genres ou typologies de production, que le grand public perçoit de prime abord comme élitiste : la dimension extrêmement populaire du streaming, en tant que pratique, peut en effet faciliter des approches de découvertes, la démarche étant beaucoup plus difficile lorsqu'elle suppose un déplacement en salle spécialisée. Marie Blandin et Mahalia Frizon (2013, p.2) rejoignent ce point de vue à propos de leur festival, *PointDoc* : « Malheureusement, le cinéma documentaire reste plutôt réservé à un public averti (...) Nous sommes convaincues que le genre documentaire est un genre populaire.

Cependant, ce cinéma pâtit d'une mauvaise image, considéré comme ennuyeux, trop intellectuel parfois. Ces films sont pourtant faits avec cœur, implication, passion et engagement. Nous espérons, par ce festival, faire partager au plus grand nombre notre passion ».

1.2.5. Assouplir la relation du festivalier à la manifestation

Enfin, le dernier élément qui permet de comprendre ce choix de transposer en ligne le concept de festival de cinéma et audiovisuel, c'est la souplesse de cette formule en termes de gestion du programme : le cyber festivalier n'est en effet plus contraint par les grilles horaires, souvent très serrées, proposées par les festivals, qui obligent le plus souvent à faire des choix – plusieurs films étant programmés simultanément dans des salles différentes. Il peut composer son programme à sa guise, regarder les films aux horaires qui lui conviennent le mieux - dans les limites temporelles que se fixe l'événement.

Globalement, pour que les festivaliers puissent profiter pleinement des avantages de ce concept, les festivals en ligne adoptent des temporalités assez larges – la majorité des événements durant autour d'un mois. Mahalia Frizon, une des deux créatrices du festival *Point Doc*, explique d'ailleurs qu'elles avaient, dans un premier temps, « copié l'agenda d'un festival, où l'on court de projection en projection », mais qu'elles s'étaient résolues assez rapidement à rendre les films accessibles pendant un mois, car « regarder deux films par jour quand on a un travail, ce n'est pas possible, les gens étaient frustrés, nous aussi. Un mois, c'est plus confortable... » (Marion Quillard, 2013).

C'est ainsi un nouveau rapport à l'événement en tant que tel que propose le concept de festival en ligne, la dimension événementielle

tendant justement à se déliter dans le temps, contrairement à un festival classique où l'on cherche à concentrer l'impact sur un temps court, au cours duquel le festivalier assidu doit être extrêmement mobilisé. Peut-on, dès lors, parler véritablement de « festival » ? En quoi ces manifestations cherchent-elles véritablement à s'inscrire dans la tradition, l'histoire de ce mouvement ?

1.3. De la plateforme de téléchargement au festival en ligne

Ces réflexions posent ainsi la question de savoir en quoi ces festivals « en ligne » se démarquent des plateformes de téléchargement telles qu'elles se proposent sur Internet : de plus en plus nombreuses, ces sites spécialisés ont en effet tendance à s'inscrire dans des créneaux spécifiques (films de répertoire, cinéma d'auteurs, cinémas nationaux, etc.) qui ne sont pas sans rappeler les créneaux caractérisant globalement le secteur festivalier. Bien entendu, c'est avant tout le caractère « événementiel » qui distingue ces deux types d'activité, même si comme on l'a vu, l'allongement volontaire de la durée de ces manifestations avait tendance à réduire l'impact – pour les médias comme pour le grand public – de l'événement proprement dit. Par ailleurs, la dématérialisation de ce soit-disant événement ne permet pas de marquer physiquement l'exceptionnalité de cette programmation.

Sur la base de ce constat, quels sont donc les attributs qui permettent de distinguer ces festivals en ligne de ces plateformes de téléchargement ? Comment se positionnent ces événements pour se distinguer et se raccrocher à la formule « festival » traditionnelle ? Malgré la mise en avant continu de leur caractère novateur, ces manifestations cherchent en effet en permanence à témoigner, par le biais de marqueurs fortement

symboliques, leur attachement aux composantes traditionnelles des festivals – elles mêmes historiquement pensées pour se démarquer du secteur de la diffusion cinématographique commerciale.

1.3.1. La programmation

Bien évidemment, le premier élément par lequel les festivals en ligne se rattachent à la tradition festivalière, c'est celui de la programmation : qui dit « programmation » dit en effet choix préalable, sélection, et donc présentation des films les meilleurs parmi ceux qui leur ont été initialement proposés. Cette idée est fondamentale dans la mesure où elle permet de distinguer, par exemple, un festival d'un simple concours en ligne, qui accepterait toutes les œuvres qui lui sont transmises. La présentation de cette programmation est encore une fois très proche de celle qui est adoptée par les festivals classiques : une répartition en différentes sections, qui permet au cyber festivalier de s'orienter et de faire ses choix de visionnement.

1.3.2. La dimension compétitive

Au sein de cette programmation, l'organisation d'une compétition – marqueur fort du secteur festivalier traditionnel – est dans la majorité des cas reprise à l'identique par les festivals en ligne. Justifiées par la volonté de soutenir les auteurs talentueux dans la poursuite d'une carrière professionnelle, ces compétitions sont organisées de façon très classique : un ou plusieurs jurys de professionnels, souvent très prestigieux, sont constitués, chargés de la remise de différents prix, tandis que très fréquemment aussi, les internautes sont convoqués pour voter pour les films au programme, dans le cadre de la remise d'un Prix du public – pratique encore une fois très populaire dans les festivals classiques, et qui

se trouve ici facilitée par l'interactivité inhérente aux pratiques de consommation culturelle sur Internet.

Il est d'ailleurs intéressant de constater que la présence de ces compétitions offre une occasion de « matérialiser » l'événement, à travers l'organisation de soirées de remise des prix bien réelles, qui permettent de donner corps à la manifestation, tout en conservant le caractère éminemment *folklorique* de ce type de cérémonies : le festival *Point Doc* organisa ainsi la soirée de clôture de sa première édition dans la salle Jean Dame du deuxième arrondissement de Paris, le *Yallah Film Festival* choisit, quant à lui, en 2011, de s'installer le temps d'une soirée à l'Institut du monde arabe de Paris, etc. Parfois, ce sont même des festivals en bonne et due forme qui accueillent ces événements, comme dans le cas du festival *Haydenfilms* dont la soirée de clôture, en 2009, fut organisée au sein du *Hollyshort Film festival* à Los Angeles, choix particulièrement symptomatique de ce désir de s'insérer dans le paysage festivalier préexistant. Et même lorsque le palmarès n'est rendu public qu'en ligne, conformément à la vocation première de la manifestation, d'ironiques subterfuges sont utilisés pour rappeler ce folklore que nous évoquions précédemment autour des cérémonies de ce type. Ainsi, le festival *iber.film.america* annonçait-il son palmarès 2012 de la sorte : « Et maintenant, ce que vous tous attendez, connaître le palmarès, celui de la critique et le vôtre, celui du public. Roulements de tambours... (...) Et quant au prix du public (...) vos suffrages ont penché pour... (roulements de tambours 2) : *Contracorriente*, de Javier Fuentes León. (...) Et maintenant, oui, baissons le rideau de notre *iber.film.america*... »¹³ (filmothech.com, 2012)...

¹³ Traduction de l'espagnol : « Pero ahora lo que todos estáis esperando, conocer el palmarés, el de la crítica y el vuestro, el del público. Redoble de tambores...

1.3.3. Des prolongements cinéphiliques

Comme dans les festivals classiques, les organisateurs de festivals en ligne sont soucieux de proposer des prolongements au visionnement des films, destinés à satisfaire le puissant et très ancien postulat cinéphilique selon lequel voir des films participait à un processus à long terme de constitution d'une culture cinématographique individuelle, et qu'il convient d'accompagner le cyber-spectateur dans cette démarche, en lui offrant des clés de lecture, des informations factuelles, mais aussi des outils d'analyse qui lui permettront d'aller plus loin dans sa propre réflexion. De ce fait, cette démarche concerne essentiellement les festivals en ligne qui programment des films professionnels ou semi-professionnels, plus rarement les productions strictement amateur.

On trouve alors la reconduction d'outils très traditionnels, tels que les sacro-saints catalogues de festivals, qui sont parfois proposés au téléchargement, comme le pratique par exemple *My French Film Festival*. Ce dernier propose aussi au téléchargement des dossiers pédagogiques, à destination des enseignants (essentiellement en FLE) qui souhaiteraient utiliser les films du festival en tant que supports pour leurs enseignements.

Plus intéressant, un certain nombre de festivals cherchent à mettre en place des alternatives aux rencontres organisées en marge des projections, et qui sont au cœur des stratégies de différenciations des festivals au regard du travail des salles commerciales. Dans le cadre des festivals en ligne, cela prend la forme d'interviews sous format vidéo, disponibles en

(...) En cuanto al premio del público, el que habéis dado todos los espectadores con vuestros votos a través de nuestro Facebook, ha sido muy, muy reñido aunque finalmente la balanza de votos se ha decantado por...(redoble de tambores 2) para: *Contracorriente* de Javier Fuentes León ».

streaming. *My French Film Festival* propose ainsi des interviews inédites de réalisateurs et d'acteurs des films programmés. Le festival *Point Doc* expérimente quant à lui une formule plus interactive, puisque chaque soir, les internautes ont la possibilité de "chater" avec le réalisateur d'un des films au programme, à l'image des débats qui sont organisés en festival à l'issue des projections avec les membres de l'équipe technique et/ou artistique du film visionné.

1.3.4. Des festivals participatifs ?

Enfin, plus délicat, les festivals en ligne tentent aussi d'inscrire dans leur fonctionnement la dimension communautaire, fondatrice du succès des festivals, qui permet certes de découvrir des films inédits et de qualité, mais dans une ambiance conviviale et festive, dans un climat propice à l'échange, à l'opposé des modes de consommation individuels qui marquent notre époque contemporaine. Que reste-t-il donc, dans les versions en ligne, de cette identité festivalière ? Conscientes de la contradiction inhérente à l'usage du terme « festival » pour définir un événement en ligne, ces manifestations cherchent à reproduire cette dimension communautaire avec les moyens à leur disposition : plusieurs festivals en ligne proposent ainsi aux cyber-festivaliers de s'exprimer, dans un forum, à propos des films visionnés, et d'échanger ainsi leurs impressions avec les autres internautes. Le *Haydenfilmfestival* se vante ainsi d'avoir mis en place un « système sophistiqué de visionnement et de vote, permettant aux internautes de découvrir les films, de les juger et de les commenter dans un délais déterminé »¹⁴ (site de l'*Haydenfilmfestival*,

¹⁴ Traduction de l'anglais (« A sophisticated viewing and voting system allows viewers to browse the films, rate and comment on them during a designated time frame »).

2013). Le festival *Point Doc* précise aussi que « les internautes pourront laisser leurs ressentis, leurs interrogations, leurs critiques sous forme de commentaires » (Dossier de presse 2013, p. 4).

Cette tentative de création d'un esprit communautaire entre les participants à un même événement en ligne interroge bien entendu la question des usages qui sont faits, aujourd'hui, de ces festivals en ligne, qui explorent ces nouvelles perspectives qui s'offrent à la notion d'événementiel retranscrite sur la toile. Le franc et rapide succès de quelques-unes des manifestations que nous avons eu l'occasion d'évoquer laisse prévoir une explosion de ce type d'événements à l'avenir. Mais qui sont ces internautes qui, adhérant à cette proposition de découverte cinématographique en ligne, ont signé le succès de cette formule ? Comment s'inscrit cette pratique dans le cadre des habitudes culturelles des individus concernés ? Ce public se considère-t-il comme cinéphile et, si oui, comment comprendre cette nouvelle pratique cinéphile à l'aune de l'évolution des pratiques culturelles ?

Pour tenter de répondre à ces questions, une enquête a été menée auprès du public d'un de ces festivals en ligne. Notre choix s'est porté sur *My French Film Festival*, festival français organisé par Unifrance, qui signait en 2013 sa troisième édition, en raison du succès croissant rencontré par cette manifestation à travers le monde.

II – Qui sont les cyber-festivaliers ? Le public de My French Film Festival

2.1. Unifrance et la création de *My French Film Festival*

Unifrance, association loi 1901 créée en 1949, est l'organisme français chargé de la promotion à l'étranger du cinéma français. Parmi les

nombreuses actions mises en place par cet organisme, l'organisation de festivals à l'étranger constitue un moyen privilégié pour exposer la cinématographie nationale en divers points du monde. Comme le rappelle Unifrance, il s'agit de « manifestations dédiées au cinéma français où se conjuguent, en un même espace et un temps limité, les trois objectifs fondamentaux de la promotion : action auprès des acheteurs, auprès des médias et auprès du public » (Site Unifrance / onglet « Notre mission », 2013). Dix festivals de ce type sont organisés de par le monde, dans l'Union Européenne (Royaume-Uni, Allemagne) mais aussi sur tous les continents (Russie, Kazakhstan, Japon, Chine, Singapour, Inde, Brésil et États-Unis).

La décision de travailler à un nouveau festival, qui se déploierait cette fois « en ligne », s'inscrit donc en continuité d'une tradition bien établie au sein d'Unifrance, et dans le cadre d'une large expérience du secteur festivalier. Lorsque l'on interroge Jean-Rémi Ducourtioux, chargé au sein de cet organisme de la mise en place de *My French Film Festival (MFFF)*, quant aux raisons qui l'ont conduit à s'engager dans ce secteur très innovant des festivals en ligne, il répond qu'« il était important d'investir les nouveaux médias avec des formes déjà connues du public, pour aller le chercher sur un terrain rassurant où il puisse se projeter. L'objectif était le rajeunissement du public de cinéma français dans le monde, mais aussi être disponible partout, pour tous, même pour ceux, toujours plus nombreux, qui n'ont plus accès à une salle diffusant du cinéma étranger » (Jean-Rémi Ducourtioux, 2012). Ces propos sont intéressants puisqu'ils mettent en avant trois exigences primordiales :

- utiliser un vocable attractif puisque le terme « festival » connote, partout dans le monde, un événement privilégié, mais aussi « rassurant », puisque le caractère novateur de la forme « en ligne » est compensé par

l'ancienneté et la réputation d'un secteur festivalier ancré dans le paysage culturel international ;

- trouver des palliatifs à la rareté de la programmation de films français à travers le monde dans les salles commerciales ;

- et enfin miser sur l'utilisation des nouvelles technologies pour rajeunir le public du cinéma français à travers le monde.

Cette manifestation, proposée pour la première fois en 2011, rencontra un vif succès. Dès la première édition, 40.000 visionnages furent enregistrés. En 2012, ce chiffre s'éleva à 1,3 million de visionnages, soit un résultat 30 fois supérieur à l'année précédente. En 2013, lors de la troisième édition qui se déroula du 17 janvier au 17 février, le bilan fit état de 750.000 visionnages : la chute observée entre les deux dernières années n'est pas à comprendre comme un déclin de la manifestation, mais comme un réajustement des chiffres puisqu'en 2012, les résultats globaux étaient artificiellement gonflés par une participation chinoise exceptionnelle (1,144 million de visionnages uniquement dans ce pays), qui fut beaucoup moins importante l'année suivante (375.000 visionnages) « du fait de la moindre visibilité accordée au festival sur la plateforme chinoise Youku en raison d'un changement d'équipe au sein du site » (*Bilan MFFF 2013*, p. 3). Les résultats « hors-Chine » témoignent donc bien d'une progression de la manifestation à travers le monde, puisque les chiffres passent de 156.000 en 2012 à 375.000 en 2013.

Au-delà des chiffres, ce qui nous intéresse ici au sein de cet opus consacré aux nouvelles pratiques cinéphiles, c'est de savoir qui sont ces internautes qui, à travers le monde, ont très rapidement adhéré à cette formule nouvelle que constitue un « festival en ligne » en termes de

dispositif, mais aussi comment ils utilisent, individuellement, ce nouveau service.

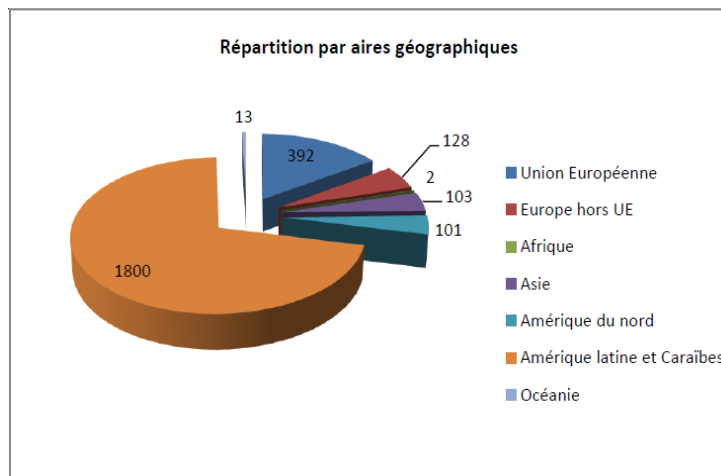
2.2. Une enquête auprès du public de *My French Film Festival*

Pour répondre à ces questions, j'ai mené une enquête, entre le 20 mars et le 17 avril 2013, sur la plateforme de sondage en ligne Interceptum (<https://interceptum.com>), à l'issue de la troisième édition de *MFFF*. Les internautes qui avaient participé à l'une des trois premières éditions ont été contactés par email, un lien vers le site de l'enquête leur étant proposé. Cette enquête a été proposée en quatre langues : français, anglais, espagnol et portugais. 2539 questionnaires utiles, donc intégralement remplis, ont été retournés. Sauf mention contraire liée à l'analyse de résultats partiels sur un groupe restreint, c'est donc le chiffre qui constituera la base du corpus d'étude dans les résultats tels qu'ils seront proposés par la suite.

Les internautes qui ont participé à cette enquête sont originaires de 60 pays, les pays les plus représentés étant :

- le Brésil (25,2 %),
- le Mexique (19,4 %),
- l'Argentine (10,9 %),
- la Colombie (8,1 %),
- la Fédération de Russie (5,0 %).

A eux cinq, ces pays réunissent 68,6 % des participants de l'enquête.



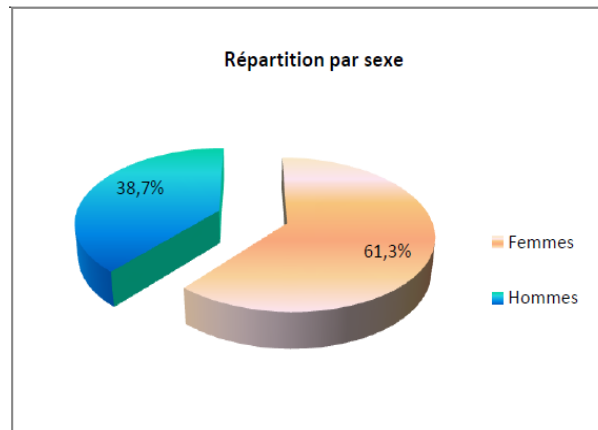
La zone constituée par l'Amérique latine et les Caraïbes est largement surreprésentée au sein du corpus, puisqu'elle concentre 70,9 % des festivaliers qui ont participé à cette enquête. L'Union européenne rassemble quant à elle 15,4 % des internautes. Le pays qui y est le plus représenté est la Pologne, suivie de la France, du Royaume-Uni, puis de l'Espagne et de l'Italie. L'Europe hors Union Européenne rassemble 5,0 % des participants. A deux cas près, il s'agit exclusivement de la Fédération de Russie, pays dans lequel *MFFF* est particulièrement bien implanté. L'Asie ne rassemble que 4,1 % des internautes. Le principal pays représenté au sein du continent asiatique est la Turquie (68,0 %), les autres pays étant représentés de façon beaucoup plus anecdotique. L'Amérique du Nord rassemble 4,0 % du corpus d'étude. Les internautes qui en sont issus sont répartis entre les États-Unis (80,2 %) et le Canada (19,8 %). L'Océanie (presqu'exclusivement représentée par l'Australie) et l'Afrique sont représentées de façon négligeable, puisqu'elles ne rassemblent respectivement que 0,5 % et 0,1 % des internautes. Rapporté aux bilans établis par Unifrance en termes de visionnages, ce corpus est

assez concordant hormis pour la Chine, clairement sous-représentée dans cette enquête.

2.3. Portrait type du cyber festivalier participant à *MFFF*

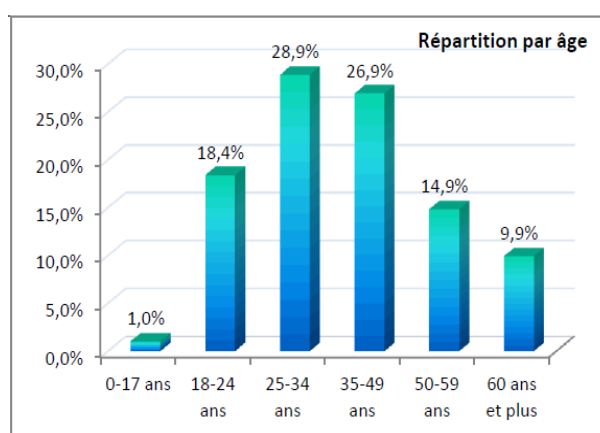
2.3.1. Un public jeune et féminin.

Si l'on tente de dresser le portrait de l'utilisateur-type de *MFFF*, quelques caractéristiques ressortent prioritairement. Tout d'abord, il s'agit d'un public majoritairement féminin, puisque les femmes représentent 61,3% du corpus.



Ensuite, si toutes les tranches d'âge sont représentées, ce public est relativement jeune, avec près de la moitié des individus (48,3 %) qui a moins de 35 ans. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 25-34 ans (28,9 %). Du point de vue des usages, qui nous intéresse ici, c'est une donnée intéressante puisqu'il s'agit de catégories de population qui, souvent, ont des enfants en bas âge, sont de ce fait moins mobiles, et qui peuvent donc trouver un attrait particulier dans le principe d'un festival en ligne, lequel autorise une fréquentation virtualisée, à domicile.

Les 35-49 ans représentent, quant à eux, 26,9 % du public, donc un peu plus du quart de l'échantillon. Les tranches d'âge plus élevées sont globalement moins représentées : 14,9 % pour les 50-59 ans et 9,9 % pour les 60 ans et plus. Les plus jeunes sont aussi bien représentés puisque les 18-24 ans constituent 18,4 % du corpus. On compte par contre peu de moins de 18 ans, leur proportion étant de 1,0 %.



Ces données sont intéressantes dans la mesure où le public du cinéma français à l'étranger est un public plutôt âgé¹⁵ - phénomène déjà sensible, dans une moindre mesure, sur le sol français (CNC, 2013, p. 66) - tendance qui était à l'origine même du projet de festival en ligne de la part d'Unifrance. Parallèlement, le public du cinéma Art et Essai est lui aussi caractérisé par un vieillissement de son public, comme en témoigne la situation française (CNC, 2013, p. 70). Aussi, le net rajeunissement du public opéré par ce nouveau concept d'événementiel sur Internet est intéressant au regard de l'évolution des pratiques cinéphiles, puisqu'il

¹⁵ Ginette Vincendeau (2009) le rappelait lorsque, répondant à la question de savoir quelle était l'image du cinéma français à l'étranger, elle affirmait : « Celle d'un cinéma qui s'adresse généralement à un public âgé d'au moins la quarantaine et relativement cultivé ».

semble susceptible de mobiliser les jeunes générations autour de typologies de films auxquelles elles portaient peu d'intérêt : des films non-étasuniens d'une part, et résultant d'une démarche plus artistique qu'industrielle d'autre part.

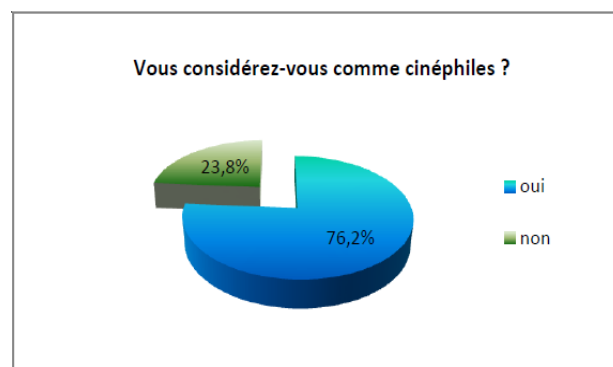
2.3.2. Un public cinéophile

Afin de comprendre la nature de la relation que le public de *MFFF* entretient avec cette manifestation, il était important d'interroger les motivations qui l'avait poussé à participer à ce festival d'un genre nouveau. Voici les réponses obtenues à ce propos :

Pourquoi vous intéressez-vous à <i>MFFF</i> ?	1 ^{er} choix	2 ^{ème} choix	3 ^{ème} choix
car vous aimez le cinéma de manière générale	2508	8	13
car vous aimez le cinéma français	12	2501	13
car vous aimez la culture française	8	11	2502
pour découvrir le cinéma français	3	6	6
pour participer à un événement mondial	3	6	4
pour travailler votre français	5	7	1

Ainsi, la première explication invoquée par les internautes pour expliquer leur participation à *MFFF* concerne leur intérêt général pour le cinéma : 98,8 % des participants à l'enquête placent en effet cette occurrence en premier choix (et 99,6 % d'entre eux la place en premier, second ou troisième choix). L'art cinématographique apparaît donc comme une pratique culturelle marquante pour une écrasante majorité des participants à ce festival.

Peut-on en conclure que ce festival en ligne mobilise avant tout un public extrêmement cinéophile ? 76,2 % des individus interrogés s'auto-définissent en effet comme tel.



C'est un résultat très élevé, et qui dessine effectivement les contours de cyber-festivaliers très investis autour de la question cinématographique. Comment appréhender cette cinéphilie ? Est-elle issue d'une fréquentation acharnée des plateformes de téléchargement en ligne, ou bien s'exerce-t-elle aussi de façon plus traditionnelle par les vecteurs plus classiques de la salle, ou même de la télévision et du DVD ? Lorsque l'on se penche sur le nombre de films mensuellement vus par les participants à notre enquête, on se rend compte que cette cinéphilie est tout à fait cumulative, et concerne toutes les modalités de rencontre avec l'image animée :

Nombre moyen de films vus par mois et par internaute					Total
	au cinéma	à la télévision	sur DVD/BlueRay	par un service de téléchargement ou VOD	
résultat global	3,5	6,3	4,6	5,0	19,4
cinéphiles	4	6,8	5,2	5,6	21,6
non cinéphiles	1,9	4,6	2,8	2,9	12,2

En effet, les internautes qui se définissent en tant que cinéphiles affirment aller 4 fois par mois, donc une fois par semaine, au cinéma, ce qui les place dans la catégorie des « assidus » telle que définie par le

CNC¹⁶. Mais même ceux qui ne s'auto-définissent pas en tant que cinéphiles déclarent se rendre 1,9 fois par mois au cinéma, relevant alors de la catégorie dite des « réguliers »¹⁷. Ainsi, qu'il se considère ou non comme cinéophile, le spectateur moyen de *MFFF* est un « habitué »¹⁸ des salles obscures. Et au regard de leur fréquentation des salles obscures, le refus du qualificatif « cinéophile » par certains d'entre eux est probablement lié au caractère élitiste qui, dans son acception commune, peut être associé à cette terminologie, et qui modèle l'opposition – abusive ? – que l'on entretient entre les notions de « cinéphagie » et de « cinéphilie ».

Pour ce qui concerne les autres modalités de consommation de films, on retrouve les mêmes tendances, soit un public globalement gros consommateur, avec des chiffres toujours plus importants pour ceux qui s'auto-définissent en tant que cinéphiles : que ce soit à la télévision, sur support DVD ou Blue-Ray, ou encore par le biais d'un service de téléchargement, les spectateurs de *MFFF* voient énormément de films puisque, en moyenne, ils déclarent en regarder 19,4 sur divers supports.

Cette donnée est très intéressante au regard du renouvellement des pratiques cinéphiles, car elle témoigne d'une tendance à la cumulation des différentes pratiques de visionnement de films, et non d'un phénomène de remplacement de l'une par l'autre. Les festivals en ligne constitueraient donc, pour ce public spécifique en tous cas, une façon, parmi d'autres,

¹⁶ « Les spectateurs assidus vont au cinéma au moins une fois par semaine, les spectateurs réguliers y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les occasionnels au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les habitués du cinéma regroupent les assidus et les réguliers » (CNC, 2012, p. 60)

¹⁷ Voir note 16.

¹⁸ Voir note 16.

d'avoir accès à des films, dans le contexte d'une consommation soutenue de films de cinéma.

2.3.3. Un public averti au regard du cinéma français

La seconde raison qu'évoquent les internautes pour expliquer l'intérêt qu'ils portent à *MFFF* concerne plus précisément leur relation au cinéma français. Si rares sont ceux qui placent leur intérêt pour le cinéma français en premier choix, ils sont par contre 98,5 % à le placer en second choix. Dans le contexte de consommation accrue de films telle qu'il a été décrit précédemment, le cinéma français semble donc recueillir une place de choix, conforme à l'aura dont bénéficie cette cinématographie nationale à travers le monde¹⁹. Pour ce public là, un festival en ligne entièrement consacré au cinéma français constitue donc une source particulièrement propice à la rencontre avec des films appréciés à travers le monde, mais qui ne sont pas forcément accessibles, en fonction des régions géographiques concernées.

Au-delà de cette dernière remarque, il est intéressant de constater que les mêmes tendances peuvent être observées dans les réponses émises par le public français de *MFFF* (48 individus) – pour lequel la question de l'accessibilité aux œuvres se pose moins crûment : 100 % d'entre eux placent en premier choix leur intérêt pour le cinéma en général, et 97,9 %

¹⁹ Comme l'écrit Unifrance, « chaque année, le cinéma français dans le monde c'est : la seconde cinématographie à l'export ; les 2/3 de la production exporté sur au moins 1 territoire ; plus d'1 film français nouveau par jour sur les écrans cinématographiques du monde ; 40 films français par jour diffusés sur les télévisions étrangères ; 65 millions de spectateurs de films français chaque année en moyenne, dans les salles de cinéma... » (Site Unifrance, onglet chiffres clés, 2013).

d'entre eux placent en second choix leur intérêt pour le cinéma français. Ainsi, même dans ce cas particulier, un festival en ligne semble constituer une alternative de choix pour découvrir des films, même en dehors d'un contexte de pénurie en salles.

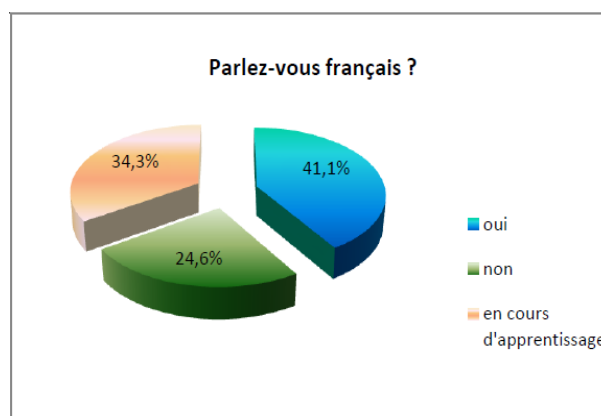
Pour en revenir aux résultats globaux, il semble que le public de MFFF soit déjà sensibilisé au cinéma français, une cinématographie qu'il a déjà eu l'occasion de découvrir et d'apprécier par le passé. En témoigne le fait que pratiquement aucun internaute (trois seulement) n'ait considéré la découverte du cinéma français comme un élément décisif dans sa décision de participation à MFFF. Pour le moment en tous cas, cette manifestation semble donc toucher un public déjà averti. L'enjeu serait donc, dans le futur - pour ce festival en ligne comme pour les autres - de parvenir à mobiliser de nouveaux spectateurs, de témoigner d'une capacité à les « éduquer » à une culture alternative en matière de cinématographie, devenant ainsi un véritable acteur, et pas simplement objet, de nouvelles pratiques cinéphiles.

2.3.4. Un public sensible à la culture française

S'il est clair que les questions cinématographiques priment largement sur toute autre raison dans les motivations exprimées par les internautes participant à MFFF, la relation privilégiée qu'ils entretiennent avec la culture française est malgré tout à prendre en compte. Ainsi, en troisième choix, 98,5 % des personnes interrogées évoquent leur intérêt pour la culture française²⁰ (seuls 8 d'entre eux le placent en premier choix, et 11 en second choix).

²⁰ On peut rattacher à ce point la question des expatriés français, lesquels voient dans l'événement une façon de garder un lien avec leur culture d'origine, même

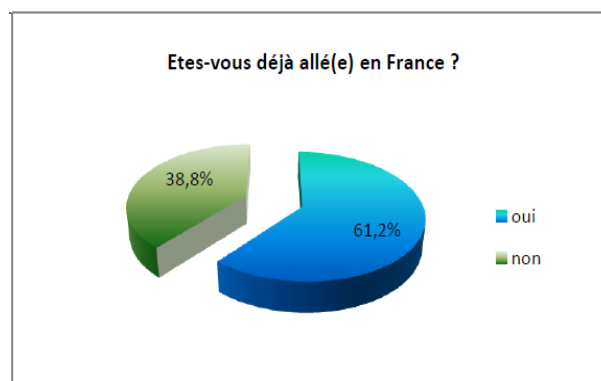
Cet intérêt manifeste pour la culture française se traduit aussi par la question linguistique, puisque 41,1 % des participants à *MFFF* parlent le français, et 34,4 % d'entre eux sont en cours d'apprentissage de cette langue. Ainsi, seul un peu moins du quart du corpus ne parle pas du tout le français²¹.



Ces chiffres ne rencontrent bien entendu pas du tout la réalité du statut de la langue française d'un point de vue mondial (Wolff Alexandre, 2010), et témoignent de l'attachement particulier des participants à *MFFF* à la culture française, quel que soit leur pays d'attache. Cette inclination est confirmée par le fait que 61,2 % d'entre eux soient déjà allés en France.

au bout du monde (13 internautes dans ce cas se sont exprimés librement à propos de cette situation dans la rubrique ouverte « autre » liée à cette question).

²¹ D'où, d'ailleurs, le rôle que jouent les organismes voués à la diffusion à l'étranger de la culture française, puisque lorsque l'on interroge les participants à *MFFF* sur la façon dont ils ont été informés de l'existence de ce festival, 18,2 % affirment avoir été informés par l'Alliance française, 10,6 % par les Centres et Instituts culturels français, et 2,5 % par d'autres types de cours de français.



Les participants à *MFFF* sont donc majoritairement des cinéphiles qui, à la base, s'intéressent à la France, à sa langue, à sa culture et à son cinéma. Le peu d'assentiment rencontré par les autres propositions confirme le fait que la question linguistique, bien que fondamentale dans le rapport entretenu par les festivaliers avec la culture française, ne constitue pas une motivation pour participer à l'événement, et que par ailleurs, le fait de participer à un événement mondial n'est pas non plus moteur dans la décision de participer au festival : l'adhésion au principe de cette manifestation résulte donc davantage d'une démarche culturelle, liée à un enrichissement personnel.

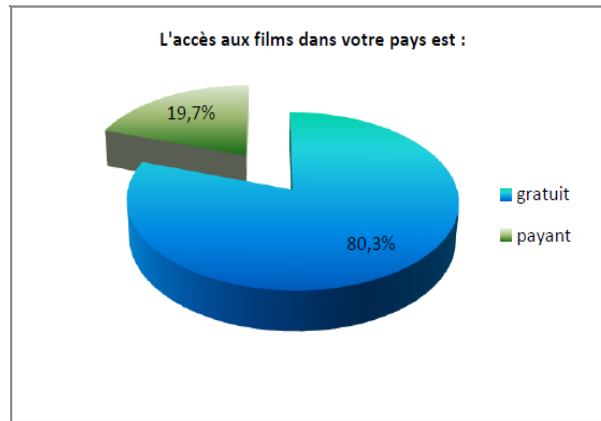
2.4. La démocratie culturelle en question

Comme nous avons eu l'occasion de le développer précédemment, les frais liés au développement en ligne du principe de festival de films sont beaucoup moins lourds que dans le contexte d'une version « matérialisée » de l'événement, ce qui permet le développement de politiques audacieuses en termes de démocratie culturelle. Le cas de *MFFF* est intéressant dans cette optique dans la mesure où, selon les régions du monde, le festival ne propose pas le même type d'accès aux

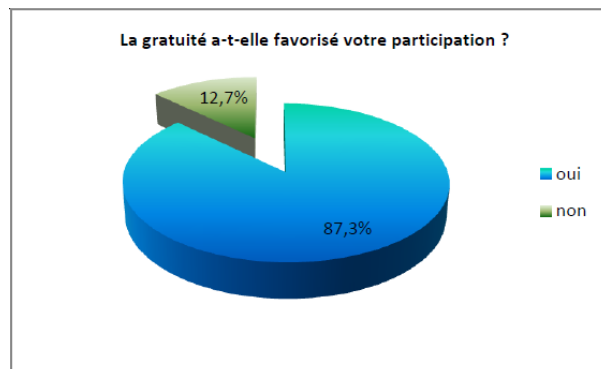
films : dans certaines zones géographiques (l'Amérique latine, la Chine, la Pologne, la Russie et la Turquie), l'accès aux films est totalement gratuit pour les internautes, « grâce à la remontée aux ayants droits d'un forfait assuré par des partenaires privés » (*MFFF, Bilan 2012*, p. 3). Dans les autres régions, le téléchargement des films est payant, le tarif appliqué étant malgré tout très modique : hormis pour la France, où le prix est sensiblement plus élevé²², la rétribution requise pour accéder aux films est de 1,99 € pour un long métrage et de 0,99 € pour un court métrage (Site *MFFF*, 2013). Différentes formules sont en outre proposées pour alléger les coûts, à l'image de celles qui sont traditionnellement offertes en festival : un « Pack longs métrages » pour 11,99 €, un « Pack court métrage » pour 0,99 €, et un « Pack Full Access » pour 15,99 €.

Parmi les participants à l'enquête susmentionnée, l'accès aux films est gratuit pour 80,3 % d'entre eux, seuls 19,7 % d'entre eux se situant dans le contexte d'un accès payant aux films du festival. Précisons que le bilan 2013 de *MFFF* fait état de 38.000 visionnages payants sur l'ensemble des 750.000 visionnages totalisés au cours de l'édition, soit 5,1 % de l'ensemble. Les participants à cette enquête représentent donc plus largement les zones payantes que le corpus réel du public de la manifestation.

²² 3,99 € pour un long métrage à l'unité ; 0,99 € pour un court métrage à l'unité ; 27,99 € le pack longs métrages ; 5,99 € le pack courts métrages ; 29,99 € le pack full access.

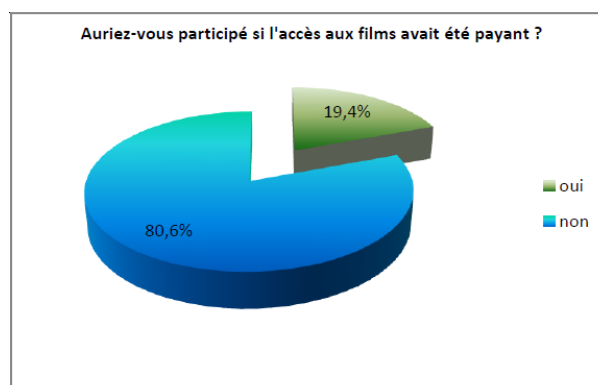


Ce qui est très intéressant au regard de cette question financière, c'est que lorsque l'on interroge les internautes qui bénéficient d'un accès gratuit, 87,3 % d'entre eux affirment que cette caractéristique a joué un rôle décisif dans leur choix de participer à la manifestation.



Pourcentages calculés sur la base des 2040 participants pour lesquels l'accès aux films est gratuit

Cette affirmation est renforcée par le fait que 80,6 % d'entre eux affirment qu'ils n'auraient pas participé à la manifestation si elle avait été payante.



Pourcentages calculés sur la base des 2040 participants pour lesquels l'accès aux films est gratuit

La question financière semble donc primordiale au regard de l'indéniable succès rencontré par la manifestation, et pose clairement les jalons d'une attractivité manifeste pour ce principe de festivals en ligne en pleine expansion dont les coûts de mise en œuvre réduits permettent, dans un contexte de pénurie des deniers publics, de développer des projets culturels moins dépendant de subventions devenues très aléatoires. Rappelons cependant que le principe de gratuité est déjà très présent dans la politique développée par nombre de festivals « classiques »²³, mais que ceux-ci ne peuvent survivre que grâce à des soutiens massifs des diverses collectivités territoriales dont ils dépendent.

L'existence de zones payantes, justifiée par l'absence d'accords avec des partenaires privés qui permettent, malgré la pratique de gratuité, de rétribuer les ayant-droits, pose bien entendu la question de l'inégalité des différents festivaliers face à la manifestation, mais on peut imaginer que le succès croissant de la manifestation permettra, à termes, la

²³ A titre d'exemple, en 2006, on pouvait estimer que 33,1 % des festivals de cinéma et audiovisuel français pratiquaient la gratuité (Taillibert, 2009, p. 160)

généralisation du principe de gratuité – le cas de la France restant juridiquement plus complexe.

2.5. Usages et comportements de consommation

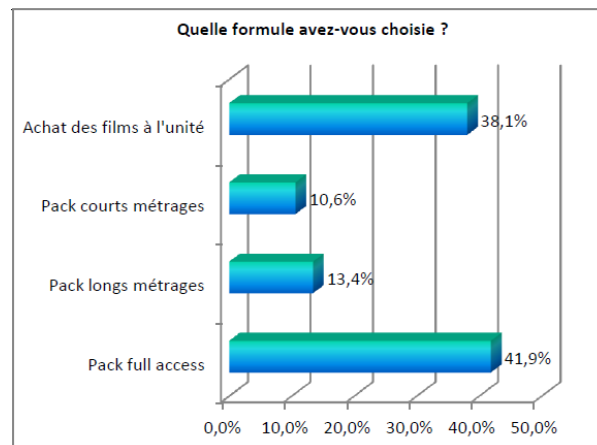
Au-delà du ressenti des internautes au regard de la question financière, deux types de données distinctes nous permettent d'appréhender le comportement de consommation des internautes par rapport aux films programmés.

2.5.1. Les types d'achats

Les premières de ces données ont trait aux différents types d'achat effectués dans le cadre de cette manifestation, et ne concernent bien entendu que les spectateurs qui se situent dans des zones géographiques où l'accès aux films est payant. 41,9 % d'entre eux ont acheté un pack « Full Access », permettant un accès à l'ensemble des œuvres programmées. Les femmes semblent davantage privilégier cette formule, puisqu'elles sont 46,1 % à avoir opté pour cette formule, contre 34,9 % des hommes. Les festivaliers ici concernés ont donc une démarche globale face à la manifestation, dont ils entendent exploiter toutes les offres artistiques.

38,1 % d'entre eux préfèrent en revanche opter pour un achat des films à l'unité, ce qui suppose une démarche totalement différente face à la programmation, puisqu'ils préfèrent opérer, film après film, une sélection à partir des présentations offertes en ligne. A l'inverse, cette démarche est plus masculine, puisqu'elle touche 45,0 % des hommes contre 33,9 % des femmes. Cette modalité d'approche du festival s'apparente davantage au type de consommation que l'on peut développer sur une plateforme de téléchargement classique.

Les packs longs métrages et courts métrages semblent globalement moins appréciés, puisque ces formules sont retenues par 13,4 % des internautes pour la première et 10,6 % des internautes pour la seconde. Le rapport entretenu à la manifestation semble donc bien s'articuler autour de deux types de comportements : une approche globalisante par laquelle l'internaute revêt véritablement la veste de « festivalier », potentiellement attiré par tous les films qu'on lui propose – quand bien même il ne les visionnera pas tous -, et une approche « à la carte », basée sur un travail de sélection lié à des critères très personnels.



NB : pourcentages calculés sur la base des 499 participants pour lesquels l'accès aux films est payant. La somme des pourcentages est supérieure à 100 car certains utilisateurs choisissent de cumuler deux types d'achats (ex : le pack courts métrages et l'achat de longs métrages à l'unité)

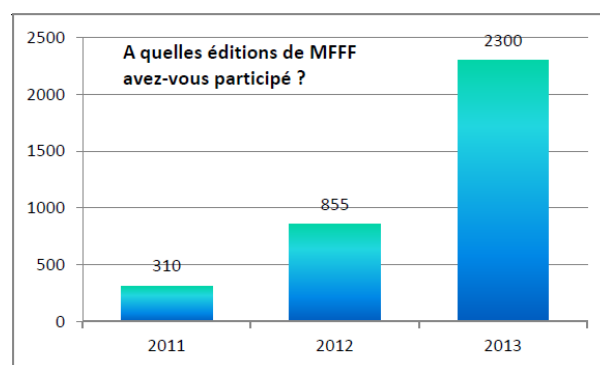
2.5.2. Le nombre de films visionnés

Les autres données qui peuvent fournir des indices quant à l'usage qui est fait du festival par les internautes, c'est le nombre de films qui a été visionné par chacun d'eux au cours de la dernière édition. En effet, pour des questions méthodologiques, cette interrogation a porté uniquement sur

l'édition 2013 de *MFFF* : seules les réponses des internautes qui ont participé à cette dernière édition (ce qui correspond à 2300 questionnaires très exactement) seront donc prises en considération²⁴.

Les résultats seront proposés en fonction des différentes catégories de films proposés au téléchargement : les longs métrages en compétition ; les courts métrages en compétition et enfin les films hors compétition.

En moyenne, les participants à l'édition 2013 de *MFFF* ont visionné 4,0 films de long métrage en compétition, sur les 10 proposés.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Différents types d'usages peuvent être définis sur la base de ces résultats :

- Certains internautes semblent peu attachés à la vision des longs métrages en compétition : ils sont 16,7 % à n'avoir visionné aucun ou un seul film ;
- une majorité d'utilisateurs (58,9 %) a visionné entre 2 et 5 longs métrages en compétition : ce sont donc des festivaliers qui effectuent des

²⁴ Sur l'ensemble du corpus d'étude, seuls 12,2 % des participants à l'enquête ont participé à l'édition 2011 de *MFFF*. Ils sont 33,7 % à l'avoir fait en 2012, et 90,6 % (donc 2300) à l'avoir fait en 2013.

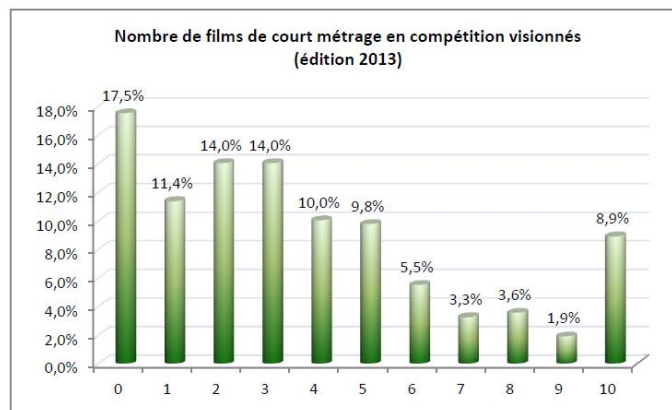
choix au sein de la programmation, en fonction des informations fournies sur le site, et qui fixent leur intérêt sur un nombre réduit de films ;

- 18,3 % des utilisateurs ont visionné entre 6 et 9 longs métrages en compétition : ce sont donc des festivaliers assidus, mais qui écartent un ou plusieurs films qui ne leur semblent pas à leur goût ;

- enfin, 6,1 % des internautes ont visionné l'ensemble des longs métrages en compétition : il s'agit d'une minorité, mais qui s'intéresse à tous les films qui peuvent lui être proposés, les visionnant sans opérer de sélection préalable.

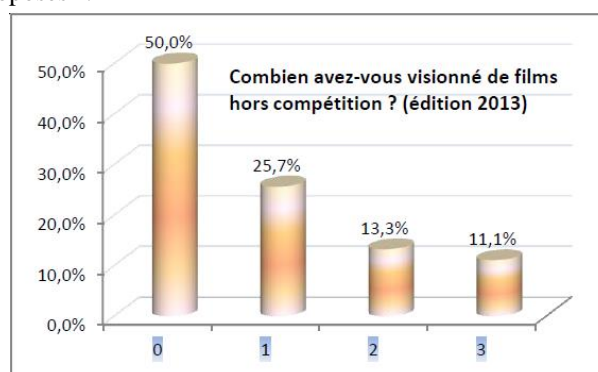
On retrouve des résultats assez similaires à propos des 10 courts métrages en compétition proposés : en moyenne, les participants à l'édition 2013 de *MFFF* ont visionné 3,7 de ces films, mais avec les mêmes typologies de comportement observés précédemment :

- 17,5 % des internautes n'en ont visionné aucun, certains probablement car non intéressés par la forme courte ;
- 59,3 % d'entre eux ont visionné entre 1 et 5 courts métrages ;
- 14,3 % ont visionné entre 6 et 9 courts métrages ;
- et enfin 8,9 % ont visionné l'ensemble des films proposés.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Pour ce qui concerne enfin les films hors compétition, 0,8 film a été visionné en moyenne par les participants à l'édition 2013, sur les trois qui étaient proposés²⁵.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

La moitié des internautes n'a regardé aucun de ces trois films, davantage intéressés, donc, par la compétition, un quart (25,7 %) en a visionné un seul, et le dernier quart (24,4 %) en a visionné deux ou trois.

Si l'on essaye de proposer une synthèse relative au comportement des participants à *MFFF*, on peut isoler différentes constatations :

- une minorité d'internautes (1,8 %) a visionné absolument tous les films proposés. Ces internautes constituent sont les équivalents « en ligne » des festivaliers chevronnés qui, dans les manifestations « classiques » ne quittent pas les salles obscures pendant toute la durée du festival. La version en ligne permet toutefois dans cette optique une exhaustivité en termes de visionnement que l'éclatement des

²⁵ Il s'agissait d'un film de patrimoine (*Les Tontons flingueurs*, Georges Lautner, 1963), et de deux films contemporains québécois, proposés en partenariat avec Téléfilm Canada.

programmations en plusieurs salles ne permet pas forcément dans un festival « matérialisé » ;

- une autre minorité d'internautes (2,3 %) n'a visionné aucun film proposé, et affirme toutefois avoir participé à l'édition 2013 de la manifestation... Ce phénomène est minoritaire, mais est toutefois intéressant dans la mesure où il suggère que les individus concernés trouvent de l'intérêt à la manifestation autrement que par le visionnement des films (consultation des interviews en ligne, lecture du forum, etc.) ;

- si l'on quitte à présent les extrêmes pour se pencher sur le comportement moyen des participants à *MFFF*, on est plutôt en présence d'internautes qui visionnent moins de la moitié des courts et longs métrages proposés à la compétition, et éventuellement un film hors compétition : ils tendent donc davantage à piocher au sein des films, au gré de leurs envies nées des informations glanées en ligne relatives aux films disponibles.

2.5.3. L'intérêt porté à la compétition

Comme pour la très grande majorité des festivals en ligne en exercice, *MFFF* est une manifestation compétitive²⁶. Les internautes qui participent à *MFFF* et qui, comme on l'a vu, visionnent un nombre variable de films proposés à la programmation, s'intéressent-ils à cet aspect de l'événement ? Sur les 2300 participants à l'édition 2013, seuls 22,9 % d'entre eux ont consulté le palmarès à l'issue de la manifestation. Cela révèle un intérêt moindre porté à l'issue de la compétition, et témoigne

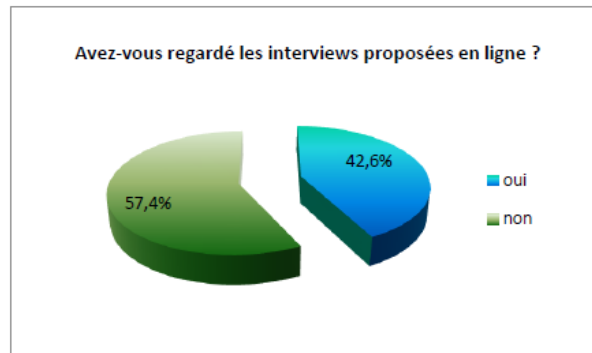
²⁶ Trois prix différents sont attribués à cette occasion : un Prix des cinéastes étrangers (attribué par 4 cinéastes de différentes nationalités), un Prix de la presse internationale (attribué par 10 journalistes de différentes nationalités), et un Prix des réseaux sociaux (attribué par 100 personnes influentes sur les réseaux sociaux).

sans aucun doute d'une relation différente à l'événement induite par la forme en ligne, car dans les festivals « classiques », la révélation du palmarès est souvent un moment fort de la manifestation, attendu par une majorité de festivaliers.

2.6. Les usages des prolongements offerts en ligne

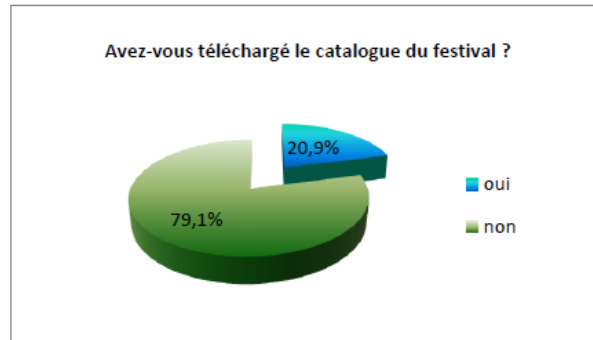
Nous avons évoqué précédemment le travail accompli par un certain nombre de festivals en ligne, qui cherchent à se conformer à l'esprit cinéphilique propre au concept de « festival » en offrant, en ligne, des prolongements grâce auxquels les internautes pourront alimenter leur réflexion à propos des films qu'ils visionnent, mieux comprendre le projet des auteurs qui en sont à l'origine, et donc globalement élargir leurs connaissances du cinéma français. *MFFF* propose ainsi plusieurs types de documents, écrits et audiovisuels : un catalogue de la manifestation, à télécharger, des dossiers pédagogiques, eux aussi disponibles au téléchargement, et qui s'adresse plus spécifiquement aux enseignants qui souhaitent utiliser ces films dans le cadre de leur approche pédagogique (même si bien entendu n'importe quel internaute peut y avoir accès), et enfin des interviews exclusives des réalisateurs et acteurs des films programmés, visibles en streaming.

Ces interviews ont été visionnées par 42,6% des internautes. Les femmes semblent légèrement plus intéressées par ces documents (44,7 % des femmes les ont regardés contre 39,3 % des hommes).



Ces chiffres, élevés, même si cette démarche ne concerne pas la majorité des internautes, confirment l'approche globalement cinéphilique de nombre des participants à *MFFF* – il faut en effet préciser le fait que dans un festival classique, tous les spectateurs ne restent pas pour les rencontres et débats qui peuvent être organisés à l'issue des projections, dans le même type de proportion. Quoi qu'il en soit, ces données sont importantes car elles montrent que dans ce type de manifestations aussi, un nombre conséquent de participants adopte une démarche de découverte active, est désireux d'approfondir ses connaissances sur le cinéma, et ne considère pas cette opportunité comme une simple plateforme de téléchargement, potentiellement gratuite. La fonction éducative inhérente à l'histoire des festivals semble donc trouver des prolongements dans leur déclinaison en ligne.

La proportion d'internautes ayant téléchargé le catalogue est plus faible, tout en restant tout à fait significative, puisqu'elle s'établit à 20,9 %.



Ce catalogue constitue en effet un « plus », mais n'est pas indispensable au suivi du festival puisqu'il ne sert pas de « programme », comme cela peut être le cas dans un festival classique, et que les films sont présentés par ailleurs, directement en ligne. Le téléchargement du catalogue est donc probablement davantage le fait d'internautes qui souhaitent conserver une trace de l'événement ou qui y trouvent un intérêt professionnel.

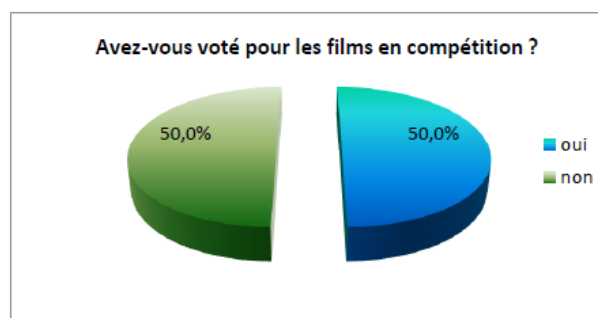
2.7. Un festival participatif ?

Autre point intéressant à interroger à propos de la relation entretenue par les participants à *MFFF* avec la notion de festival en ligne, c'est la façon dont ils se positionnent par rapport à la dimension communautaire généralement associée au concept de festival, et qui est ici bien évidemment mise à mal par la transposition en ligne de l'événement. Plusieurs éléments peuvent être pris en compte pour tenter de cerner les enjeux soulevés par cette nouvelle forme d'événementiel.

2.7.1. Le prix du public

Un des moyens mis en œuvre par les organisateurs de *MFFF* pour investir leur public dans la manifestation, pour dépasser le statut de

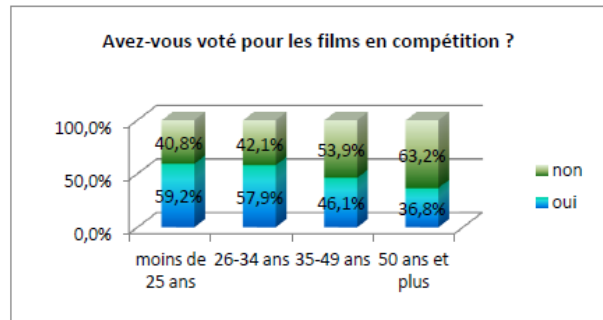
simple consommateur de films en ligne, c'est l'attribution d'un Prix du Public, sur la base des notes que les internautes auront attribué en ligne à chacun des films visionnés. Seule la moitié des internautes qui ont participé à l'édition 2013 de *MFFF* a voté pour les films en compétition visionnés.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Il est intéressant de noter que les internautes qui sont situés dans des zones géographiques où l'accès au film est gratuit ont davantage participé à ce vote du public (52,2%) que ceux qui résident dans des zones où l'accès est payant (40%) : ainsi, la gratuité semble favoriser l'implication de l'internaute dans la manifestation, se sentant moins client que festivalier, ce qui est bien sûr intéressant en termes de démocratie participative.

Le vote en vue de l'attribution du prix du public est une pratique qui semble globalement plus appréciée par les jeunes, puisque le pourcentage d'internautes déclarant avoir participé à l'attribution de ce prix passe de 59,2 % pour les moins de 25 ans, à 57,9 % pour la tranche 26-34 ans, à 46,1 % pour la tranche 35-49 ans, et enfin 36,8 % pour les 50 ans et plus.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Il semble donc y avoir une réelle corrélation entre l'âge des internautes et l'intérêt porté au fait d'émettre soi même un jugement sur les films visionnés, ce qui peut être relié à la pratique accrue qu'ont les jeunes générations du principe de recommandation sociale, en particulier sur les réseaux sociaux. La participation à cette notation a deux types d'impact : l'attribution du Prix du Public – souvent très convoité par les metteurs en scène - bien entendu, mais aussi, au fur et à mesure du déroulement du festival, une incitation en direction des autres internautes à voir un film plutôt qu'un autre, en fonction des notes qui auront d'ores-et-déjà été attribuées – ces notes étant visibles et actualisées en temps réel. Ainsi, dans cette manifestation comme pour de nombreuses autres applications nées du Web 2.0, l'avis des internautes peut avoir un impact décisif sur les choix de visionnement des autres participants.

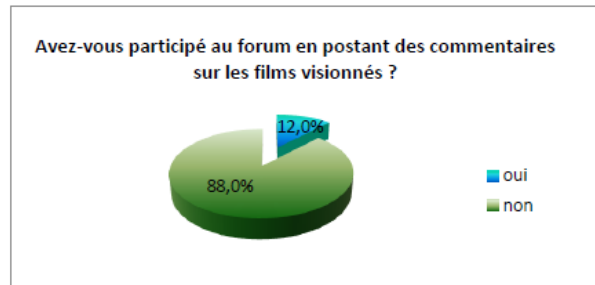
D'un autre point de vue, il est intéressant de constater que les festivaliers qui ont voté pour le prix du public sont une minorité à avoir consulté le palmarès puisque seuls 25,0 % d'entre eux ont fait la démarche d'aller voir sur le site le résultat de ce vote (résultat à peine supérieur à l'ensemble du corpus, qui s'élève à 22,9 %). Il semblerait

donc que, conformément à ce que nous disions précédemment, ce soit bien les enjeux de ce principe de recommandation qui prime sur l'attribution du Prix du public dans cette démarche consistant à noter les films visionnés, plus que dans le fait de récompenser véritablement un film et ses auteurs.

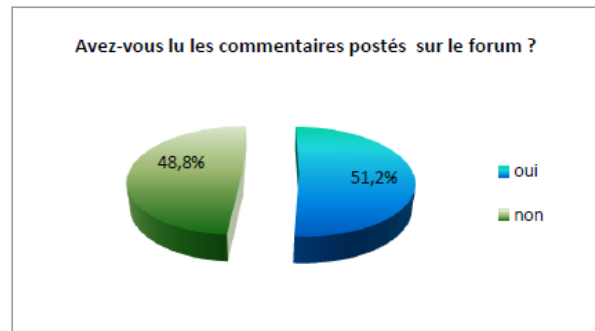
2.7.2. Le forum

Au-delà du Prix du public, les internautes disposent d'un outil supplémentaire pour communiquer aux autres participants leurs impressions à propos des films visionnés : un forum est en effet ouvert pour chaque film, permettant à chacun de s'exprimer librement à propos de ses expériences en tant que cyber-festivalier. Cet outil est très spécifique à l'usage du Web, puisque contrairement au Prix du public, il n'a pas d'équivalent dans les festivals classiques – à moins que l'on considère qu'il offre une contrepartie aux discussions informelles qui peuvent se tenir dans les halls et buvettes desdits festivals, à la différence tout de même que les commentaires s'adressent à toute la communauté festivalière dans la pratique du forum, alors qu'ils ne concernent qu'un nombre restreint et choisi d'interlocuteurs lorsqu'il s'agit d'une relation verbale.

Dans le cas de *MFFF*, seule une minorité d'internautes, 12,0 % très exactement, a participé au forum en postant des commentaires sur les films visionnés. Ni le sexe, ni l'âge des internautes ne modifient sensiblement ces résultats.



Par contre, les internautes qui lisent les commentaires postés sur le forum représentent un peu plus de la moitié du corpus (51,2 %).



De nombreux festivaliers s'intéressent donc aux avis de la minorité de participants que nous identifions précédemment, sans ressentir pour autant le besoin de s'exprimer eux aussi : seuls 20,1 % de ceux qui s'intéressent à ces commentaires du public postent à leur tour un avis sur le forum. Ainsi, le principe de recommandation que nous évoquions précédemment à propos du Prix du public semble fonctionner aussi au niveau du forum, auquel s'intéresse plus de la moitié des internautes. Si la consultation de ce forum peut permettre de se faire une idée de la façon dont ont été reçus les films, afin de sélectionner les films à visionner en priorité, elle peut aussi être utilisée pour confronter l'opinion des autres à

la sienne une fois le film visionné, dans une sorte de « débat virtuel » d'après-projection.

2.7.3. Une communauté festivalière ?

Au regard de ces différents outils mis en place par le festival, peut-on considérer que les participants à *MFFF* constituent véritablement une communauté, comme on peut le dire pour les participants d'un festival classique – ou en tous cas les plus assidus - qui se côtoient, échangent et confrontent leurs impressions, apprennent à se connaître, et éventuellement tissent des liens d'amitié sur la base de cette expérience commune ?

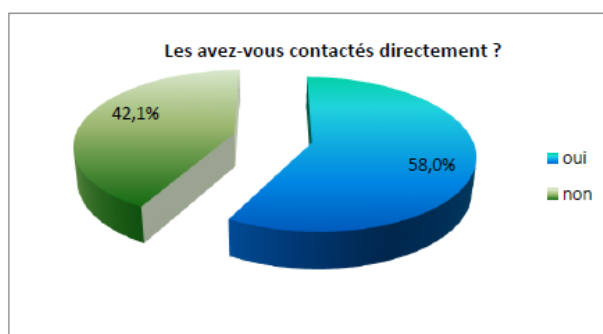
Pour alimenter cette réflexion, plusieurs résultats peuvent être pris en considération. En premier lieu, 6,9 % des internautes déclarent avoir tissé des liens avec les autres participants au festival, dans le cadre de cette manifestation.



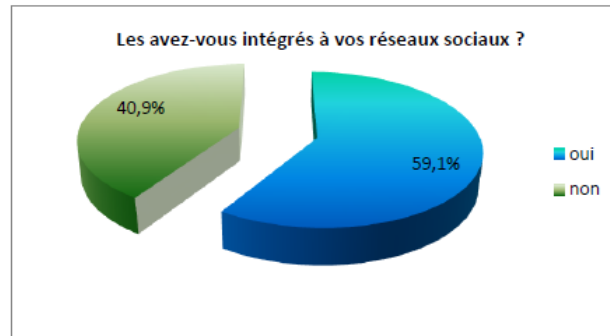
Si ce pourcentage est bien évidemment réduit par rapport à l'ensemble du corpus, il révèle toutefois un phénomène intéressant selon lequel ce type d'événements pourrait engendrer la création de communautés virtuelles réunies autour de leur intérêt pour le cinéma français d'une façon large, et plus précisément autour des modalités de diffusion du

cinéma français proposées par Unifrance dans le cadre de *MFFF*. La faiblesse de ce pourcentage doit aussi être confrontée à la réalité des interactions que peuvent occasionner les festivals « classiques » qui, là encore, ne concernent qu'une minorité de festivaliers.

Par ailleurs, 58,0 % des internautes qui ont créé des liens avec d'autres participants au festival déclarent avoir contacté directement – donc en dehors du strict cadre du forum – les personnes avec qui ils ont tissé des liens. Parallèlement, ils sont 59,1 % à les avoir intégrés à leurs réseaux sociaux. Ceci est intéressant dans la mesure où ce phénomène amorcé par une minorité – active – d'internautes peut permettre de faire vivre toute l'année, par le biais des réseaux sociaux, cette communauté virtuelle constituée le temps d'un événementiel autour du cinéma français.

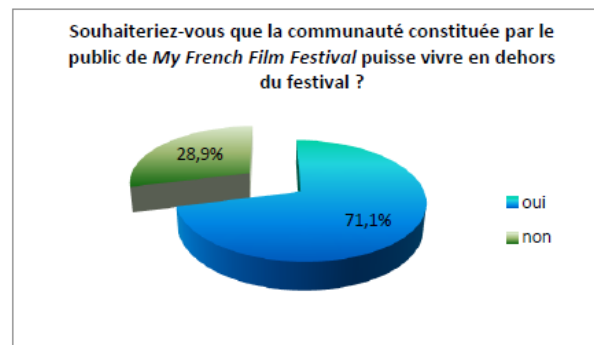


Pourcentages établis sur la base des réponses des 176 internautes concernés par la création de liens par le biais du festival



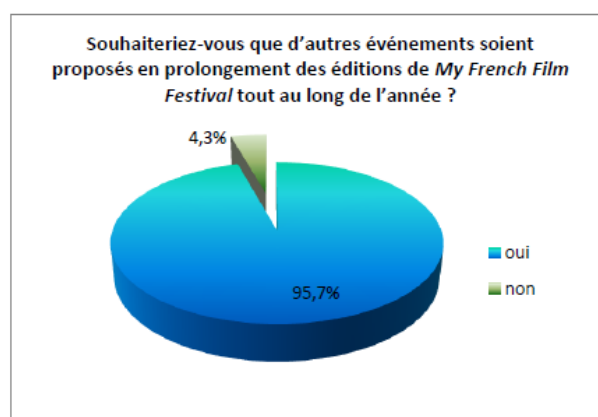
Pourcentages établis sur la base des réponses des 176 internautes concernés par la création de liens par le biais du festival

Confirmant cette possible tendance, les internautes qui ont répondu à cette enquête sont très nombreux à souhaiter que la communauté virtuelle, constituée par le public de *MFFF*, puisse continuer à vivre tout au long de l'année, donc en dehors du strict cadre du festival.



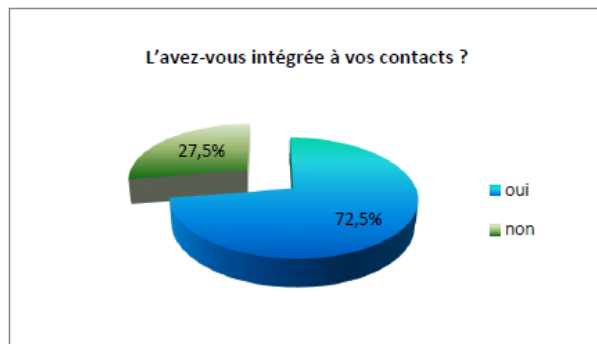
Ce phénomène est intéressant dans la mesure où il est révélateur du positionnement des usagers de ce festival en ligne : ce qui apparaît dans un premier temps comme une plateforme de téléchargement parmi d'autres n'est finalement pas perçu comme tel par ses utilisateurs, qui se positionnent véritablement comme des festivaliers à son égard. Leur démarche est investie d'une dimension collective – contrairement à l'acte

de consommation individuelle que peut représenter le visionnement d'un film sur DVD, ou sur une plateforme de téléchargement classique. Ici en l'occurrence, émerge un sentiment d'appartenance à une communauté internationale amoureuse du cinéma français et désireuse de vivre et de faire vivre cette passion tout au long de l'année. Confirmant cette tendance, 95,7 % des internautes affirment qu'ils souhaiteraient que d'autres événements soient proposés en prolongement des éditions de *MFFF* tout au long de l'année.



Les organisateurs de *MFFF* sont visiblement conscients de cette attente puisqu'ils ont commencé, en 2013, à mettre en place des outils susceptibles de servir de lien entre les membres de cette communauté virtuelle en formation. Ainsi, le 14 janvier 2013 – donc trois jours seulement avant l'ouverture de la troisième édition, fut créée une page Facebook du festival. Bien que cet outil soit très jeune, 44,2 % des participants à l'enquête déclaraient à l'issue de la manifestation avoir visité cette page. Par ailleurs, 72,5 % des internautes qui ont visité cette page l'ont ensuite intégrée à leurs propres contacts. Ces chiffres, très imposants si l'on veut bien considérer l'absence d'antériorité de cette

expérience, témoignent du rôle que peuvent jouer les réseaux sociaux dans la formation et l'animation de cette communauté de spectateurs.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 1122 internautes ayant visité la page Facebook de MFFF

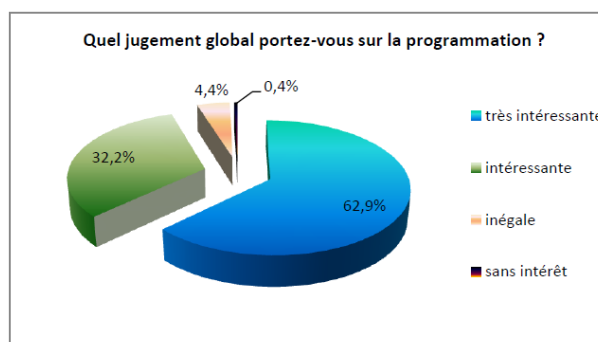
2.8. Le concept de festival en ligne en question

Pour conclure cette étude consacrée au public de *MFFF*, que peut-on dire de la façon dont est envisagé ce concept nouveau de festival en ligne par ses utilisateurs ?

2.8.1. Retours en termes de satisfaction

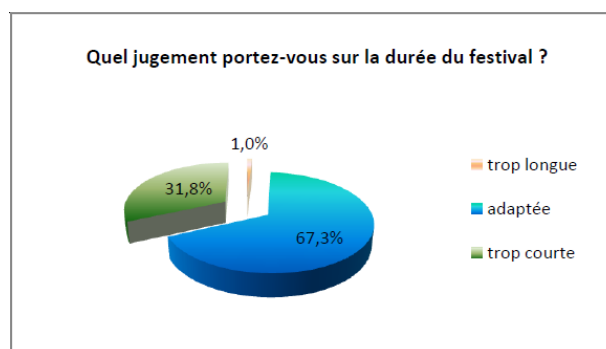
Le premier élément pouvant alimenter cette réflexion concerne le ressenti des cyber-festivaliers à propos de la manifestation : en sont-ils

satisfaits ? Y trouvent-ils une réponse à leurs envies, leurs besoins ? Globalement, le jugement global porté sur la programmation est très positif, puisque 62,9 % des participants à l'édition 2013 la jugent très intéressante, tandis que 32,2 % la jugent intéressante – soit un total de 95,1 % de satisfecit.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

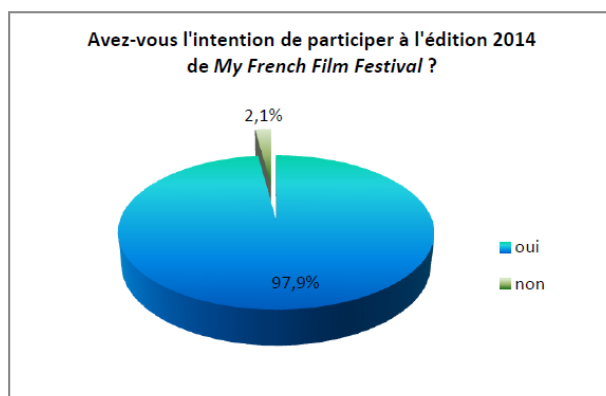
Au-delà de la programmation, les jugements portés sur la durée choisie pour la manifestation (un mois) sont aussi globalement positifs, puisque 67,3 % des internautes la jugent adaptée. Ceux qui ont un avis contraire estiment majoritairement que la durée de *MFFF* est trop courte (31,8 %), seul 1,0 % des internautes jugeant la manifestation trop longue.



Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Ces chiffres confirment l'existence d'une temporalité différente des festivals en ligne, comparativement aux festivals « matérialisés » : ceux-ci sont appelés à s'étaler davantage dans le temps, au risque d'atténuer l'aspect événementiel inhérent à la formule « festival », mais dans l'acceptation d'un usage de la manifestation plus libre, en dilettante, de la part d'internautes qui ne sont pas appelés à modifier leurs habitudes pour « fréquenter » ce festival, mais au contraire en adapter l'usage en fonction de leurs propres contraintes.

Ces retours très positifs de la part des festivaliers sont confirmés par le fait que 97,9 % d'entre eux affirment avoir l'intention de participer à l'édition 2014 de la manifestation.



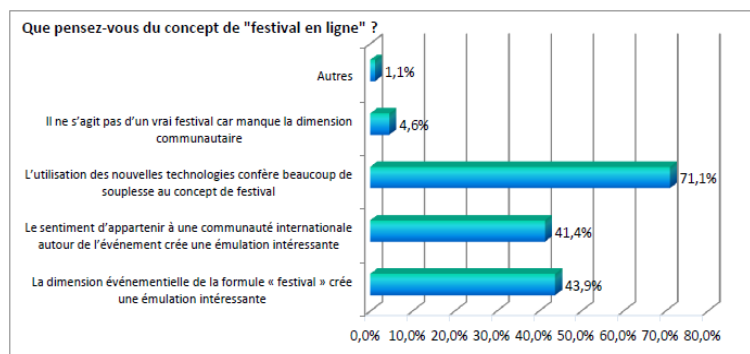
Pourcentages calculés sur la base des réponses des 2300 internautes ayant participé à l'édition 2013

Ces résultats sont très intéressants car, au-delà de la programmation en elle-même, c'est le dispositif proposé qui est plébiscité par les utilisateurs : si l'avenir de ce festival se présente

donc sous un jour radieux, il en va de même pour le principe même de déclinaison en ligne de la formule festivalière, qui enthousiasme visiblement les internautes du monde entier.

2.8.2. Les avantages d'un festival en ligne

Quelles sont donc les raisons de cet attachement rapide à cette nouvelle formule festivalière ? Lorsque l'on interroge les internautes à propos de la relation qu'ils entretiennent avec le concept de « festival en ligne », la question de la souplesse que permet le recours aux nouvelles technologies est l'idée principale qu'ils souhaitent mettre en avant, 71,1 % d'entre eux approuvant cette assertion.



Ce résultat est très intéressant, car il met tout particulièrement en exergue le fait que l'outil internet, mis au service de la diffusion de la culture cinématographique, est considéré par les participants à *MFFF* comme susceptible de renouveler le concept même de festival, en permettant aux spectateurs de bénéficier de beaucoup plus de liberté dans le rapport aux films : visionnement à toute heure, de n'importe quel endroit, possibilité de fractionner le visionnement, etc., autant d'éléments qui permettent une adéquation entre les impératifs d'une vie

professionnelle et familiale souvent chargée, et la fréquentation d'une manifestation culturelle.

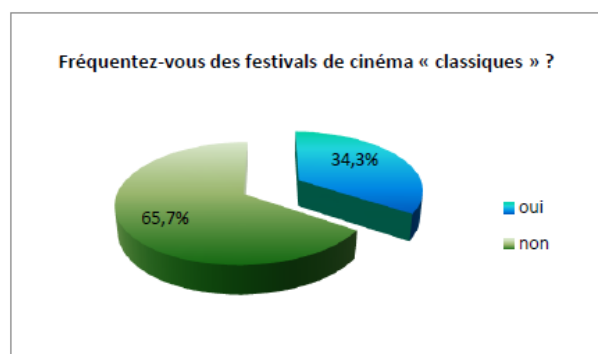
Mais la simple disponibilité, simplifiée, de ressources culturelles en ligne n'est pas le seul élément qui entre en ligne de compte puisque 43,9 % des internautes précisent que la dimension événementielle – intimement liée au concept même de « festival » - joue un rôle important d'émulation dans leur démarche. Ceci est fondamental à une époque où se multiplient les ressources culturelles et artistiques en ligne, qui tendent à mettre à la disposition du grand public un nombre de produits croissant dans tous les domaines : ce résultat pointe ainsi l'importance de guider le public dans ses démarches culturelles, de jouer un rôle de médiation pour l'inciter à aller à la rencontre de tel ou tel objet culturel plutôt qu'à la rencontre de tel autre. En cela, *MFFF* propose donc le modèle d'un nouveau type de médiateur culturel, susceptible de donner du sens à la manne inépuisable mais nébuleuse que constitue Internet.

Nous avons insisté précédemment sur le potentiel que représentait cette manifestation d'un point de vue communautaire, sachant qu'un autre des caractères distinctifs des « festivals » réside dans leur capacité à réunir des publics autour d'un intérêt commun, et de favoriser ainsi l'émergence de communautés sur la base desquelles peut se construire du lien social. Les internautes se montrent aussi attachés à cette dimension, qu'ils retrouvent dans la version « en ligne » de ces événements, puisqu'ils sont 41,4 % à affirmer qu'ils trouvent une émulation dans le fait que ce festival leur confère le sentiment d'appartenir à une communauté internationale. A l'opposé, seuls 4,6 % des internautes affirment qu'un festival en ligne n'est pas véritablement un festival, justement parce que manque cette dimension communautaire.

L'ensemble de ces résultats semblent donc témoigner d'une adhésion globale au concept de « festival en ligne » de la part de ceux qui en ont fait l'expérience, ceux-ci retrouvant dans ce nouveau type de manifestation les caractéristiques des festivals « classiques » (l'événementiel, la dimension communautaire), auxquels s'ajoute la souplesse liée la forme en ligne à ce dispositif de médiation culturelle, souplesse entrevue comme un atout majeur.

2.8.3. Festivals en ligne vs festivals classiques

Le dernier élément qui peut alimenter notre réflexion à ce propos concerne la relation que les participants à *MFFF* entretiennent avec les festivals de cinéma classique. Plus d'un tiers (34,3 %) des participants à *MFFF* fréquentent aussi des festivals de cinéma dits « classiques ».



Ce résultat est très intéressant car il montre bien que l'apparition de versions « en ligne » de festivals de cinéma répond à deux types de situations au regard de leurs utilisateurs :

- certains étaient déjà aguerris au monde festivalier, et envisagent donc la création de festivals en ligne comme une pratique cumulative, susceptible d'enrichir leurs expériences et leurs découvertes cinématographiques selon d'autres modalités ;

- d'autres, au contraire, ne fréquentaient pas de festivals « classiques », soit qu'il ne s'agissait pas d'une pratique culturelle à laquelle ils avaient été sensibilisés, soit que pour des raisons géographiques, ils ne pouvaient avoir accès à des festivals près de leur domicile. Ceux-là découvrent donc le concept de festival grâce à ces événements en ligne, qui apparaissent donc comme des outils au service de la démocratisation culturelle, susceptibles d'ouvrir de nouveaux publics à des cultures cinématographiques diverses.

Conclusion

« En modifiant en profondeur les habitudes culturelles, Internet déstabilise tout l'édifice social. Dématérialisation et mise en réseau ouvrent des perspectives dont on ne fait encore que commencer l'exploration » annonçait le n°109 de la revue *Manière de voir* en 2010. L'avènement de « festivals de films en ligne », concept aussi audacieux qu'antinomique, participe sans conteste de cette affirmation. Le succès rencontré par les expériences menées dans cette direction ne laisse aucun doute quant au développement exponentiel de cette formule à l'avenir.

La rencontre entre ces deux entités que constituent les festivals d'une part, et Internet d'autre part, répond presque inéluctablement à différentes évolutions concomitantes. Tout d'abord, la diversification des modalités de consommation des images animées, liée à la prolifération des tablettes, ipad, smartphones, etc. désacralise non seulement le grand écran, mais aussi celui de la télévision dans le domaine de la diffusion et de la réception de films. Par ailleurs, elle ébranle, comme l'écrit Olivier Donnat (2007), « la cohérence des activités culturelles qui étaient en général

étroitement associées à un support physique ou à un lieu – le domicile pour la télévision, les établissements culturels pour la fréquentation des œuvres, etc. ». Ce détachement « physique » de l'objet film des lieux auxquels il était traditionnellement associé a préparé le terrain à une « dématérialisation » du concept de festival, dont on conçoit plus aisément aujourd'hui qu'il ne soit pas physiquement associé à une ville, une salle, un lieu précis.

Par ailleurs, cette évolution arrive à un moment où les effets de la crise financière induisent une réduction, année après année, des ressources publiques dévolues à la culture - et en particulier à la culture portée par le monde festivalier -, mais aussi du mécénat privé. La transposition en ligne du concept de festival de films propose dans ce contexte un modèle d'événementiel aux coûts allégés – d'un point de vue matériel comme du point de vue des ressources humaines. L'intrusion dans le paysage virtuel de festivals en ligne est aussi une façon de repenser la question épineuse de l'économie de la culture sur Internet, d'inventer des modèles originaux d'exploitation des films en dehors des réseaux classiques, tout en restant dans la légalité et tout en assurant de remontées financières vers les ayant-droits. La culture de la gratuité (Serge Proulx, Anne Goldenberg, 2010) propre au développement d'Internet, et les politiques audacieuses traditionnellement développées par les festivals classiques dans le domaine financier ont favorisé un esprit de gratuité au sein des premiers festivals en ligne : ces choix, louables en termes de démocratie culturelle, ne risquent-ils pas cependant de déséquilibrer un modèle économique en formation sur Internet ? (voir les questionnements soulevés par Pierre Lescure, 2013).

Et du point de vue des usages, que penser de l'arrivée de ces nouvelles manifestations dans un paysage festivalier particulièrement vivant ? Pour

l'instant, en raison même de la rareté de ces manifestations, leur fréquentation se développe en complémentarité, et non en substitution, de pratiques culturelles préexistantes. Mais n'y a-t-il pas un risque à l'avenir, surtout de la part des jeunes générations, de voir les anciens modèles relégués au placard au profit de formules en ligne, plus souples d'usage, plus variées, moins contraignantes ? Bien sûr, la cause cinéphilique n'est pas pour autant perdante, et l'on peut espérer que les besoins de l'exception culturelle non plus, car cette ouverture démultipliée à des œuvres variées et choisies constitue un outil privilégié de mise en contact avec un public bien moins restreint que celui auquel peuvent prétendre s'adresser les festivals classiques. On peut cependant s'inquiéter du devenir festif et communautaire inhérent à l'esprit festivalier qui, s'il trouve un pendant en ligne dans la formation de communautés d'intérêt élargies, ne pourra jamais remplacer l'émulation et le bouillonnement d'une projection collective.

Références bibliographiques et corpus multimédia

Centre national de la cinématographie et de l'image animée (mai 2013), *Bilan 2012*, Les dossiers du CNC, n°326, Paris, 197 p.

Cholet, Mona ; Rivière, Philippe (*dir.*, février-mars 2010), *Internet, révolution culturelle*, Le Monde diplomatique, *Manière de Voir*, Paris, n°109, 98 p.

Donnat, Olivier (novembre 2007), « Pratiques culturelles et usages d'Internet », in *Culture/Etudes*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 12 p.

« *Haydenfilms* 4.0 online film festival awards ceremony being held during Aug. 2009 *Hollyshorts Film Festival* in Los Angeles », in *News Blaze* [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://pn.newsblaze.com/story/2009071611580200001.pnw/topstory.html>

Lescure, Pierre (mai 2013), *Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique*, Ministère de la culture et de la communication, 2 tomes, 478 p et 233 p.

Proulx, Serge ; Goldenberg, Anne (2010), « Internet et la culture de la gratuité », *Revue du Mauss*, no. 35, Paris, pp. 273-287.

Quillard, Marion (28 janvier 2013), « Le réel en vingt clics », revue XXI [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://www.revue21.fr/Le-reel-en-vingt-clics>

Régnier, Isabelle (17 janvier 2011), « Deux nouveaux festivals sur Internet », Blog du Monde.fr [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://cinema.blog.lemonde.fr/2011/01/17/deux-nouveaux-festivals-sur-internet/>

Taillibert, Christel (2009), *Tribulations festivalières – Les festivals de cinéma et audiovisuel en France*. Paris, Éditions L'Harmattan, collection Logiques sociales, série Etudes culturelles, 363 p

Vincendeau, Ginette (13 mai 2009), « Le rayonnement du cinéma français vu par un Français », in *lemensuel.net* [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://vupar.org/2009/12/19/le-cinema-francais-vu-par-les-britanniques/>

Wardell, Gabe, « Tricycle BuddhaFest Film Festival Goes Online », 7 juin 2011, [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://clatl.com/freshloaf/archives/2011/06/07/tricycle-buddhafest-film-festival-goes-online>

Warren, Christina, « How Tribeca Is Changing the Way We Think About Online Film Festivals », 21 mars 2011, [en ligne], Page consultée en mai 2013.

<http://mashable.com/2011/03/21/tribeca-online-film-festival-2011/>

Wolff, Alexandre (2010), *La langue française dans le monde*, Paris, Nathan, 384 p.

Dossiers de presse et bilans de festivals :

Atlántida Film Fest (2013), *Dossier de presse*, 50 p.

Pointdoc (2013), *Dossier de presse*, 33 p.

My French Film Festival (2013), *Bilan*, Unifrance, 2013, 20 p

Sites internet :

Site du Jamesonnotodofilmfest

<http://www.jamesonnotodofilmfest.com/>

Site du SikhNet Youth Online film festival

<http://www.sikhnet.com/filmfestival/>

Site du Yallah Film Festival

<http://www.yallahfilmfestival.com/>

Site du festival iber.film.america

http://www.filmotech.com/iberfilmamerica/IFA_Festival.aspx.

Site de l'Haydenfilmfestival

<http://www.haydenfilmsinstitute.org/film-festivals>

Site du BuddahFilmFest

<http://www.tricycle.com/blog/tricycle-buddhafest-online-film-festival-faq>

Site de My French Film Festival
www.myfrenchfilmfestival.com/fr/

Site d'Unifrance
<http://www.unifrance.org>

Présentation de l'auteur :

Nom : Taillibert

Prénom : Christel

Adresse postale : 115 allée du gerp 06390 Châteauneuf-Villevieille

Mail : taillibe@unice.fr

Tél. / Mobile : 06 62 44 80 77

Fonction : Enseignant-chercheur

Titre / Grade : Maître de conférences

Institution de recherche et d'enseignement / Université / Laboratoire :
Université Nice Sophia-Antipolis, Laboratoire LIRCES

Domaines de recherche : histoire, sociologie, économie du cinéma

Citations d'ouvrages ou d'articles récents (5 max.) :

Tribulations festivalières – Les festivals de cinéma et audiovisuel en France. Éditions L'Harmattan, collection Logiques sociales, série Etudes culturelles, Paris, 2009, 363 p.

« Nanni Moretti, ou la cinéphilie généreuse », in Christel Taillibert, Jean-Paul Aubert (dir.), *Du créateur au spectateur / La cinéphilie des cinéastes, Tome 2*, L'Harmattan, Les Cahiers de Champs visuels, n°8/9, 2013, pp. 9-32.

• « Le secteur associatif, le mal aimé de l'éducation à l'image en France ? », in Anna Bertolli, Andrea Mariani, Martina Panelli (dir.), *Il cinema si impara ? / Can we learn cinema ?*, Udine, Forum edizioni, 2013, pp. 103-113.

• « The Mixed Use of Still and Moving Images in Education during the Interwar Period », in Laurent Guido, Olivier Lugon (dir.), *Between Still and Moving Images*, John Libbey Publishing, Herts (Grande-Bretagne), 2012, pp. 125-134.

• « El papel de los festivales de cine en el desarrollo de las asociaciones de educación popular en Francia », in Marcelo Martínez Hermida, Carme Mayugo i Marjó, Ana Tamarit Rodríguez (dir.), *Comunidad y comunicación-Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*, Real Code, Editorial Fragua, Biblioteca de Ciencias de la Comunicación, Madrid, 2012, pp. 189-204.