

# Financer une niche par le *crowdfunding*, la création à l'épreuve de la participation

Fund a niche through crowdfunding, creation proof of participation

Quentin Mazel, doctorant ATER  
IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle  
[quentin.mazel@gmail.com](mailto:quentin.mazel@gmail.com)

Mots-clefs: économie du cinéma, financement participatif, participation, marginalité, travail artistique

Keywords: Economics of Cinema, crowdfunding, participation, marginality, artistic work

## Résumé,

Le texte porte sur les conséquences du *crowdfunding* sur l'organisation du travail artistique. En analysant la trajectoire et l'expérience des réalisateurs qui sollicitent ce dispositif de financement, nous verrons que ce dernier génère un ensemble d'effets pervers. Combinés, ils ont tendance à maintenir les créateurs les plus fragiles aux marges du secteur cinématographique. Le texte entend ainsi remettre en question l'idée selon laquelle le financement participatif peut être une « première marche » vers le circuit institutionnel.

## Abstract,

The text analyzes the consequences of crowdfunding on the organization of artistic work. By analyzing the trajectory and the experience of film directors who use this financing device, we will see that it generates a set of unexpected effects which when combined tend to keep the most fragile creators on the margins of the cinematographic sector. The text calls into question the argument that crowdfunding constitutes a successful "first step" towards the institutional circuit.

# **Financer une niche par le *crowdfunding*, la création à l'épreuve de la participation**

Quentin Mazel

Le secteur cinématographique français, qui combine un coût d'entrée élevé et une forte dépendance à son environnement, s'est doté depuis les années 1980 (après un long processus qui débute dans les années 50) d'un ensemble de mécanismes (juridiques, symboliques et économiques) permettant de soutenir une production « de qualité », aussi appelée « d'art et essai », hors des contraintes classiques du marché (Alexandre, 2015). À l'ombre des quelques succès commerciaux, ces mécanismes de redistribution favorisent le financement de premiers films associés à des motifs relativement stables : inclination pour le drame, inscription dans une veine réaliste, primat de la mise en scène sur l'histoire (Alexandre, 2015 ; Duval, 2016 ; Gimello-Mesplomb, 2012a).

Pour les réalisateurs qui œuvrent dans ce qu'ils désignent eux-mêmes comme un cinéma « de genre », univers cinématographique, imaginé comme l'antithèse du « cinéma d'auteur », peuplé de films associés à des genres jugés populaires facilement identifiables – le fantastique, la science-fiction, l'horreur (Gimello-Mesplomb, 2012b), l'organisation du secteur ne leur semble pas favorable. La faiblesse des entrées en salle (Forest, 2012 ; Gimello, 2012b) et l'usage d'une esthétique *à priori* loin des standards du cinéma « de qualité », semblent condamner ces productions devant les deux pôles de valorisation qui dialectisent le secteur : l'art et le marché (Alexandre, 2015 ; Darré, 2006 ; Duval, 2016). Les professionnels qui y travaillent rapportent régulièrement les difficultés qu'ils rencontrent pour accéder aux leviers de financement traditionnels, qu'ils concernent les opérateurs privés (chaines de télévision) ou les guichets publics (collectivités locales, CNC) (Gimello-Mesplomb, 2012b).

Envisagé comme une solution permettant de combler un déficit de moyens (Creton et Kitsopanidou, 2016 ; Moreau et Nicolas, 2018), le financement participatif (ou *crowdfunding*) semble une alternative toute trouvée pour ces œuvres, dont les propositions esthétiques les excluent du système classique. Si l'analyse du financement participatif a généré de nombreuses études (Alegre et Moleskisl, 2018) analysant entre autres les motivations de la foule et les facteurs susceptibles de la mobiliser, nous proposons dans cette étude de nous intéresser aux motivations des porteurs de projet à se saisir de cet outil et des conséquences de ce dispositif sur l'organisation du travail créateur. Dans ce contexte, nous nous demanderons

dans quelle mesure la crowdfunding permet l'émergence d'œuvres cinématographiques en marge des logiques du secteur.

## **Méthodologie**

D'un point de vue méthodologique, cette étude se propose de croiser des données quantitatives et qualitatives liées à la totalité des projets de *crowdfunding* français pour le financement d'un long-métrage (15) « de genre » entre 2010 et 2018 sur les plateformes Ulule, Kickstarter, Touscoprod et Indiegogo. La recension a été élaborée grâce à une exploration manuelle des catalogues des plateformes, d'un dépouillement de la presse (*Mad Movies*, *L'Écran Fantastique*) et des sites web spécialisés (horreur.com, cinemafantastique.net, sueursfroides.fr, devildead.com) ainsi que d'un travail de recoupement d'informations à travers des entretiens (13) menés avec les porteurs de projet du corpus.

Notre étude entend s'inscrire dans une réflexion sur les liens de proximités réels ou supposés entre le refus des conventions esthétiques, la marginalité sociale et la niche économique, afin de renseigner la condition d'exclu et sa proximité avec l'innovation (Merton, 1965). En analysant les projets de long-métrage, nous nous intéresserons dans un premier temps au profil des créateurs qui se saisissent de cet outil ainsi qu'aux raisons de ce choix. Nous étudierons dans un second temps, les répercussions du *crowdfunding* sur l'organisation du travail artistique.

## **Faire un film, le *crowdfunding* et ses promesses**

Le profil des réalisateurs qui recourent au financement participatif recouvre aussi bien de jeunes impétrants qui peinent à financer leur premier long-métrage que des créateurs plus installés qui éprouvent des difficultés à produire de nouveaux films. D'origine sociale et de formation relativement variées (à l'exception des écoles de cinéma bien en vue : Femis, Louis Lumière), cette population épouse en grande partie les caractéristiques des *outsiders* du cinéma décrits par Olivier Alexandre (2015). Il s'agit d'individus précaires, des hommes âgés de 25 à 45ans, qui éprouvent des difficultés à accéder aux ressources (économiques, sociales et symboliques), engagés dans une activité discontinue dont le niveau d'investissement est supérieur aux profits qu'elle génère. Économiquement irrationnelle, la vocation, la

pluriactivité (travail alimentaire ou « de commande »), la solidarité privée (familiale, amicale et matrimoniale) et instituée (l'allocation chômage, le RSA) servent de ressources au maintien des individus dans l'activité. Vécue subjectivement comme honteuse, la situation apparaît artistiquement justifiée. Pour ces individus, les sociabilités constituent une ressource rare et difficilement mobilisable (Alexandre, 2015). Sans manifester une hostilité de principe aux chaînes de télévision, aux groupes et aux opérateurs dominants du marché, ces créateurs s'en tiennent éloignés par habitude ou anticipation du rejet. La dénonciation systématique des habitudes et des aprioris des acteurs dominants, constitue l'une des revendications récurrentes de ces précaires du cinéma.

Les discours des individus sur eux-mêmes s'accompagnent généralement d'une rhétorique misérabiliste de « l'éternel perdant » (Faulkner, 1983), qui permet de tirer vertu des échecs en associant la sincérité des intentions, le désintéressement des ambitions au degré et à la durée de la marginalité au sein du secteur (Heinich, 2005). Un discours qui mêle l'autodérision et une mélancolie romantique emblématique de la figure de l'artiste maudit. Il permet de sortir habilement par le haut, d'une situation inconfortable d'inadéquation entre les aspirations déclarées et la place occupée au sein de l'espace social (Alexandre, 2018). Une rhétorique qui renvoie aux « voluptueux du ratage » décrits par Raymonde Moulin, aussi qualifiée par Pierre Bourdieu de système de défense contre le désenchantement, selon la formule « qui perd gagne ».

L'anticipation ou les expériences effectives de refus auprès des guichets de financement « classiques » constituent la justification principale à recourir au *crowdfunding*. Le sentiment d'être systématiquement incompris et rejetés par les décideurs institués conduit à envisager le financement participatif comme une solution de repli. Il est perçu comme un moyen de combler partiellement un budget et de contourner les aprioris d'un secteur jugé peu enclin à produire un cinéma dit « de genre ». Ce discours qui identifie le *crowdfunding* comme un mode de financement de « contournement » ou de « remplacement » fait écho à celui des plateformes et contribue à nourrir des espérances vis-à-vis du dispositif (Delaporte, 2016). Pourtant les appels de fonds ne suffisent jamais à remplacer l'apport financier d'autres investisseurs « classique », comme le partenariat avec une chaîne, le soutien du CNC ou d'une collectivité locale. Cet apport financier vient compléter un budget modeste constitué de fonds propres, de prêts bancaires ou privés (particuliers) et de soutiens des petites structures de

production et de distribution. Les budgets totaux sont compris entre 15 000 euros et 1 600 000 euros<sup>1</sup>. Si pour la plupart, ce type de structuration condamne les projets à une forme de marginalité, les créateurs entretiennent une croyance dans un possible succès économique et symbolique (Creton, 2016). Ainsi, le projet de long-métrage est systématiquement pensé comme devant s'inscrire tant bien que mal dans un circuit classique de distribution. L'exploitation en salle, même modeste, est perçue comme un passage obligé, elle correspond à une rétribution symbolique et participe d'une recherche de légitimité.

Outre les questions économiques, les promesses du numérique, son idéal collectif et participatif que l'expression "Web collaboratif" suppose (Bouquillion et Matthews, 2010), résonnent largement avec l'imaginaire cinéphilique de ces créateurs. Le numérique apparaît comme un espace des possibles qui réduirait le nombre d'intermédiaires et permettrait aux créateurs de s'adresser directement à leurs publics. L'espoir formulé de « rencontrer ceux pour qui on fait vraiment les films » (Extrait d'entretien), est à ce titre révélateur.

Si le financement participatif apparaît comme une solution pertinente, y avoir recours ne se fait pourtant pas sans ajustements. Il accompagne systématiquement une réévaluation par le bas du budget total du film et officialise des conditions précaires de création. Cette réévaluation a des conséquences organisationnelles et esthétiques importantes : le temps du tournage se fait moindre, la qualité et l'usage d'effets spéciaux et de décors extérieurs sont réduits, les collaborateurs (techniciens, acteurs) deviennent bénévoles (ou sont rétribués grâce à un intéressement sur l'exploitation du film), le genre ou le ton du film peuvent également se voir impactés (en s'orientant parfois vers le *found footage*, la comédie, la parodie, par exemple). Pourtant, le financement participatif est vécu comme un moyen de ne pas abandonner un projet, de le financer rapidement et à moindre négociation, c'est-à-dire sans en perdre la « substance ». Ce paradoxe traduit une hiérarchie implicite des caractéristiques du film sur lesquelles le réalisateur accepte ou non de « négocier ». Ces caractéristiques recouvrent généralement des critères subjectifs qui distingueraient un cinéma dit « de genre » et un cinéma dit « d'auteur ». Se superpose à cela un imaginaire artistique où chaque suggestion portée par un intermédiaire non-artistique est perçue comme une atteinte à l'intégrité du projet ou à une tentative de « formatage ». En cela, le *crowdfunding* ne semble

---

<sup>1</sup> Pour certains de ces projets, les plus petits en particulier, le montant annoncé est une estimation approximative faite par le réalisateur. La budgétisation ayant été souvent revue légèrement à la hausse au cours du projet.

pas remettre en question une chaîne décisionnelle artistique peu encline à la division ou à la collectivisation du travail.

## **Emporté par la foule, les conséquences organisationnelles sur le travail**

Sur les projets de longs-métrages recensés, 7 sur 15 (53,3% de réussite) ne parviennent pas à réunir la totalité des montants sollicités. Malgré cette proportion importante, qui correspond pourtant à l'ordre de grandeur du taux de succès (62%) des projets de long-métrage mis en ligne sur ces plateformes (Rochelandet et Cariou, 2018, p. 136), il nous semble que les échecs demeurent sous-représentés au sein de notre corpus. Assez peu visibles sur la toile, ils sont peu évoqués lors des entretiens et demeurent ainsi difficiles d'accès. Cette proportion au sein de notre corpus est d'autant plus à relativiser que quelques stratégies sont évoquées à demi-mot lors des entretiens pour éviter les échecs : apporter soi-même les derniers euros manquant sous un pseudonyme ou encore lancer une nouvelle fois la campagne en abaissant le montant demandé. Ces stratégies permettant artificiellement d'éviter un échec sont tout autant mobilisées afin de conserver les quelques euros collectés, quand l'accès à la cagnotte est conditionné par la collecte d'un montant spécifique, que pour « sauver la face » (Goffman, 1973) au sein du « milieu ».

Que les projets arrivent à réunir les montants nécessaires, avec ou sans « arrangements », ou qu'ils échouent, le financement participatif n'apparaît pas pour autant comme une expérience « positive » pour les porteurs. En cause : les nombreuses contraintes mal ou non anticipées qui viennent s'ajouter à des conditions d'existence précaires.

Pendant la campagne, le manque de connaissances et de compétences nécessaires à la création et à l'alimentation de la page web du projet est décrit comme la première difficulté majeure. La rédaction du projet de financement, les messages de sollicitations, la création et l'animation de pages et comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) sont souvent décrites comme des tâches complexes au vu de l'inexpérience des réalisateurs. Ces nouvelles responsabilités impliquent du créateur une capacité d'adaptation importante afin de maîtriser rapidement des tâches promotionnelles peu définies (Menger, 2005). Chronophages et nécessitant de maîtriser des outils numériques, aussi bien d'un point de vue technique que linguistique (normes de communication), elles déroutent les porteurs qui se sentent la plupart du temps perdus.

Abandonnés à leur sort, les réalisateurs se trouvent pour la quasi-totalité d'entre eux responsables de cette étape qui concerne pourtant le financement du film. La variété des tâches que celle-ci implique et leur éloignement avec le territoire professionnel « initial » (Abbott, 1988) accentuent la situation de précarité dans laquelle se trouvent les créateurs qui se voient pour la plupart obligés de faire une double/triple journée (travail « alimentaire » puis travail de producteur/*community manager*/réalisateur/scénariste). Chacune de ces tâches qui s'ajoutent au catalogue des responsabilités allouées au réalisateur sont subjectivement vécues comme illégitimes au vu de leur éloignement avec l'activité artistique. Peu ou pas encadrés par d'autres professionnels, ces réalisateurs doivent assumer seuls ces nouvelles contraintes, et se voient confrontés à une pluriactivité inattendue.

Si le temps de la campagne de souscription est décrit comme un moment particulièrement intense où l'épuisement moral et psychique suscité par l'incertitude met les nerfs du porteur à rude épreuve, la temporalité qui suit le succès est souvent décrite comme tout aussi difficile. Invisibilisée par les plateformes et peu étudiée par les chercheurs, la réussite d'une campagne si elle apporte de nouvelles ressources draine avec celles-ci de nouvelles contraintes. Elles ne peuvent malheureusement pas être soulagées au vu des faibles montants réunis par une proportionnelle augmentation du nombre de personnels de renfort (agent, *community manager*, assistants) (Becker, 1988, 2010). Un tel phénomène tend à accentuer la différence avec les productions conventionnelles qui allient un nombre important de « personnels artistiques et technique de collaboration et à une division extensive du travail, au long d'une chaîne de production dont la longueur est variable » (Menger, 2009, p. 709). Les budgets réduits de ces films conduisent à travailler avec une équipe réduite, ces nouvelles tâches mal définies et non attribuées étant de fait allouées au réalisateur. Pour ces créateurs, le financement participatif apparaît comme un vecteur de déspecialisation. L'alternance du travail artistique vocationnel et du travail rémunérateur dit « alimentaire » (Menger, 2009, p.715) se double d'une fragmentation du travail en de multiples tâches parcellisées qui tendent à raréfier les séquences de travail de longue durée jugées nécessaires au travail artistique.

La relation avec les contributeurs est par exemple décrite comme complexe, nécessitant patience, attention et pédagogie. L'asymétrie d'informations entre le porteur du projet et la « foule » de financeurs, qui s'accompagne d'une mauvaise connaissance de ces derniers des temporalités de création cinématographique, conduit régulièrement à des conflits qui nécessitent souvent un travail de médiation qui contribue à surcharger l'emploi du temps des

réalisateurs. Répondre aux mails des contributeurs inquiets ou curieux, animer régulièrement des espaces numériques (page *Facebook*, compte *Twitter*, section « news » des projets hébergés sur les plateformes de financement participatif) sont des activités qui rognent progressivement sur le travail artistique et conduisent à une frustration et à un épuisement qui enveniment souvent les situations.

Si de tels conflits entre créateurs et consommateurs sont relativement courants dans les industries culturelles (Jenkins, 2006 et 2007) le manque de personnels et l'inexpérience des réalisateurs à ce sujet accentuent le phénomène. Les maigres sommes récoltées (entre 520 et 50 346 euros, pour une moyenne de 8 674 euros), montant pourtant bien supérieur à la moyenne de 5600 euros obtenus par les projets de long-métrage<sup>2</sup> (Rochelandet et Cariou, 2018, p. 136) au vu des budgets nécessaires à la réalisation d'un long-métrage accentuent le phénomène de frustration, qui se nourrit de l'inadéquation entre les contraintes subies et les avantages perçus.

La gestion des contreparties est également source de contraintes et de désillusion. Premièrement la mauvaise anticipation des frais facturés par la plateforme et des dépenses associées à la production et l'acheminement (timbres, enveloppes) des contre-dons, diminue l'impact effectif de la collecte sur le budget du film. Ces contreparties qui alimentent les différents paliers du financement représentent pour une grande partie des objets secondaires (affiches, photos, dédicaces, etc.) qui, si le coût unitaire demeure relativement faible, participent à l'éparpillement des maigres ressources récoltées.

Si ces contreparties modestes sont surtout symboliques, l'accès au film constitue systématiquement la clé de voute de la campagne de *crowdfunding*. Le contexte national, voire international, de la collecte rendant complexe l'organisation d'une projection en salle, l'accès au film pour les contributeurs est donc principalement conditionné par le support vidéo. Mais la temporalité longue de création, les jeux d'exclusivités lors de l'exploitation en festival puis la chronologie des médias, enclenchée suite à une exploitation en salle de convenance, retardent largement l'accès au film. Ironiquement, et ce malgré la bonne volonté du porteur de projet, la foule de financeurs n'accède au film qu'en bout de chaîne, souvent plusieurs années après la campagne. Cette rétribution tardive, source de conflits, participe à la détérioration des relations avec des contributeurs qui se sentent parfois lésés.

---

<sup>2</sup> Un tel décalage s'explique par la présence d'un film (*Night Fare*) qui réunit à lui seul 50 000 euros. Retiré du calcul, la moyenne des montants réunis retombe à 4 886 euros.



Le financement participatif semble ainsi renforcer le paradoxe du travail artistique qui exige de la part des individus une capacité d'adaptation élevée, supérieure à celle que requerrait normalement un emploi conventionnel, où la définition des tâches et le niveau d'engagement sont mieux spécifiés, sans pour autant sécuriser et stabiliser l'emploi et la carrière à venir (Menger, 2009). Car pour ceux qui réalisent ainsi leur premier long-métrage, ces difficultés sont en partie compensées par le plaisir procuré par la réalisation tant espérée d'un film, et l'intime conviction qu'il ne s'agit là que d'un premier travail qui servira de « carte de visite » pour intégrer le secteur et se stabiliser au sein de la profession. Ce qui est vécu comme une aventure difficile qui témoigne de l'abnégation, de la compétence et de la ténacité du créateur, est perçu par le milieu cinématographique comme un signe de marginalité et d'isolement professionnel.

La multiplication des tâches conduit à une redéfinition des territoires professionnels qui éloigne par la même occasion les créateurs de la personnalité du producteur lorsqu'il y en a un. De fait, elle amoindrit les chances d'une nouvelle collaboration.

Véritable stigmatisme (Goffman, 1975) au sein de la profession<sup>3</sup>, le film autoproduit ou financé hors des guichets traditionnels du cinéma apparaît comme un repoussoir aux nouvelles collaborations. Dans un contexte de forte concurrence au sein du secteur, le doute induit par cette marginalité conduit à une exclusion de fait par les opérateurs les plus en vue. L'étiquetage au sein du secteur est d'autant plus vécu comme injuste que son motif correspondait à une modalité d'accès au secteur cinématographique par l'intéressé.

Paradoxe des conséquences, en réalisant leur premier long métrage via une plateforme de *crowdfunding*, ces réalisateurs quittent la population la plus favorisée du secteur vers laquelle convergent autant les institutions que les opérateurs de marché, conduisant à une abondance de sources de financement (Alexandre, 2015). Cette population d'impétrants est favorisée par un souci des décideurs de renouveler constamment les talents dans l'espoir d'encourager une novation esthétique aussi bien que démographique (Alexandre, 2015). En voulant intégrer le secteur cinématographique par un premier film autofinancé et héroïque, ils s'excluent de la catégorie la « plus en vue », pour rejoindre celle qui mécaniquement se trouve la plus en tension, conjuguant raréfaction des investissements et surabondance des candidats (Alexandre, 2015). L'émigration partielle vers les États-Unis ou le Canada constitue

---

<sup>3</sup> D'autres secteurs comme l'édition connaissent des mises à l'écart équivalentes (Bossier, 2019).

régulièrement une porte de sortie pour ces réalisateurs, condamnés à une probable marginalité de longue durée. Pour ces derniers, les réseaux de sociabilité outre-Atlantique et la maîtrise de l'anglais deviennent alors de nouvelles ressources indispensables au maintien de l'activité.

Une telle situation conduit régulièrement les créateurs à louer leur insouciance vis-à-vis du *crowdfunding*, auquel ils n'auraient jamais eu recours s'ils avaient eu connaissance des contraintes et conséquences qu'il génère. Insouciance, car ce dispositif est par la même occasion décrit comme ayant permis la concrétisation de leur film.

Si le *crowdfunding* participe indéniablement au financement, à la promotion et à la mise en visibilité des œuvres, son recours s'accompagne d'un réseau de contraintes qui maintiennent les œuvres et les créateurs les plus précaires dans une situation de marginalité. Il engendre un cercle vicieux où les réalisateurs les moins bien dotés se voient fragilisés dans leur position lorsqu'ils accèdent à ces nouvelles ressources. À ce titre, le manque de personnels de renfort qui permettraient de soulager les créateurs de ces nouvelles contraintes et plus particulièrement pour ce qui concerne la « gestion » de « la foule », l'absence d'un réseau de diffusion stable rendant possible l'acheminement des contreparties de manière efficace et l'inadéquation des moyens financiers à un mode de diffusion équivalent constitue des freins à l'activité de ces créateurs.

À ce titre, l'idée que le *crowdfunding* puisse constituer une « première marche » vers le circuit institutionnel doit largement être réévaluée. Si par son dispositif et la manière dont il est saisi, le *crowdfunding* encourage l'essor d'une marge qui se construit sur l'originalité de ses propositions esthétiques, en se différenciant du reste de la production, les conséquences organisationnelles sur le travail de création tendent à fragiliser la position des agents les moins bien dotés et à réduire leur espace des possibles.

## Bibliographie

ABBOTT A. (1988), *The System of Professions, an Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago et London, The University of Chicago Press.

ALEGRE I. et MOLESKISL M. (2018), « Crowdfunding: A short past and a long future », Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3163006> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3163006>

ALEXANDRE O. (2015), *La règle de l'exception : Écologie du cinéma français*, Paris, Éditions de l'EHESS, 2015.

BECKER H. (2010), *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion.

BESSY C. et CHAUVIN P-M. (2014), « Marchés de biens symboliques et intermédiaires », in Jeanpierre L. et Roueff O. (dir.), *La culture et ses intermédiaires*, Editions des archives contemporaines, Paris, p. 15-24.

BELLFLAMME P., LAMBERT T. et SCHWIENBACHER (2018), « Effets de réseau et financement participatif : une analyse empirique », in Moreau F. et Nicolas Y. (dir.), *Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, Questions de culture, p. 23-46.

BEN SLIMANE F., ROUSSELET E. et CHEVRIER S. (dir.) (2018), *Crowdfunding, ces entrepreneurs qui attirent les foules*, Annales des Mines - Gérer et comprendre, N° 131, vol. 1.

BENHAMOU F. et PELTIER S. (2007), « how should cultural diversity be measured ? An application using the French publishing industry » in *Journal of Economic perspectives*, vol. 31, n°2, p. 85-107.

BOUQUILLON P. et MATTHEWS J. (2010), *Le Web collaboratif. Mutations des industries culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

BOUQUILLION P. et COMBES Y. (dir.) (2011), *Diversité et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.

BOUTIGNY E. et RENAULT S. (2014), « Le crowdfunding : un levier de financement de projet marginalisés. Le cas de l'industrie pornographique », colloque MTO'2014, Réseaux numériques et performance des entreprises, Ecole des Mines.

CARIOU C. et ROCHELANDET F. (2018), « Le financement participatif en ligne, vecteur de diversité culturelle ? », « Effets de réseau et financement participatif : une analyse empirique », in Moreau F. et Nicolas Y. (dir.), *Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, Questions de culture, p. 129-176.

CARIOU C., LYUBAREVET I. et ROCHELANDET F. (2017), « Crowdfunding et qualité de l'information Le cas de la presse française », *Réseaux*, n° 205, p. 23 – 56.

CRETON L. et KITSOPANIDOU K. (dir.) (2016), *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*, Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique, 2016.

CRETON L. (2016), *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques*, Paris, Armand Colin.

DAVIDSON R. et POOR N. (2014), “The barriers facing artists’ use of crowdfunding platforms: Personality, emotional labor, and going to the well one too many times.” *New Media & Society*, n°17, vol. 2, p. 289 – 307.

DELAPORTE C. (2016), « Enjeux économiques, juridiques et sociologiques du financement participatif sur Internet dans le secteur de la création », in Creton L. et Kitsopanidou K. (dir.), *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*, Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique, 2016, p. 85-98.

DONNAT O (dir.) (2009), *Passionnés, fans et amateurs*, *Réseaux*, n° 153, vol. 1.

DUVAL J. (2016), *Le Cinéma au XXe siècle. Entre loi du marché et règles de l’art*, Paris, CNRS Éditions.

FAULKNER R. (1983), *Music on demand : composers and careers in the Hollywood film industry*, New Brunswick (NJ), Transaction Books.

FLICHY P. (2001), « La place de l’imaginaire dans l’action technique, Le cas de l’internet », *Réseaux*, n°109, vol. 5, p. 52 – 73.

FOREST C. (2012), « Le cinéma fantastique français : faiblesse d’une production vs méfiance d’une demande », in Gimello-Mesplomb F. (dir.), *L’invention d’un genre : le cinéma fantastique français : Ou les constructions sociales d’un objet de la cinéphilie ordinaire*, Paris, L’Harmattan.

GIMELLO-MESPLOMB F. (2012a), *La question du soutien à la qualité dans le cinéma et l’audiovisuel en France. Socio-histoire d’un cadre d’action publique et de ses dispositifs (1946-2000) : Mémoire d’habilitation à diriger des recherches.*

GIMELLO-MESPLOMB F. (dir.) (2012b), *Les cinéastes français à l’épreuve du genre fantastique, socioanalyse d’une production artistique*, Paris, L’Harmattan.

GIMELLO-MESPLOMB F. (dir.) (2012c), *L’invention d’un genre : le cinéma fantastique français : Ou les constructions sociales d’un objet de la cinéphilie ordinaire*, Paris, L’Harmattan.

GOFFMAN E. (1973), *La Mise en scène de la vie quotidienne, La Présentation de soi*, Paris, Éditions de Minuit.

GOFFMAN E. (1975), *Stigmate, Les usages sociaux des handicaps*, Paris, Éditions de Minuit.

HEINICH N. (2005), *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard.

HENNION A. (2007), *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié.

JENKINS H. (2013), *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin et Ina Édition.

MATTHEWS J., ROUZÉ V. et VACHET J. (2014), *La Culture par les foules ? : Le crowdfunding et le crowdsourcing en question*, Paris, MkF Editions.

MARY P. (2017), « Dans le cadre du losange. Pratique de l'indépendance dans le cinéma d'Éric Rohmer », in Alexandre O., Noel S. et Pinto A. (eds), *Culture et (in-)dépendance. Enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles*, Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique.

MENGER P-M., (2009), *Le travail créateur, s'accomplir dans l'incertain*, Paris, Le seuil.

NELSON P. (1970), "Information and Consumer Behavior", *Journal of Political Economy*, n°78, vol. 2, p. 311 – 329.

MERTON R. (1965), *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris, Plon.

RALLET A. et ROCHELANDET F. (2016), « Crowdfunding et valorisation des biens culturels » in Creton L. et Kitsopanidou K. (dir.), *Crowdfunding, industries culturelles et démarche participative, De nouveaux financements pour la création*, Berne, Peter Lang, coll. ICCA – Industries culturelles, création, numérique, p. 57-84.

ROUEFF O, et JEANPIERRE L., « Introduction », in Jeanpierre L. et Roueff O. (eds), *La culture et ses intermédiaires*, Editions des archives contemporaines, Paris, p. i-xxxiv.

SINIGAGLIA-AMADIO S. et SINIGAGLIA J. (2017), *Temporalités du travail artistique : le cas des musicien.ne.s et des plasticien.ne.s*, Paris, Questions de culture.

VACHET J. (2015), *Le crowdfunding : mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ?*, Étude de l'Observatoire Alptis, n°35.