

Séminaire et colloque international de clôture du programme ANR Collab
Les plateformes de crowdsourcing et crowdfunding culturels :
démocratisation ou renforcement des logiques industrielles et créatives ?

Séminaire **23 mai 2018**

Platform swindles, platform struggles
Arnaques et luttes sur les plateformes web

Colloque international

24-25 mai 2018

Financement participatif : les nouveaux territoires du capitalisme ?

23, 24 et 25 mai, 9h-18h
Metz, Université de Lorraine
Campus du Saulcy, UFR SHS
Amphithéâtre Poncelet
crem.univ-lorraine.fr

Programme détaillé et inscriptions :
collab.sciencesconf.org

Réalisation graphique : Studio Édicom, Crem



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE

crem centre
de recherche
sur les médiations
communication, langue, art, culture



cemti
Centre d'Études
sur les Médias, les Technologies
et l'Internationalisation



Séminaire : mercredi 23 mai

09h00-09h45 Café, accueil des participant·e·s, mot d'introduction

10h00-12h00 *The legacy of anonymous and the public disclosure hack and leak*
Intervenante : **Gabriella Coleman** (McGill University Montreal, Canada)
Discutant·e·s : **Sébastien Appiotti** (Université Paris 8, France)
Noémie Oxley (American University of Paris, France)

13h30-15h30 *Leaktivism and its discontents: #DCLeaks, #DNCLeaks, #CIALeaks*
Intervenante : **Athina Karatzogianni** (University of Leicester, Royaume-Uni)
Discutants : **David Pucheu** (Université Bordeaux Montaigne, France),
Avi Mizrahi (American University of Paris, France)

16h15-18h15 *Dinosaurs will die. Le DIY punk de 1977 à 2017*
Intervenant : **Alexander Neumann** (Université Paris 8, France)
Discutant·e·s : **Alix Bénistant** (Université Paris 8, France),
Jean-Mathieu Méon (Université de Lorraine, France)

Colloque international : jeudi 24 mai

09h00-09h30 Café, accueil des participant·e·s

09h30-10h00 Ouverture

10h00-11h00 **Keynote 1 : Vincent Rouzé** (Université Paris 8, France)
Les plateformes de Crowdsourcing/Crowdfunding, pratiques et enjeux

11h00-13h00 **Session 1 : Crowdfunding, communautés et expérience ?**
Modération : **Jacob Matthews** (Université Paris 8, France)

Brice Nixon (University of Pennsylvania, États-Unis)
YouTube and the problem of the attention economy: from "Broadcast Yourself" to "Watch This!"

D.E. Wittkower (Old Dominion University, États-Unis)
For love and money: community and the ethics of care in crowdfunding

Caterina Foa (Université de Lisbonne, Portugal)
Crowdfunding and networks : col-labor-ation, mediation and value creation through digital platforms

Sébastien Appiotti (Université Paris 8, France)
Crowdfunding et mécénat participatif : une forme renouvelée d'expérience muséale ? / Crowdfunding and participatory philanthropy: a renewed form of museum experience?

13h00-14h00 Pause déjeuner

14h00-16h00 **Session 2 : Économie politique du journalisme à l'heure du financement participatif**

Modération : **Marc Kaiser** (Université Paris 8, France)

Loïc Ballarini (Université de Lorraine, France),

Emmanuel Marty (Université Grenoble Alpes, France),

Nikos Smyrnaios (Université de Toulouse, France)

Médias français : le crowdfunding au service du pluralisme ?

Michel Senécal (Université Têluq, Canada),

Anne Marie Brunelle (Université du Québec à Montréal, Canada)

Financement participatif : un apport significatif pour les médias associatifs et indépendants québécois ?

Franck Rebillard (Université Sorbonne Nouvelle–Paris 3, France)

Le financement de la presse et de l'information en ligne en France : évolutions et enjeux

16h00-16h30 Pause café

16h30-18h00 **Session 3 : Le financement participatif face aux territoires et au patrimoine**

Modération : **Jérémy Vachet** (University of Leeds, Royaume-Uni)

Arnaud Anciaux (Université Laval, Québec, Canada),

Philippe-Antoine Lupien (Université du Québec à Montréal, Canada)

Au-delà du financement et du participatif : les enjeux hors des objectifs assignés ou revendiqués par les plateformes

Alix Bénistant (Université Paris 8, France)

Les représentations médiatiques du crowdfunding dans la PQR : quels discours sur la culture et le patrimoine ?

Gaëlle Crenn (Université de Lorraine, France)

Les territoires du crowdfunding patrimonial. Attachement patrimonial et rapports au territoire dans les opérations de crowdfunding muséal en France

Colloque international : vendredi 25 mai

09h00-09h30 Café, accueil des participant·e·s

09h30-10h30 **Keynote 2 : Christiaan de Beukelaer** (University of Melbourne, Australie)

Économie solidaire/Suds

Global cultural economy – opening up normative options?

10h30-12h30 **Session 4 : Crowdfunding : une alternative ?**

Modération : **Linda Hamdi-Kidhar** (Toulouse Business School, France)

Stéphane Costantini (Université Paris 13, France)

Le financement participatif en Afrique-subaharienne : porteur d'alternatives aux modèles dominants ou vecteur de déploiement des plateformes occidentales ?

Dylan Gehring (Old Dominion University, États-Unis)

"We can't do this without you". Crowdfunding campaigns as cultural negotiations within neoliberalism

Jacob Matthews (Université Paris 8, France)

For love and money: Community and the ethics of care in Crowdfunding culture: "There is no alternative"

Jérémy Vachet (University of Leeds, Royaume-Uni)

Les discours accompagnant le développement du crowdfunding en Amérique latine à l'épreuve des inégalités sociales et économiques

12h30-13h30 Pause déjeuner

13h30-14h30 **Keynote 3 : Andrew Leyshon** (University of Nottingham, Royaume-Uni)

Travail/loisir, digital labor, économie de l'attention ?

The place of music in a platform economy:

Value ecologies in the contemporary musical industry

14h30-16h30 **Session 5 : Communication, discours, idéologies**

Modération : **Vincent Rouzé** (Université Paris 8, France)

Manuel Dupuy-Salle (Université Lumière Lyon 2, France)

De l'incidence d'Ulule sur les projets audiovisuels : jeux d'entremises, intermédiations et cadres d'action

Marine Jouan (Télécom ParisTech, France)

Fondateurs de plateformes de financement participatif : principes et contradictions

Éric George, Simon Claus et Svet Doytchinov (Université du Québec à Montréal, Canada)

Les plateformes : acteurs et interfaces au cœur du financement participatif. Le cas du Canada

12h30-13h30 Conclusion par **David Pucheu** (Université Bordeaux Montaigne, France)

Résumés des interventions

du jeudi 24 mai

10h00–11h00 : Keynote 1 = **Vincent Rouzé**, (Université Paris 8, France)
Les plateformes de Crowdsourcing/Crowdfunding, pratiques et enjeux

Appuyée par les travaux menés dans le cadre du projet Collab, cette présentation introductive sera l'occasion de faire un rapide état de l'art sur les termes crowdfunding/crowdsourcing afin de rappeler que sous ces étiquettes « parapluies » et homogénéisantes se développent des activités, des stratégies, des usages divers dépassant le strict cadre des plateformes et des enjeux liés au financement des campagnes et/ou à la production de contenus. Nous articulons notre communication autour de quatre enjeux principaux. Le premier est d'ordre économique et juridique. Il questionne l'externalisation systématisées des tâches, la mutation des modèles de production sur le mode du concours, le développement des plateformes culturelles comme prototype expérimental visant l'extension vers d'autres secteurs économiques. Le second est économique et social et porte sur de possibles formes de travail gratuit, la non abolition des luttes de classes et la valorisation communautaire. Le troisième est politique en interrogeant la place des États dans ces dispositifs. Le dernier est culturel en se demandant dans quelle mesure ces plateformes valorisent la diversité culturelles et des esthétiques culturelles singulières.

11h00–13h00 : Session 1 = ***Crowdfunding, communautés et expérience ?***

Brice Nixon (University of Pennsylvania, États-Unis)
YouTube and the problem of the attention economy: From “Broadcast Yourself” to “Watch This!”

The transformation of YouTube's role in cultural distribution—from the emphasis on empowering non-professional users to broadcast themselves to the increasing emphasis on providing content for users to consume, including industry content—reveals a lot about the limits of the democratizing potential of digital means of communication when the demands of the attention economy must be met. YouTube has presented itself, and has been viewed, as being a key part of an emerging system of digital cultural production, distribution, and consumption that is a significant alternative to the industrial system that seeks to control production and distribution in order to capitalize on consumption. But as part of Google's capitalist enterprise, YouTube has also had to face the problem of the attention economy, which is that capitalizing on culture requires users to be consumers whose attention is captured and channeled so it can function as an exploitable audience labor. YouTube's transformation can to a great extent be understood as consisting of a series of responses to these requirements of the attention economy.

D.E. Wittkower (Old Dominion University, États-unis)

For love and money: Community and the ethics of care in crowdfunding

Crowdfunding remediates pre-capitalist European patronage models of artistic creation with an altered affective economy – one in which artists create within and for communities which identify with the artist and their vision. This article uses ethics of care and the author's previous work on crowdfunding and on the phenomenology of interpersonal relationships in order to advance a model of the affective dynamics of the artist-community relationship in crowdfunding.

Caterina Foa (Université de Lisbonne, Portugal)

Crowdfunding and networks: col – labor – ation, mediation and value creation through digital platforms

Online crowdfunding is a collaborative system to raise funds for specific projects, promoted through open-call via digital platforms with support of social media, and associated to rewards (tangible or not) for backers. Its application to arts is growing internationally (Bannerman, 2013), with some effectiveness evidences about its potential as tool for user engagement and value co-creation. This paper intends to question how crowdfunding contributes to reset the traditional cultural intermediation process and how participation and collaborative relations are built, between users and platforms, framed into networked communication model. We set the hypothesis of crowdfunding as complex intermediation tool, not only for funding, as well as for projects' marketing, accountability and community building, thanks to the adoption of 2.0 platforms, overlapping online and offline networks, social, creative and economical capital, during different phases of artwork creation. Particularly we aim to investigate the interactivity levels (Cardoso, 2008) and power relations (Dutton, 2009; Castells, 2010) between online crowdfunding agents (creators, platforms managers, backers) applying to this flow of multiple activities and information exchanges the value network model (Dubini, 2016), as well as theoretical and practical implication for production and communication of cultural contents. Intermediation roles (Silverstone, 2006) are simultaneously played by digital private platforms and by the crowd (composed by online users, offline stakeholders and potential consumers) supporting campaigns through voluntary adhesion, financial efforts and contributing to enhance word-of-mouth and visibility (Ordanini *et. al.*, 2011). Focusing on specific CIs domains and correspondent crowdfunding projects' categories, we select a sample of campaigns from the main Portuguese crowdfunding platform and adopt mixed-methods to identify strategies to networking the value-creation and intermediation process. Analyzing campaigns creative contents and outcomes we systematize agents' roles, communication, activities and resources flows embedded, according with their relevance for cultural intermediation. Three analytical paradigms can be crossed to achieve objectives: technical- economic convergence (aggregation and redistribution of monetary and symbolic resources), social collaboration (online communicative and cultural exchanges) and creativity (collective support to contents production and spreading).

Sébastien Appiotti (Université Paris 8, France)

*Crowdfunding et mécénat participatif : une forme renouvelée d'expérience muséale ?
Crowdfunding and participatory philanthropy: a renewed form of museum experience?*

Cette communication se base sur l'approche comparative des expérimentations des institutions muséales en matière de crowdfunding entre les États-Unis et la France déployée au sein du projet ANR Collab. Nous chercherons plus particulièrement à interroger les liens existants entre les concepts de participation et d'expérience en miroir d'enjeux du musée en matière de démocratisation et de médiation culturelle. Comment les usages institutionnels des campagnes de crowdfunding nous renseignent sur la diversité des visions de la nature de la relation à entretenir avec les publics ? Peut-on aller jusqu'à parler de renouvellement en profondeur de l'expérience du musée par le prisme d'une participation citoyenne au financement de l'institution ? En guise d'ouverture, ces enjeux propres au crowdfunding muséal seront mis en perspective avec les mutations complexes affectant l'expérience de visite muséale (scénographie, dispositifs de médiation et de communication, pratiques des publics...).

This paper is based on a comparative analysis deployed within the ANR Collab collective research project between experiments in Museum's crowdfunding campaigns that have taken place in the United States and in France. More specifically, we will examine the links between the concepts of participation, experience, cultural democratization and interpretation. What can institutional uses of crowdfunding campaigns tell us about the diverse points of view regarding the complex relationships between museums and their audiences? Could we qualify these transformations as a fundamental renewal of the museum experience through the prism of citizen participation in the financing of the institution? These issues, that are specific to museum crowdfunding, will also be put in perspective with profound changes affecting the museum visit experience (scenography, interpretation and communication devices, audiences' practices, etc.).

14h00–16h00 : Session 2 = *Économie politique du journalisme à l'heure du financement participatif*

Loïc Ballarini (Université de Lorraine, France), **Emmanuel Marty** (Université Grenoble Alpes, France), **Nikos Smyrnaiois** (Université de Toulouse, France)
Médias français : le crowdfunding au service du pluralisme ?

Dans un contexte de crise économique qui l'affecte tout particulièrement, le secteur des médias est confronté à la nécessité de construire des modèles économiques innovants et pérennes. Dans ces modèles, le financement participatif prend une place grandissante. Qu'il s'agisse de répondre à un besoin de financement ponctuel ou récurrent, et que la somme recherchée constitue l'unique source de revenu ou un apport minoritaire dans un budget plus conséquent, le recours au financement participatif est quasiment devenu un passage obligé. Notre enquête, menée auprès de médias français en 2016 et 2017, montre que le choix du financement participatif pour les médias et/ou les journalistes renvoie à trois enjeux principaux : la transparence, la responsabilité, et l'implication du public dans la définition du projet éditorial – au-delà donc d'un simple soutien financier. C'est dans ces conditions que le financement participatif du journalisme semble avoir un effet positif sur le pluralisme des médias.

Michel Senécal (Université Téléq, Québec, Canada) / **Anne Marie Brunelle**
(Université du Québec à Montréal, Canada)

Financement participatif : un apport significatif pour les médias associatifs et indépendants québécois ?

Le financement de la production culturelle et médiatique implique des acteurs de secteurs variés de la société et une gamme de dispositifs de collecte et d'attribution des ressources financières : fonds en provenance d'organismes publics ou du mécénat du secteur privé, financement autonome effectué par les artisans eux-mêmes. Plus récent, le financement participatif vient s'ajouter en offrant une « alternative » aux modes de financement traditionnels. Il s'accompagne aussi d'un processus de légitimation et de justification de l'intérêt des projets, des qualités des démarches créatives et des compétences en place pour les réaliser. Tous ces modes de financement disposent de logique distinctive révélatrice des valeurs, des intérêts ou des manières de concevoir l'organisation sociale qui se reflètent dans la définition des produits de la culture et des médias soutenus. À quel point le financement participatif peut-il être significatif pour les médias associatifs et indépendants québécois dans la recherche de pérennisation de leur pratique et leur volonté de maintenir un accès démocratique aux moyens de communication ?

Franck Rebillard (Université Sorbonne Nouvelle–Paris 3, France)

Le financement de la presse et de l'information en ligne en France : évolutions et enjeux

On a coutume de dire que le financement de la presse écrite s'est effectué, durant des décennies en France, sur un double marché : vente des publications aux lecteurs et vente des espaces publicitaires aux annonceurs. Dans les faits, une part non négligeable des ressources de plusieurs entreprises de presse a été apportée par l'État, sous forme d'aides directes ou indirectes. Ces dernières années, concomitantes du développement de l'information en ligne, ont été marquées par une diminution des recettes publicitaires et un abaissement du consentement des lecteurs à payer. Des solutions alternatives sont apparues comme le financement participatif par des particuliers (crowdfunding) mais aussi la mise en place de fonds d'aide par des entreprises privées (FINP puis DNI abondés par Google). Celles-ci ne sont pas sans lien avec une transformation de l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine, et méritent ainsi d'être exposées ne serait-ce qu'en raison de leur volonté affichée de favoriser le pluralisme et l'indépendance de l'information.

16h30–18h00 : Session 3 = **Le financement participatif face aux territoires**

Arnaud Anciaux (Université Laval, Québec, Canada) / **Philippe-Antoine Lupien**
(Université de Québec à Montréal, Canada)

Au-delà du financement et du participatif : les enjeux hors des objectifs assignés ou revendiqués par les plateformes

Cette présentation commune aura pour intention d'interroger le financement participatif en dehors des objectifs qui lui sont le plus fréquemment assignés ou revendiqués, à savoir la contribution par une communauté d'individus au financement de projets accueillis sur une plateforme.

Nous souhaitons ainsi souligner deux enjeux qui, bien que présents et potentiellement importants pour les acteurs concernés, peuvent sembler exister dans l'ombre des objectifs de financement. En premier lieu, nous questionnerons l'enrôlement des projets et des plateformes en tant qu'outils pouvant permettre la recherche d'autres dynamiques financières, et qui peuvent notamment contribuer à l'utilité revendiquée des plateformes, se positionnant alors au cœur des logiques liées aux industries créatives. En deuxième lieu, nous interrogerons la mobilisation de cette démarche de financement comme un outil et un support de communication, notamment pour cela le cas de la plateforme locale La Ruche au Québec, afin d'investir dans une démarche exploratoire de deux enjeux, le financement au-delà du participatif, et la communication au-delà du financement.

Alix Bénistant (Université Paris 8, France)

Les représentations médiatiques du crowdfunding dans la PQR : quels discours sur la culture et le patrimoine ?

L'objectif de cette communication est d'exposer les principales représentations du crowdfunding dans la presse quotidienne régionale et les différentes formes de discours sur la culture et le patrimoine qui y prennent place. Dans le cadre du programme ANR, nous avons réalisé une analyse lexicométrique qui se base sur le repérage des cooccurrences lexicales multiples prenant en compte un corpus de 9 000 articles extraits de la presse locale entre 2007 et 2015. Partant de cette étude, nous nous demanderons si le traitement journalistique passe par les seules perspectives de célébration du territoire et de mise en avant des initiatives locales, ou si l'on peut observer un espace pour des sujets, angles et énonciations plus critiques sur la question du financement participatif dans les champs analysés de la culture et du patrimoine.

Gaëlle Crenn (Université de Lorraine, France)

Les territoires du crowdfunding patrimonial. Attachement patrimonial et rapports au territoire dans les opérations de crowdfunding muséal en France.

Certaines études sur le crowdfunding avancent que le secteur du patrimoine constitue une exception à la logique générale, à la fois dans le recrutement des contributeurs, et dans les valeurs qui les motivent à contribuer. Loin des logiques déterritorialisées rendues en principe possibles par les plateformes, la proximité géographique serait un facteur déterminant pour mobiliser le premier cercle de contributeurs (plutôt que la proximité sociale, par les liens familiaux et amicaux). Par ailleurs, plus que le soutien de l'autonomie ou du développement artistique, l'attachement au patrimoine local le plus « proche de chez soi » constituerait la motivation principale pour contribuer. Le succès du crowdfunding patrimonial serait ainsi fortement déterminé par la géographie et les relations au territoire local, cette logique de proximité constituant au final une limite à l'extension de communautés de soutien aux projets.

Ces hypothèses sont mises à l'épreuve à travers l'analyse des opérations de crowdfunding menées dans une dizaine de musées français. La communication discute du poids des représentations des promoteurs (des musées et des plateformes) dans la constitution des arguments faisant du territoire local le principal levier pour créer une communauté, et examine la façon dont le recours aux plateformes de crowdfunding conduit à réarticuler le rapport des institutions muséales au territoire, comme à repenser la notion même d'attachement patrimonial.

Résumés des interventions

du vendredi 25 mai

09h30-10h30 : Keynote 2 = **Christiaan de Beukelaer** (University of Melbourne, Australie)
Économie solidaire/Suds. Global cultural economy – opening up normative options?

Since the early 2000s, the cultural and creative industries have become key to the economic imagination at both macro and micro level, respectively providing a narrative on how to drive economic growth and how to organise the production of cultural expressions. Despite ample insistence that these industries are an analytical tool rather than a prescriptive recipe, the latter approach has dominated. In this talk I will explore this tension in two ways.

First, I explain five ideological lenses through which the multipolar discourse of the cultural economy is commonly framed: Celebratory, Aspirational, Refusenik, Agnostic, and Reflexive. These are ideological ideal-types that rarely occur in practice, as most people and documents blend two or more approaches. But they are helpful to help understand why and how the discourse of cultural and creative industries has come to mean vastly different things for different people or in different contexts.

Second, I explore the reframing of research, policy, and debate surrounding the cultural economy around its locus (the global), its meaning (the cultural), and its organisation (the economy – as a mode of social organisation). Rather than sticking to these silos, I will argue that these terms help open up a critical understanding of the normative options the cultural economy represents, beyond the five ideological lenses discussed earlier. It is in these normative options that a variety of trajectories can be imagined and pursued.

10h30-12h30 : Session 4 = **Crowdfunding : une alternative ?**

Stéphane Costantini (Université Paris 13, France)

Le financement participatif en Afrique-subsaharienne : porteur d'alternatives aux modèles dominants ou vecteur de déploiement des plateformes occidentales ?

Depuis le début des années 2010, on assiste en Afrique subsaharienne à l'éclosion de nombreuses plateformes de financement participatif, accompagnant le développement d'un environnement fintech, mêlant finance et technologie. Ces plateformes peuvent provenir d'acteurs du « Nord » (Télécoms, plateformes étrangères), ou émaner d'acteurs locaux soutenus par la mise en place d'incubateurs, et fortement encouragés par les pouvoirs publics et les organisations financières internationales (Infodev/Banque mondiale, UEMOA, BCEAO). En effet, avec la présence de systèmes vernaculaires de financement communautaires (tontine, harambee, iquib, ubuntu), et le fort développement des solutions de paiement sur internet, notamment par mobile (mobile money), l'Afrique intéresse à juste titre ces acteurs de la fintech. À travers une série d'entretiens semi-directifs auprès de responsables des plateformes et de porteurs de projets culturels au Sénégal, au Burkina Faso, en Éthiopie et en Afrique du Sud, cette communication propose d'interroger les enjeux du déploiement de ces plateformes :

En premier lieu, il s'agit de questionner les rapports de pouvoir préexistants entre les différents acteurs des plateformes, et leur rapport aux discours de l'« économie créative » ou de l'« économie collaborative ». En second lieu, l'analyse des discours de ces acteurs tentera de rendre compte des enjeux des usages et des usagers de ces plateformes : en termes d'inclusion économique (économie informelle) et de promotion de l'entrepreneuriat culturel local, mais aussi sur leurs formes de résistance ou alternatives aux logiques occidentales dominantes. L'analyse de ces enjeux sera également l'occasion de questionner les discours du « nouvel entrepreneur africain », mis en valeur par la presse spécialisée et les discours des grands décideurs politiques et économiques.

Dylan Gehring (Old Dominion University, États-Unis)

“We Can't Do This Without You”. Crowdfunding campaigns as cultural negotiations within neoliberalism

This study offers a critical analysis of crowdfunding campaigns, arguing that they exemplify instantiations of neoliberalism influenced by, and reflective of, cultural commitments within music communities and a shifting industrial context. Emerging within this cultural and industrial ecology that is informed and shaped through the dynamic flux of fan/artist relationships and industrial uncertainty, it posits that the crowdfunding model potentiates both the establishment of a emancipatory standard of practice for both fan and artist, as well as an ideologically disguised instance of consumer and artist disempowerment that undermines the values of community put forth by the model.

Jacob Matthews (Université Paris 8, France)

Crowdfunding culturel : “There is no alternative”

À l'instar d'autres grands et petits acteurs du web, les plateformes de crowdfunding culturel se présentent – et sont représentées dans les discours médiatiques et académiques dominants – comme des « solutions alternatives » à différentes institutions, modes d'organisation et de production supposément dépassés. Ainsi, le financement participatif serait en mesure de se substituer (partiellement) au financement public de la production culturelle et apporterait en outre une offre pour le moins complémentaire au crédit bancaire.

De même, les plateformes de crowdfunding s'inscriraient dans un mouvement de désintermédiation dans les industries de la culture et de la communication, et par extension dans le champ politique. Ce discours de rupture avec les anciens gate keepers institutionnels n'est pas nouveau ; il se diffuse avec force depuis une vingtaine d'années. L'analyse des stratégies industrielles, de l'appropriation capitaliste et des divers usages de plateformes permet d'en illustrer les limites et les contradictions. Ma communication permettra de questionner la viabilité d'un modèle de financement de la culture censément basé sur la démultiplication de projets et de campagnes de collecte de fonds. Elle interrogera en outre l'intérêt qu'ont les gestionnaires de plateformes pour les partenariats avec les politiques publiques (et donc de leurs efforts en vue de transformer celles-ci plutôt que de les remplacer ou de les supprimer). Elle abordera également la convergence à l'œuvre entre les acteurs du crowdfunding et le secteur financier, dans ses composantes plus traditionnelles ou au sein de la fintech.

Jérémy Vachet (University of Leeds, Royaume-Uni)

Les discours accompagnant le développement du crowdfunding en Amérique latine à l'épreuve des inégalités sociales et économiques.

À partir d'un échantillon de trente entrepreneurs de l'économie collaborative dans les villes de Buenos Aires, de Rio de Janeiro et de Mexico, cette présentation questionne l'impact des discours accompagnant le développement du financement participatif sur les entrepreneurs. Présentés comme une alternative aux financements publics et bancaires classiques, ces méta discours permettraient de : réduire l'empreinte environnementale, distribuer plus équitablement des richesses et permettre à tous (peu importe le milieu social d'origine) de se réaliser par l'activité (voir, par exemple, le rapport « Economía colaborativa en América latina », 2016). Il s'agirait ici de rappeler qu'une proposition alternative est, selon la définition donnée sur le site internet du centre des ressources textuelles et lexicales, « une proposition qui contient deux parties opposées, dont il faut nécessairement en admettre une ».

Cependant, les entretiens et observations font remarquer plusieurs données entrant en contradiction avec la proposition alternative de l'économie collaborative. Premièrement, les résultats de terrain révèlent des conditions de travail socialement et économiquement précaires dans le milieu de l'économie collaborative. Incertitude, prise de risque, networking compulsif, longues heures de travail, absence de frontières entre vie privée et professionnelle et multi-activité seraient les pendants négatifs aux notions d'expérience, d'engagement, de dépassement de soi et de vocation perçues comme des préliminaires à une réalisation de soi. Les entrepreneurs observés seraient donc pris dans une relation « d'optimisme cruel » (Berlant, 2011), bien loin de « l'empowerment » observé dans les discours accompagnateurs. Deuxièmement, de fortes inégalités en terme d'origine sociale ont été observées. En effet, la majorité des projets entrepreneuriaux de plateformes s'avèrent plus coûteux que rentables et les entrepreneurs semblent souvent soutenus par leur milieu social d'origine au capital économique et social élevé. Les résultats indiquent par ailleurs que les plateformes servent souvent de vitrine pour d'autres activités, plus rentables, comme la formation et la consultance en « créativité et innovation » en entreprise, dont seuls profiteraient ceux disposant du capital légitime au préalable. Il semblerait donc que l'économie collaborative peine à distribuer équitablement les richesses.

L'objectif de cette présentation se veut de décrire la manière dont les travailleurs de l'économie collaborative de notre échantillon, souvent devenus entrepreneurs par nécessité, vivent l'injonction de « performer » ces discours d'alternative souvent en contradiction avec leur propre expérience du quotidien. Tout en s'inscrivant dans le champ de l'information et de la communication, cette présentation emprunte aussi des concepts issus de l'économie politique des médias, de l'économie morale et des cultural studies.

13h30–14h30 : Keynote 3 = **Andrew Leyshon** (University of Nottingham, Royaume-Uni)
Travail/loisir, digital labor, économie de l'attention ? The place of music in a platform economy: Value ecologies in the contemporary musical industry

This paper analyses the transformation of the musical economy over the past 20 years: 1998 marked a conjuncture in the music industry, as the impact of new software formats such as MP3 began to bring about disruptive and destructive competition to established business models based on sales of recorded music. During the first decade of the 21st century, the music industry was revealed to be a 'diverse economy', as alternative forms of income generation came to the fore, most particularly in the form of live performance, but also through links to brands and promotional campaigns, which offset, but did not reverse to decline in revenues flowing to the musical economy lost through file sharing. However, more recently, through an engagement with the platform economy, the musical economy first stemmed and then began to reverse the decline in revenues brought about by the disruptive impact of open formats like MP3. Through a consideration of the music industry's engagement with platforms the paper critically examines both the promises but also the possible perils of the musical economy's submission to the imperatives of a platform economy.

14h30–16h30 : Session 5 = ***Communication, discours, idéologies***

Manuel Dupuy-Salle (Université Lumière Lyon 2, France)

De l'incidence d'Ulule sur les projets audiovisuels : jeux d'entremises, intermédiations et cadres d'action

Cette contribution questionne les manières dont les plateformes de « crowdfunding » s'interposent entre les différents acteurs en présence et construisent, depuis cette position d'intermédiaire et par des modalités aussi bien socio-économiques que sémiotiques, des cadres d'actions qui pèsent sur les porteurs de projets. A travers le cas d'Ulule et prenant appui sur l'analyse de plusieurs projets audiovisuels lancés sur la plateforme, nous montrons ici qu'in fine, le recours à ce type d'acteur a des implications significatives sur les manières d'envisager, de construire et de développer les projets culturels et ce, aussi bien en amont qu'en aval de la collecte de fonds. Notre analyse se fonde sur une partie de l'enquête menée collectivement au sein du projet MODIPIC (porté par le laboratoire GRESEC et financé par le Labex ICCA) en 2016-2017.

Marine Jouan (Télécom ParisTech, France)

Fondateurs de plateformes de financement participatif : principes et contradictions

L'objectif de la présentation sera d'étudier les discours utilisés par les professionnels français du financement participatif pour qualifier et promouvoir leur activité et définir les contours d'un imaginaire du financement participatif. Questionner les idéologies que les professionnels développent dans leurs discours permet d'identifier comment les utopies s'incarnent dans des dispositifs socio-techniques. Il s'agit de comprendre les imaginaires qui sont à l'origine de la création et du fonctionnement des plateformes.

L'enquête se base sur un matériau hybride : des entretiens avec des fondateurs de plateformes, des observations de réunions de professionnels du secteur et des sources secondaires comme des discours de fondateurs lors d'évènements publics et des interviews dans les médias. Quelles sont les conceptions et valeurs fondatrices de ces plateformes ?

Quels sont les supports argumentatifs sur lesquels s'appuient les professionnels du financement participatif pour développer leur activité ? Cet exposé montrera l'extrême hétérogénéité des discours selon les types de plateformes. Si les acteurs mobilisent le même terme - financement participatif - pour désigner leur activité, ils se structurent autour de logiques différenciées. Malgré ces différences, les professionnels revendiquent aussi des principes communs comme celui de « redonner du sens à son argent ».

Éric George, Simon Claus et Svet Doytchinov (Université du Québec à Montréal, Canada)

Les plateformes : acteurs et interfaces au cœur du financement participatif.

Le cas du Canada

Nous proposons dans le cadre de notre présentation d'aborder le thème du financement participatif à partir de l'analyse des plateformes, le terme renvoyant à la fois à l'interface qu'il est possible de consulter et avec laquelle nous pouvons interagir et aux entités qui en sont à l'origine, individus et /ou organisations. Ces plateformes constituent d'ailleurs le lien principal, matériel, des relations entre les différents acteurs participant aux activités de financement participatif. Nous nous intéresserons aux caractéristiques de ces interfaces en effectuant une comparaison entre quatre d'entre elles qui connaissent des situations fort différentes les unes des autres mais qui déploient leurs activités au Canada, à savoir Haricot, Kickstarter, la Ruche et Ulule Canada. Nous verrons notamment comment ces interfaces participent de la structuration des modèles socioéconomiques de ces plateformes. Nous porterons aussi notre attention sur les questions d'ordre méthodologique, à commencer par la temporalité des observations. Enfin, nous concluons sur l'importance d'étudier ces plateformes en revenant sur le fait que si le géant américain Kickstarter a décidé d'acquérir la plateforme canadienne Huzza, c'est avant tout pour justement enrichir sa propre interface en y rajoutant des nouvelles fonctionnalités, grâce au savoir-faire développé par la compagnie rachetée.

Comité scientifique

Vincent Rouzé (Université Paris 8, Cemti, coordinateur du programme ANR Collab)

Loïc Ballarini (Université de Lorraine, Crem)

Stéphane Costantini (Université Paris 13, Labsic)

Marc Kaiser (Université Paris 8, Cemti)

Jacob Matthews (Université Paris 8, Cemti)

Comité d'organisation

Hélène Falgayrettes

Lydie Cuny, Josette Linder, Cédric Sabbatucci (Cellule Finorg, Crem)

Affiche et programme : Méлина Charoy (Studio Édicom, Crem)



Accès à l'Île du Saulcy-Metz Depuis la gare de Metz prendre la **ligne B** du METTIS (MB) direction **Université Saulcy** (environ 20 minutes de trajet)

crem-contact@univ-lorraine.fr
collab.sciencesconf.org