

## **Au26 – Audition Laurie Schmitt et Mabrouka El Hachani**

09/03/26 à 14h

**Personnes auditionnées** : Laurie Schmitt (Lyon 3), Mabrouka El Hachani (Lyon 3),  
Présents : Jocelyn Monchamp (ministère de la Culture), Pierre Mariotti (CNC), Franck  
Queyraud (Limédia Grand Est), Laure Mallet (médiathèque de Rétiers), Isabelle Chareyron  
(BDP Haute-Loire), Alexis David (IB), Joseph Minster (IB).

**Laurie Schmitt** est maître de conférences à l'université Lyon 3. Elle conduit des recherches en socio-économie du cinéma et de l'audiovisuel, avec un focus particulier sur les plateformes de vidéo à la demande en France. Elle a dirigé pendant cinq ans, avec Vincent Bullich, un programme de recherche réunissant trois laboratoires (GRESEC, ELICO, Marge) et une quinzaine d'enseignants-chercheurs. Ce programme a permis d'étudier l'offre VOD française, d'échanger à plusieurs reprises avec le CNC sur l'aide sélective à la diffusion, et de travailler étroitement avec des acteurs régionaux comme Tënk en Auvergne-Rhône-Alpes. Ces enquêtes ont analysé les relations avec les prestataires, les usages des publics et les pratiques spécifiques des médiathèques et bibliothèques.

**Mabrouka El Hachani** est professeure en sciences de l'information et de la communication à l'université Lyon 3, où elle pilote le master Stratégie informationnelle et documents numériques. Elle dispose d'un double parcours professionnel : dix ans comme documentaliste audiovisuel dans une chaîne de télévision européenne, où elle a accompagné les transformations numériques de la production à l'archivage, puis une carrière académique centrée sur les usages du numérique par des publics spécifiques (jeunesse, handicap, seniors). Ses recherches portent sur la médiation dans les institutions culturelles, notamment en bibliothèque publique. Elle a publié sur les dispositifs tactiles comme les tablettes (BM de Lyon), qui décroissent les collections traditionnelles et interrogent la valorisation des catalogues d'applications. Elle travaille aussi l'éditorialisation, la transmutation de l'objet-livre et la création de contenus multimédias jeunesse avec des collègues canadiens.

### **Fragmentation de l'offre VOD et positionnement stratégique des acteurs**

Les échanges débutent par un retour au contexte des travaux de recherche récents, dont certains papiers publiés fin 2025 ont été intégrés à la bibliographie des groupes de travail du projet.

Laurie Schmitt souligne la fragmentation et la mauvaise lisibilité de l'offre VOD : avec ses collègues, elle a interrogé une soixantaine d'acteurs. Leur recensement propre – réalisé en

2019 puis 2023 – atteint 90 à 130 services en France (chaque acteur n'étant compté qu'une fois, indépendamment des interfaces comme Prime ou Netflix).

Ces chiffres peuvent être comparés avec d'autres sources : l'Observatoire européen audiovisuel en dénombre 320 (comptabilisant les doublons multiplateformes, ex. TF1+ sur plusieurs services), tandis que le CNC et l'Arcom ont leurs propres listes. Le grand public n'en cite spontanément qu'une dizaine, malgré cette abondance. Le paysage est mouvant mais complémentaire : les multi-abonnements sont fréquents chez les usagers, et l'on observe une concurrence mêlée de collaborations dans ce microcosme interconnecté.

Les bibliothécaires s'interrogent sur les raisons pour lesquelles certains acteurs de la vidéo à la demande choisissent de proposer des offres pour les bibliothèques et les médiathèques, tandis que d'autres n'y songent même pas. Laurie Schmidt souligne que cette interrogation n'a pas été posée de manière frontale aux plateformes lors des enquêtes auxquelles elle a contribué, mais le constat principal est l'extrême fragmentation de l'offre VOD en France. Cette hétérogénéité ne se limite pas aux acteurs internationaux dominants : de nombreux services variés existent, mais leur visibilité reste un défi majeur, y compris pour le grand public qui ignore la plupart d'entre eux. Même les catalogues eux-mêmes passent inaperçus, ce qui complique grandement la constitution d'offres cohérentes par les bibliothèques. L'enjeu principal pour ces acteurs réside dans la viabilité économique de leurs modèles, un problème partagé par l'ensemble du secteur. En France comme à l'international, les plateformes peinent souvent à assurer une simple rentabilité minimale, sans parler de bénéfices substantiels. Avant même d'envisager une offre spécifique pour les bibliothèques, chaque éditeur doit résoudre l'équation de sa propre survie.

Le passage en mode BtoB (vers les institutions) accentue cette difficulté, car les acteurs perdent le contact direct avec les publics finaux, essentiels pour affiner leurs catalogues, leurs tarifications et leurs stratégies. Ils dépendent alors de données tierces sur les usages, les films visibles ou manquants, ce qui rend l'équilibre encore plus fragile dans ce marché de niche en croissance mais précaire.

La connaissance fine des publics par les bibliothèques est néanmoins un atout majeur qui pourrait être valorisé auprès de certaines plateformes : qui mieux qu'elles maîtrise les spécificités territoriales et les populations locales ? Ces médiateurs culturels représentent une valeur ajoutée stratégique pour pallier ce manque.

L'idée d'un portail mutualisé regroupant plusieurs plateformes, potentiellement soutenu par la puissance publique, est évoquée comme piste prospective. Mais à supposer qu'il permette vraiment de construire une proposition plus complète que ce qui existe déjà, un chantier d'une telle ampleur reste difficile à mettre en place. Il nécessitant un pilotage clair (« qui pilote l'avion ? »), une réflexion collective sur les droits de diffusion, des interfaces dédiées, et la mobilisation d'acteurs concurrents. In fine, seuls quelques services s'engagent actuellement dans des démarches de mutualisation, comme Tënk (coopérative éducation populaire), Arte médiathèque ou Univerciné/Cinetek, souvent mus par une logique de service public. Si l'enjeu est d'avoir plus d'acteurs allant dans ce sens, il faut parvenir à montrer quel intérêt ces mutualisations présentent. Des fusions récentes, comme celle de Filmo et Univerciné, interrogent l'avenir de la médiathèque numérique : potentiellement enrichissante pour les catalogues, mais incertaine dans sa mise en œuvre.

## Discussion autour de retours d'expérience de terrain : contraintes budgétaires, modèles tarifaires

En réponse à Laurie Schmidt, Jocelyn Monchamp exprime des interrogations sur l'avenir de la médiathèque numérique, suite à la fusion fin 2025 entre CVS et Toutapprendre. La holding de Toutapprendre, qui détenait déjà un accord avec Arte médiathèque pour la diffusion, a acquis une participation majoritaire dans CVS, son principal concurrent grand public. Ce mouvement soulève des questions sur le positionnement futur de l'offre. Il aborde ensuite la complexité des publics cibles en bibliothèque : les offres VOD peuvent compléter ou remplacer les DVD physiques, ou servir de produit d'appel pour attirer de nouveaux usagers. Dans les médiathèques territoriales ouvertes à tous, les besoins restent flous, créant une tension entre une offre cinéphile/territoriale (ex. Cinémathèque de Bretagne) et des films familiaux grand public.

Laure Mallet confirme cette difficulté à cerner les non-fréquentateurs. À Rétiers, CVS et Arte VOD ont connu un vrai succès (visionnages alignés sur les achats DVD : nouveautés médiatiques des 6 derniers mois), mais les crédits ont été réduits jusqu'à l'arrêt complet faute de budget. La tarification VOD pose problème : un DVD cher se prête quasi indéfiniment (100 fois ou plus), tandis que la location limitée à 2 jours devient prohibitive pour les territoires aux budgets contraints. Les usagers regrettent toujours ces services disparus, preuve d'une appropriation réussie.

Franck Queyraud précise lui que Limédia est une bibliothèque numérique atypique (11 réseaux dans le Grand Est, 700 000 usagers), avec pour projet d'intégrer des bibliothèques départementales. CVS a généré un succès phénoménal mais intenable financièrement (le paradoxe étant que plus il y a d'usages, plus il y a de coûts). Limédia a dû rebasculer sur Arte médiathèque : forfait avec une sélection de films disponibles + 6 jetons/mois accordés par usagers (3 en moyenne étant utilisés : les films les plus récents coûtent 2 jetons, d'autres sont à 0,5 jetons, le public regarde en moyenne 50% de vieux films / 50% de films récents ; 10 899 films sont proposés à l'instant t). Fin 2025, la consultation de la médiathèque d'Arte a dépassé la consultation des contenus qui étaient proposés sur CVS, malgré l'image « intello » de la plateforme. Finalement, l'offre CVS correspondait peut-être moins au public de Limédia. Une enquête menée en 2025 (par Claude Poissonnier, Nancy) confirme que le public regarde des choses très diversifiées. D'abord les livres numériques, puis les films, et la presse. Limédia fait un travail de médiation via une lettre bimestrielle (taux d'ouverture > 50%).

Le modèle de l'ADAV (achat titre par titre comme pour les DVD physiques) est séduisant mais nécessite un investissement important et ne permet pas de proposer autre chose. Et l'ADAV a été mis en difficulté par le modèle (peu de bibliothèques ont finalement choisi de l'adopter).

Laurie Schmitt souligne que les tensions économiques que suscitent les modèles des plateformes (à l'acte, forfait, bouquets imposés) nécessitent peut-être d'identifier de nouveaux leviers de négociation. Peut-être y-a-t-il une marge de manœuvre en fonction de la politique tarifaire que l'on met en place dans les médiathèques (l'accès à des vidéos doit-il faire partie du service de base ?).

Généralement, le service est gratuit via l'inscription bibliothèque. À Limédia, il suffit d'être inscrit (certaines bibliothèques adhèrent à Limedia sont gratuites, d'autres payantes à tarif modique ; Nancy a restreint la gratuité aux résidents). Isabelle Chareyron précise qu'il y a pour la BDP 43 une participation des communes, mais que les usagers paient seulement leur adhésion (décalage gratuité/payant). Laure Mallet (Rétiers) confirme : généralement, c'est un package tous services, sans surcoût de l'abonnement pour avoir accès à la VOD.

Mabrouka El Hachani souligne que cela pose la question de l'égalité d'accès à la culture : tout le monde ne peut pas souscrire à un abonnement Netflix. Il faut sans doute que les institutions parviennent à négocier des tarifs forfaitaires, comme la BM de Lyon l'a fait pour les applications.

Jocelyn Monchamp évoque l'exemple de la Finlande : la Bibliothèque nationale a mis en place très récemment une plateforme de ressources numériques accessibles dans toutes les bibliothèques. Pour financer les acquisitions annuelles, une contribution modique est demandée à chaque usager de bibliothèque en Finlande (1-3€/an), afin de permettre à la bibliothèque nationale d'autofinancer les acquisitions numériques (essentiellement des livres pour l'instant).

Laurie Schmidt rappelle les contraintes induites par la chronologie des médias et la nécessaire rémunération des ayants droits : il n'est pas possible d'avoir accès à des films récents via un paiement forfaitaire. Il faut nécessairement passer par un paiement à l'acte (achat ou location) pour avoir accès à des films dans la première fenêtre après la salle (4 mois) qui correspond aussi à la fenêtre des DVD et des BluRay.

### **Curation, médiation et lien physique / numérique**

Les échanges portent ensuite sur les stratégies d'éditorialisation des plateformes VOD : tous les acteurs fonctionnent-ils avec des algorithmes opaques uniformes ou observe-t-on des approches variées (territorialisation Tènk/Cinetek, festivals Mubi) exploitables par les bibliothèques pour leur curation ?

Laurie Schmitt précise que leurs recherches ont écarté les géants américains algorithmiques pour se concentrer sur les services français, majoritairement éditoriaux avec recommandation humaine. Cette approche répond aux attentes des distributeurs/cataloguistes (préférence éditoriale), aux critères CNC (aide sélective exige dimension humaine), et à l'efficacité prouvée de la prescription pair-à-pair (amis, médiateurs comme bibliothécaires).

Mabrouka El Achmi ajoute que la question de la prescription reste essentielle pour les bibliothèques et les institutions culturelles. Il est toujours utile de recommander et de mettre en avant des contenus, car cela fait partie des missions mêmes de ces structures. On peut faire un parallèle avec les applications sur tablettes en bibliothèque : une start-up née de l'initiative d'une mère avait proposé un catalogue d'applications recommandées, construit à partir d'une grille d'évaluation collective intégrant plusieurs critères comme le prix, la gratuité ou la qualité.

Les critères de classement ou de catégorisation utilisés par les plateformes culturelles révèlent des choix : les logiques de mise en avant ne sont pas neutres, elles peuvent invisibiliser certains contenus. L'algorithme de Netflix relègue certaines productions très loin dans l'interface ce qui pose aussi une question de visibilité (par exemple pour les films réalisés par des femmes).

Un portail mutualisé pourrait être intéressant, à condition de repenser sérieusement son interface. Mutualiser permettrait de réduire les coûts, mais cela suppose aussi un vrai travail de curation sur les contenus mis en avant. L'enjeu n'est pas seulement technique : il faut surtout que les informations soient compréhensibles pour les utilisateurs finaux, et pas uniquement pour les bibliothécaires ou les médiateurs.

Mabrouka El Achmi rappelle enfin l'importance de l'intervention humaine dans tous les systèmes d'information. On cherche souvent à automatiser et à effacer les individus, alors qu'en réalité la médiation a besoin de sens, d'expérience et d'expertise. Les recommandations humaines, les retours d'expérience et la pluralité des points de vue apportent une vraie richesse et donnent du corps à la médiation.

Laure Mallet confirme que l'outil qui était utilisé dans sa bibliothèque permettait de créer des petites présentations ou des articles, mais que cela restait peu visible dans l'interface, dominée par les nouveautés. Le résultat n'était pas pleinement satisfaisant : une interface plus personnalisée, laissant davantage la main à la bibliothèque, serait préférable.

Par ailleurs les projections organisées en médiathèque nécessitent souvent des droits spécifiques, en plus des droits de consultation en VOD. Les plateformes comme CVS ou ArteVOD ne permettent pas ou pas facilement d'obtenir les droits de projection publique, ce qui complique la mission de médiation, surtout quand il n'y a plus de collection physique. Laurie Schmitt confirme que ce type d'usage ne peut pas se faire directement via ArteVOD. Au fond, les bibliothèques rencontrent les mêmes difficultés que les éditeurs de services VOD : les prestataires techniques qui conçoivent les interfaces ne permettent pas toujours une éditorialisation suffisamment fine, ce qui limite la possibilité de construire des sélections réellement riches et adaptées.

L'intérêt de dispositifs comme les tablettes ou écrans tactiles en bibliothèque est réel pour faire le lien entre les collections physiques et les contenus numériques. La BM de Lyon, étudiée par Mabrouka el Hachani, est un bon exemple de la repensée des bibliothèques comme tiers-lieu depuis le milieu des années 2010. Des espaces ont été réaménagés pour accueillir différents dispositifs numériques, dont des tablettes, intégrées dans les salles au même titre que d'autres ressources. L'objectif est de matérialiser ce qui est invisible, c'est-à-dire de rendre visible dans la bibliothèque l'accès à des contenus qui, en réalité, se trouvent à distance sur des serveurs ou des plateformes.

Ces dispositifs ne doivent pas être pensés seulement comme des outils techniques, mais comme des supports de médiation. La tablette, la borne ou l'écran ne servent pas seulement à consulter un contenu : ils permettent de créer un pont entre le lieu physique de la bibliothèque et l'usage à domicile. À Lyon, les collègues ont pu partager leurs pratiques, se former mutuellement et faire circuler leurs retours d'expérience.

Les enquêtes sur la VOD montrent que le visionnage reste souvent une pratique collective, et que les bibliothèques pourraient justement s'appuyer sur cette dimension pour proposer des formes de consultation ou de médiation partagées. Les pratiques culturelles sont souvent cumulatives : les personnes qui regardent beaucoup en ligne vont aussi souvent au cinéma, regardent la télévision ou achètent encore des DVD. Les supports ne s'annulent donc pas, ils se complètent.

Les newsletters restent un outil très efficace pour valoriser des films ou des collections. Malgré l'intérêt des réseaux sociaux, le format newsletter fonctionne bien parce qu'il permet de mettre en avant un film, une sélection ou une nouveauté de manière simple, directe et adaptée aux habitudes des publics

### **Mutualisation / Attractivité de l'offre / Chronologie des médias**

La question de la mutualisation de l'offre est ensuite évoquée. Faut-il imaginer une plateforme à l'échelle d'un département, d'une région, ou du pays ? Est-ce qu'une telle plateforme renforcerait vraiment le pouvoir de négociation des bibliothèques ? Ou risquerait-elle au contraire de crispier les ayants droit et de limiter les possibilités d'éditorialisation locale, en imposant un opérateur central qui sélectionnerait les contenus ? Il existe un contre-exemple négatif : Salto, qui était portée par TF1, M6 et France Télévisions, et qui n'a pas fonctionné malgré la puissance de ses actionnaires. Ces derniers ont finalement préféré des partenariats individuels (ex. TF1 avec Netflix).

La mutualisation est sans doute possible, mais elle dépendrait fortement de financements publics et d'une orientation claire de service public (éducation, patrimoine, diversité culturelle). Cela impliquerait de proposer sans doute de proposer des œuvres moins "attractives" commercialement – c'est justement la mission des médiathèques.

La question de l'attractivité de l'offre est complexe, l'équilibre entre contenus populaires (pour attirer) et diversité/exigence (pour la mission culturelle) étant difficile à atteindre. Proposer une offre de films attractive, diversifiée mais financièrement soutenable et sans tarification semble un gageure en l'état du droit. La chronologie des médias à laquelle sont aussi soumises les plateformes institutionnelles impose en effet une tarification à l'acte pour les films les plus récents (4 mois après sortie en salle). Les films inclus dans des abonnements doivent respecter un délai plus long après leur sortie en salle avant de pouvoir être proposés (9 à 22 mois selon les acteurs).

Combiner les deux (films à l'acte et bouquet) est le compromis vers lequel semblent se diriger certains acteurs. Hors institutions, les formule à abonnements dominant largement le marché VOD, avec les séries comme produit d'appel, idéales pour toucher les jeunes publics et non soumises à la chronologie des médias.

Il faut que les bibliothèques soient présentes ou représentées au sein des discussions sectorielles (ex. Festival Lumière et ses marchés), où elles sont aujourd'hui absentes, contrairement aux salles, producteurs ou distributeurs. À défaut de peser réellement (leur poids économique reste faible par rapport à d'autres acteurs du secteur), cela permettrait de faire entendre leurs besoins, notamment dans la perspective d'une révision possible de la chronologie en 2026.