Biens Symboliques / Symbolic Goods

Revue de sciences sociales sur les arts, la culture et les idées

9 | 2021
Varia

La persistance de l'attachement aux biens culturels physiques

Persisting attachment to physical cultural goods

Quentin Gilliotte

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/bssg/864>

DOI : 10.4000/bssg.864

ISSN : 2490-9424

Éditeur

Université Paris Lumières

Référence électronique

Quentin Gilliotte, « La persistance de l'attachement aux biens culturels physiques », *Biens Symboliques / Symbolic Goods* [En ligne], 9 | 2021, mis en ligne le 27 décembre 2021, consulté le 13 janvier 2022.

URL : <http://journals.openedition.org/bssg/864> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/bssg.864>

Ce document a été généré automatiquement le 13 janvier 2022.

Biens Symboliques / Symbolic Goods

La persistance de l'attachement aux biens culturels physiques

Persisting attachment to physical cultural goods

Quentin Gilliotte

Fig. 1.

Étagère de livres, comics, jeux vidéo et figurines

© Quentin Gilliotte

- 1 Pourquoi continuer à acheter et à mobiliser des vinyles, des CD, des DVD ? Pourquoi prendre le temps de déposer un vinyle sur une platine ? Pourquoi vouloir accumuler l'entièreté des coffrets DVD de sa série préférée ?
- 2 Dans le cadre de la consommation de biens culturels, la transition du physique au numérique ne fait aucun doute. Les ventes de CD et de DVD se sont effondrées, tandis que le téléchargement puis le streaming en ont l'un après l'autre pris le relais (Gfk

2020; SNEP 2019). Dans les secteurs de la musique et de la vidéo, l'année 2018-2019 a été le pivot de cette transition : le marché des ventes numériques de musique a dépassé celui des ventes physiques en France grâce au streaming audio, tandis que sur le marché de la vidéo, les trois modes de consommation dématérialisée dépassent les 60% du marché.

- 3 Paradoxalement, malgré la numérisation des pratiques, plusieurs phénomènes montrent la persistance (parfois même le renouveau) de la consommation culturelle des biens physiques. Ainsi, 53,2 millions de DVD ont été achetés en 2018 (GfK 2019). En 2018, ce sont plus de 3,5 millions de vinyles qui ont trouvé preneurs, contre 3,15 en 2017 – soit une augmentation de 11 points (SNEP 2019), représentant 20% du marché physique de la musique. La même année, la vente de CD rapportait toujours près de 200 millions d'euros (SNEP 2018). Évidemment, ces données ne prennent en compte que les acquisitions récentes et laissent donc dans l'ombre les ventes de biens culturels d'occasion, qu'il s'agisse des cassettes audio, cartouches de Super Nintendo, laser-discs et autres formats plus ou moins *vintage* ou susceptibles de compléter les collections d'*afficionados*. En outre, peu d'études statistiques renseignent sur la façon dont les biens physiques déjà accumulés par le passé sont de nouveau mobilisés.
- 4 Deux discours sont souvent associés à cet équilibre entre physique et numérique. D'une part, le numérique s'articule autour d'une double promesse d'accessibilité. L'offre, pléthorique, paraît infinie et les catalogues gagnent un nombre colossal de références au fur et à mesure de leur existence, entre nouvelles productions et acquisition de licences déjà existantes. Par ailleurs, le numérique présente cet autre avantage de fortement réduire les contraintes d'accès aux biens. Écouter de la musique ou regarder des films et séries via Deezer, YouTube, Netflix et consorts peut se faire effectivement presque n'importe où, n'importe quand, sur presque n'importe quel support technologique, qu'il s'agisse d'ordinateurs fixes, portables, de téléphones ou de tablettes. Comment alors ne pas préférer le numérique ? Pour autant, la dématérialisation des biens culturels a été également associée à une « dépossession » : avec le numérique, on ne posséderait plus les biens culturels. Certains collectionneurs, amateurs et experts s'émeuvent alors de la perte du support, perte d'affection, perte d'attachement, signe même d'une « impossession » (Chantepie 2017; Petrover 2015).
- 5 Si plusieurs travaux ont montré l'importance du livre papier et de la dimension sensorielle de la pratique qui y est adossée (Guittet 2020), en revanche l'importance de la matérialité des biens médiaculturels (musique, séries, films et jeux vidéo) a été bien moins traitée. Les études sur le tournant numérique ont en partie masqué le questionnement sur la rémanence de formats antérieurs. Ainsi, les usages des biens médiaculturels numériques ont été largement étudiés ces dernières années (Béhec, Crépel, Boullier 2014; Beuscart 2017; Granjon & Combes 2008; Le Guern 2016; Perticoz 2009), tandis que les travaux sur la persistance des biens physiques sont bien plus rares. Les quelques-uns publiés ces dernières années (Chaney 2009; Legault-Venne, Laplante, Leblanc-Proulx, Forest 2016; Magaouda 2011; Nguyen, Dejean, Moreau 2014) se focalisent principalement sur le cas de la musique. Quelle place ont les biens culturels physiques aujourd'hui ?
- 6 Nous nous appuyons sur plus de soixante entretiens semi-directifs approfondis, diversifiés en termes d'âge, d'origine sociale, de niveau de diplôme et de lieu de résidence, ainsi que sur les résultats d'un questionnaire administré auprès de plus de 2 000 répondants. Après avoir conçu le questionnaire, nous avons fait appel à un

institut d'études (Médiamétrie) pour administrer le questionnaire par méthode des quotas à partir des variables de niveau de diplôme, d'âge, de genre et de PCS. Les données du questionnaire ont été soumises à une Analyse des Correspondances Multiples (ACM) et à une Classification Ascendante Hiérarchique (CAH), qui ne seront pas mobilisées dans cet article mais ont permis de contribuer à la diversification des profils interrogés¹.

1. Saisir les capacités réflexives face à l'hétérogénéité des pratiques

7 Les entretiens ont été menés en deux temps, regroupant une trentaine d'enquêtés à chaque fois. La première phase d'entretiens a permis de tester certaines hypothèses, valider certains partis pris dans le choix des enjeux traités, et construire en amont l'enquête quantitative. Parmi les 2000 répondants au questionnaire, 500 ont accepté de faire des entretiens à domicile. Dans le cadre d'une seconde vague d'entretiens il a été ainsi possible de se concentrer sur le recrutement de d'individus présentant des profils peu représentés au sein de la première vague, en particulier des individus faiblement investis dans la consommation de biens culturels et/ou issus de milieux populaires.

Tableau 1. Répartition par sexe des enquêtés de l'enquête qualitative

Hommes	Femmes	Total
29	34	63
46 %	54 %	100 %

Source : Quentin Gilliotte

Tableau 2. Répartition par âge des enquêtés de l'enquête qualitative

18-25 ans	26-35 ans	36-45 ans	46-55 ans	56-65 ans	66 et plus	Total
10	18	9	8	14	4	63
16 %	29 %	14 %	13 %	22 %	6 %	100 %

Source : Quentin Gilliotte

Tableau 3. Répartition par PCS des enquêtés de l'enquête qualitative

Agriculteurs exploitants	Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	Cadres et professions intellectuelles supérieures	Professions Intermédiaires	Ouvriers et employés	Étudiants	Retraités	Sans activité (hors retraite et études)	Total

1	9	6	6	16	7	8	10	63
2 %	14 %	10 %	10 %	25 %	11 %	13 %	16 %	100%

Source : Quentin Gilliotte

Tableau 4. Répartition par PCS simplifiées des enquêtés de l'enquête qualitative

PCS -	PCS moy publiques	PCS moy privées	PCS +	Sans activité professionnelle	dont étudiants	Total
11	10	13	10	19	7	63
17 %	16 %	21 %	16 %	30 %		100 %

Source : Quentin Gilliotte

- 8 Les résultats de l'enquête quantitative ont permis notamment de fournir des données de cadrage de première main sur la question du recours aux biens culturels physiques et numériques. De très nombreuses études mettent en avant l'idée d'un régime numérique « dans le sens de configuration peu structurée d'éléments, moins rigide que les termes "institution" ou "époque", mais englobant des éléments à la fois matériels et immatériels ayant suffisamment de caractéristiques communes pour produire un effet systémique. Le régime numérique est donc à la fois discours tenus sur le numérique et usages quotidiens de cette technologie. » (Prior 2012). Cette notion de régime numérique s'avère pertinente pour décrire un certain nombre de situations, notamment un processus en cours de transformation. Néanmoins l'analyse des données quantitatives tend à montrer que nous sommes très clairement dans un régime « mixte », au sein duquel les individus mobilisent à la fois les biens physiques et les biens numériques.
- 9 Ainsi, il a été demandé aux répondants d'indiquer les supports qui avaient été mobilisés sur les trente derniers jours, parmi des supports physiques (CD, DVD, vinyle, cassettes, laser-discs, jeux vidéo en boîte ou cartouche) et des supports numériques (aussi bien en streaming que téléchargés). Autant le recours aux biens numériques chute brutalement à mesure qu'augmente l'âge des répondants, autant le recours aux biens physiques « résiste » bien davantage. Alors que 37 % des 50-64 ans ont mobilisé un support CD sur les 30 derniers jours, ils sont 21 % des 15-24 ans à l'avoir fait également sur la même période. L'écart est encore plus faible pour le DVD, avec respectivement 27 % et 34 % pour les mêmes classes d'âge. Comment expliquer cette persistance du recours aux biens physiques, y compris chez les plus jeunes ?
- 10 Du côté de l'usage, notre enquête quantitative montre clairement que la passion pour un domaine va de pair avec la mobilisation de plusieurs supports, à la fois physiques et numériques. L'une des variables du questionnaire permettait aux enquêtés de déclarer un niveau d'intérêt pour les différents domaines étudiés. Ainsi, les personnes qui se disent « passionnées » de musique (20 % de la population de l'enquête) mobilisent bien plus que l'ensemble de la population sur les 30 derniers jours tous les supports de musique enregistrée proposés, physique ou numérique, et en particulier le streaming

(+22 points), le CD (+15 points) et le téléchargement (+14 points), mais également dans une moindre mesure le vinyle (+7 points) et les cassettes audio (+3 points). De même, les individus qui se disent « passionnés » de films mobilisent bien plus les différents supports audiovisuels, tout particulièrement le streaming (+12), le téléchargement (+9), les DVD (+8) et les Blu-Ray (+8), les VHS étant très marginales. Le recours aux biens physiques est en effet particulièrement présent chez les individus les plus investis dans les différents domaines étudiés (films, séries, musique et jeux vidéo en particulier).

- 11 Au-delà de l'usage, se pose également la question de l'attachement aux choses. Une variable permet notamment de savoir à quel support les répondants du questionnaire sont particulièrement attachés, sur une liste de plus d'une dizaine de supports, à la fois physiques et numériques. Premier constat : l'attachement aux biens culturels se manifestent presque essentiellement pour des biens physiques. L'attachement à l'objet livre est incontestable puisque 38 % des répondants déclarent qu'il s'agit du support auquel ils sont le plus attachés (38 %). Viennent ensuite le vinyle (12 %), le CD (9 %) et le DVD/Blu-Ray (6 %), devant tous les autres supports. Le fait que la question était à choix unique ne doit pas masquer, parmi les enquêtés déclarant avoir un attachement à l'objet livre, la pluralité de leurs dilections pour d'autres types de supports.
- 12 Lorsqu'on s'intéresse à cet attachement aux biens médiaculturels physiques, la lecture par les PCS fait particulièrement ressortir les catégories des retraités et des étudiants, qui sont de fait très marquées par l'âge. On remarque néanmoins une légère surreprésentation des employés dans leur attachement au CD (+5 points) et au DVD/-Blu-Ray. De même, l'influence du niveau de diplôme est peu marquée avec là encore moins de 3 % d'écart entre les individus avec un niveau de diplôme inférieur au bac, et ceux ayant un niveau de diplôme supérieur à bac +4, que ce soit pour le CD, les DVDs-Blu-Ray ou le vinyle. Un résultat qui tranche complètement avec les données concernant la lecture et le rapport à l'objet livre, où les différences tant en termes de PCS (14 points d'écart entre PCS+ et PCS-) ou de niveau de diplôme (21 points d'écart entre les individus avec un niveau de diplôme inférieur au bac et ceux ayant bac+4) sont bien plus marquées et montrent clairement l'attachement au livre nettement supérieur chez les classes dominantes.
- 13 En revanche, deux variables influent fortement sur l'attachement aux biens médiaculturels physiques. On retrouve d'abord la variable d'intérêt déclaré pour un domaine puisque les personnes qui se déclarent « passionnées » de musiques sont surreprésentées parmi celles qui déclarent avoir le vinyle comme support auquel ils sont le plus attachés (21 %). Le même constat peut être fait dans une moindre mesure pour le CD (14 %). De même, les « passionnés » de films sont surreprésentés parmi ceux qui déclarent être attaché particulièrement aux DVDs et Blu-Ray (14 %).
- 14 L'autre variable clé est l'âge : on observe une réelle correspondance entre l'âge des enquêtés et les supports préférés, notamment ceux qui étaient communs lors de leurs jeunes années. Ainsi, l'attachement au CD est surreprésenté chez les 25-34 ans (16 %) et très sous-représenté chez les plus de 65 ans (4 %). De son côté, l'attachement au vinyle est sur-représenté chez les 50-64 ans (19%), et sous-représenté chez les 15-24 ans (9 %). Il y a un effet croisé assez net de l'âge et de la variable d'intérêt déclaré pour un domaine, déjà parce que les passions culturelles, à l'exception notable du livre, sont très marquées chez les plus jeunes. En effet, le niveau de diplôme ou la PCS jouent peu parmi les personnes qui se disent « passionnées » de musique, de films, de séries. Les individus des classes supérieures préfèrent se déclarer comme étant plutôt comme des

« amateurs », en général dans un plus grand nombre de domaines différents, signe peut-être d'une forme d'omnivorisisme (Peterson 2004), ici appliqué à un investissement dans différents secteurs. La passion tend à être associée, dans les faits et dans les représentations, à une caractéristique plutôt juvénile, même quand elle survient chez des adultes (Maigret 2002) et parfois même populaire, parce qu'elle s'oppose probablement à la figure de l'ascétisme bourgeois (Bourdieu 1979)².

- 15 Une autre des questions de l'enquête quantitative propose aux répondants de se situer sur une échelle de Likert à partir de la proposition suivante : « malgré le numérique il est important de posséder des biens physiques ». Près de la moitié des répondants (47 %) est tout à fait d'accord avec cette affirmation, et seulement 5 % n'est pas du tout d'accord. On retrouve globalement les mêmes résultats que ceux présentés précédemment, avec une faible pertinence de la lecture par PCS ou niveau de diplôme, et à l'inverse un certain poids de la variable d'âge et surtout des variables d'intérêt déclaré par domaine : ce sont principalement les passionnés, de musique, séries ou films, qui sont très fortement sur-représentés parmi ceux qui sont « tout à fait d'accord » (+ 13 points). En somme, il est difficile de saisir ce recours aux biens médiaculturels physiques selon les variables qui sont considérées habituellement comme des indicateurs du volume du capital, en particulier du capital culturel.
- 16 Du côté de l'enquête qualitative, le constat est assez similaire. Ainsi, les enquêtés qui ont été retenus pour cet article parmi les 63 personnes interrogées sont ceux qui de fait sont investis affectivement dans des formes matérielles de consommation médiaculturelle, ce qui tend à exclure les catégories les plus populaires – plus investies notamment dans la consommation médiatique, en particulier la télévision –, mais également les enquêtés des classes supérieures qui tendent davantage à se focaliser sur les livres – probablement la consommation culturelle domestique la plus légitime. En somme, que ce soit à la lumière du terrain qualitatif ou quantitatif, on peut faire l'hypothèse que cet attachement aux biens médiaculturels physiques est davantage l'œuvre d'individus situés à une position intermédiaire de la hiérarchie sociale et/ou que cet attachement aux biens physiques est présenté de façon plus transversale, mais portant sur des contenus qu'on sait être par ailleurs socialement différenciés.
- 17 Il faut dire qu'en parallèle se joue, en trame de fond, un éternel débat entre sociologues de la culture sur les transformations des hiérarchies culturelles, qu'il s'agisse de la montée des dissonances et de la baisse de la légitimité littéraire et artistique (Lahire 2006), de l'essor du modèle omnivore/univore (Peterson 2004), et des différents amendements au modèle bourdieusien, notamment autour de l'éclectisme culturel (Coulangeon 2011). Certains vont même jusqu'à voir un basculement à 90° de l'espace des styles de vie de *La Distinction* en annonçant la fin de la hiérarchie culturelle classique au bénéfice d'une hiérarchie intra-genres culturels (Glevarec 2005). Si les termes ou les concepts se multiplient, le constat de fond d'une hétérogénéisation des régimes de valeur de la consommation culturelle se fait dense et complexifie la lecture des profils intermédiaires, moyens, au milieu du gué, qui peuvent cumuler goût et pratiques très légitimes et très illégitimes. Sans compter le fait que de nombreux travaux mettent en avant l'importance croissante de la variable d'âge, segmentant parfois davantage les pratiques que d'autres variables socio-démographiques (Glevarec & Pinet 2013; Octobre 2014; Octobre, Détrez, Mercklé, Berthomier 2011; Pasquier 2005).
- 18 Dans un tel contexte, comment saisir ce recours aux biens culturels physiques au sein d'une population marquée par une forte hétérogénéité des pratiques et des

portefeuilles de goût ? De fait, il serait possible de mener une analyse en termes de dispositions (Lahire 2006) afin d'analyser les conditions de socialisation culturelle des individus, mais qui invite davantage, dans le recours aux méthodes qualitatives, à mobiliser le récit de vie comme outil de recueil des données et le portrait comme outil d'analyse (Lahire 2008, 2019). Cependant, les entretiens menés dans le cadre de notre recherche se sont particulièrement focalisés sur les « art de faire » (Certeau 1990) des individus et permettent d'éclairer la grande diversité et complexité des capacités réflexives des individus qui pour la plupart ne sont ni entièrement dominants ou entièrement dominés. Les entretiens montrent que les individus interrogés ont conscience de ces enjeux de légitimité et sont amenés à se situer par rapport à ces conventions, notamment parce que les individus sont également familiarisés avec les grandes théories sociologiques, de façon plus ou moins vulgarisée, ce que Danilo Martuccelli appelle notamment la « sociologisation » des individus (2010) et que Cyril Lemieux qualifie de « performativité de la sociologie » (2018).

- 19 Quel cadre pour rendre compte de cette réflexivité en action ? Cet article s'inscrit dans le cadre d'une sociologie pragmatique qui vise à déplier les modalités des goûts et des attachements des individus pour les choses en fonction de différentes grammaires (Lemieux 2009) comme autant de situations sociales consistant en un ensemble de règles à suivre pour agir « correctement » mais dont les individus peuvent s'éloigner. Selon cette perspective, les actions des individus obéissent à une forme de rationalité selon la grammaire dans laquelle elle s'inscrit, faisant qu'il y a toujours une raison à l'action. A ce titre, nous faisons notre le principe d'internalisme de la sociologie pragmatique (Lemieux 2018), qui se rapproche en grande partie de la démarche compréhensive weberienne, en particulier dans le fait de « prendre au sérieux la façon dont ces acteurs définissent eux-mêmes ce qui est important ou pas ou ce qui ne l'est pas, ou encore ce qui est réel de ce qui ne l'est pas » (p. 19). Il s'agit de saisir les pratiques, les représentations, les discours de nos enquêtés vis-à-vis de leurs biens culturels, au croisement entre des routines – non comme la répétition du même mais comme « le renforcement d'une tendance à agir » (p. 41) – et des dispositifs « qui ont pour principale propriété de conduire les individus à faire ce qu'ils ne feraient pas forcément » (p. 44). Les travaux en sociologie de la culture ont plus que démontré la place de la socialisation primaire et secondaire (Eloy 2014, 2015; Lahire 2006; Mauger, Poliak, Pudal 2010; Octobre & Berthomier 2012) dans la formation des goûts et des pratiques et les rapports de pouvoir qui traversent les consommations culturelles. Ici, il s'agit plutôt de comprendre comment les propriétés sensibles d'un objet participent à l'activité de l'amateur (Hennion 2004, 2009).
- 20 On sait déjà que les formats ont un impact sur les usages et les formes d'attachement que développent les individus vis-à-vis des biens culturels. Les travaux d'Antoine Hennion et Sophie Maisonneuve (Hennion, Maisonneuve, Gomart 2000) ont ainsi déjà montré comment le format CD transforme l'expérience de consommation de la musique, par un phénomène que les auteurs nomment « discomorphose » : la substitution de l'album à la musique live comme référence a ainsi par exemple introduit l'idée de cohérence d'un album, de l'importance de l'ordre des pistes. Par la suite, Granjon et Combes ont montré les effets de la numérimorphose des pratiques de consommation (2008), avec l'essor de l'écoute fragmentée, du zapping et de la constitution de playlists. De la même façon pour les biens audiovisuels, posséder le DVD d'un film et regarder ce même film sur une plateforme de streaming constituent deux formes différentes d'expérience prenant des sens divers pour les amateurs. À quoi

répond l'usage chez un même individu à la fois de supports numériques et de supports physiques ? Comment expliquer la persistance de certains formats physiques malgré l'essor des biens culturels numériques ?

- 21 Nous verrons ici que le recours aux biens physiques s'articule autour de deux pôles, opposant facilité et contrainte. D'une part, ces supports physiques présentent des avantages « pratiques », favorisant pour beaucoup d'enquêtés leur mobilisation au quotidien, qu'il s'agisse de les reconsommer, de les avoir à portée de main, de les faire circuler. L'immédiate disponibilité des supports physiques dans l'espace domestique est souvent présentée comme un avantage décisif. Les objets étant à portée de main, ils peuvent être facilement saisis, manipulés, et évidemment consommés. De plus, ils procurent pour les enquêtés la sensation d'être réellement possédés, contrairement aux biens numériques. C'est également ce qui ressort de l'enquête quantitative, puisque 84 % des personnes interrogées étaient d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation suivante « avec le numérique on ne possède pas vraiment les biens culturels que l'on consomme ». Or certaines œuvres se « doivent » d'être possédées, parce qu'elles importent particulièrement aux yeux de certains individus et parce que la matérialité de l'objet est parfois insubstituable avec les biens numériques.
- 22 D'autre part, ces biens présentent également un certain nombre de contraintes faites vertus, qui viennent alimenter le plaisir et permettent de recréer de la rareté, de la singularité dans l'expérience de consommation. L'acquisition physique de biens culturels continue à se faire dans un certain nombre de cas précis qui ne dépendent ni de contraintes techniques, ni d'un problème de compétences, ni de simples phénomènes de circulation ou de don : ils « répondent » à des besoins spécifiques, dans certaines situations, et s'avèrent complémentaires de l'offre numérique. On voit à l'œuvre le travail réflexif des individus qui cherchent à accroître le plaisir, à trouver les assemblages sociotechniques qui produisent sur eux le plus d'effets, et leur permettent d'accéder à une forme de singularisation de l'expérience de consommation. Cette singularisation passe en priorité par un rapport sensible aux biens culturels (par le toucher, l'odeur, la place prise au sein de l'espace domestique) et par des formes de ritualisation des moments d'acquisition et de consommation.

2. Les atouts de la possession physique des biens culturels

Fig. 2.

Blu-Ray bookshelf

© J. Triepke. Licence CC BY 2.0

- 23 Nous verrons dans cette partie que l'acquisition et la mobilisation de biens physiques se fait en partie pour les avantages qu'ils procurent. Ainsi, alors même que le numérique est censé faciliter l'accès aux biens et leur consommation, les biens physiques sont plus volontiers plébiscités justement lorsqu'il s'agit de faciliter certains usages, certaines manipulations. Au sein d'une perspective dispositionnaliste on pourrait aisément parler d'un « rapport pratique » à la consommation culturelle de biens physiques (Bakhtine, Todorov, Aucouturier 1984; Lahire 2008). Dans le cas des biens amenés à être reconsommés régulièrement, les biens physiques restent pour un certain nombre d'enquêtés le meilleur format, notamment parce qu'ils sont de meilleurs supports d'attachement. L'accès aux biens par ce biais suscite davantage confiance et impression de pérennité. Enfin, c'est aussi le format de prédilection lorsqu'il s'agit d'offrir, donner, recevoir.

2.1. Acheter en physique pour reconsommer

- 24 D'après les personnes interrogées, les achats de biens physiques se font rarement dans le cas d'une première consommation. Notamment chez les individus qui ont l'habitude de recourir au numérique, les biens physiques ne sont pas (plus) achetés pour découvrir, mais pour reconsommer des contenus déjà connus, entendus, vus. Dans le cas de la musique, l'écoute numérique permet ainsi de se rassurer sur la qualité d'un album (Karpik 2007), tandis que le streaming vidéo va rassurer sur la qualité d'une série ou d'un film. Le passage à l'achat du bien physique se fait donc lorsque l'incertitude sur l'adéquation de l'œuvre aux goûts du consommateur est très basse. Étant donné la facilité d'accès d'un grand nombre d'œuvres au format numérique, ceux qui en ont les « compétences » vont surtout aller chercher d'abord l'œuvre en support numérique. (« Souvent, quand je télécharge un film c'est parce que je ne sais pas forcément s'il est

bien. Il y en a je sais d'avance qu'ils sont bien. [...] Et s'il est vraiment bien, je le re-regarderai donc je vais l'acheter. » Timothée, 32 ans, ingénieur son, monteur, Bac +2). L'acquisition numérique, lorsqu'il s'agit d'achats, peut répondre à la même volonté de pérenniser l'accès à un bien qui est important aux yeux des enquêtés, bien que l'achat de musique numérique soit rare parmi les enquêtés.

- 25 La perspective de reconsommation est donc souvent le moteur de l'achat d'un bien physique, justement parce que le bien ainsi acquis est facilement mobilisable. Mettre un CD ou un DVD dans son lecteur est une opération qui laisse très peu d'enquêtés de côté, tant en termes de compétences que d'équipement. Le numérique permet d'éviter l'erreur, le mauvais achat, celui qu'on va regretter parce qu'il n'aura servi à rien. On ne va plus se tromper en achetant des biens physiques : ceux qui sont achetés le sont pour une bonne raison. La possession est rassurante : elle permet d'avoir la certitude d'accéder au bien en question en cas de besoin (« Non c'est vraiment pour l'avoir en matériel, pour me dire que je l'ai et que si j'ai envie de le mettre, je le mets, voilà. » Ninon, 25 ans, sans activité, Bac +2). Mais elle est surtout une façon de se construire un patrimoine personnel, qui peut être ensuite exposé dans l'espace domestique. L'acquisition physique étant en partie liée au potentiel de reconsommation, certains biens sont plus susceptibles que d'autres d'être achetés, et il s'agit principalement des biens qui appartiennent assez clairement à la culture populaire. Leur reconsommation n'est pas un moyen d'accumuler du capital culturel, mais principalement une façon de s'apaiser, de s'évader, d'oublier les soucis.
- 26 Tous les domaines culturels ne sont pas concernés de la même façon par la reconsommation. Globalement, on remarque que la musique justifie plus souvent d'acquérir un support physique : on peut réécouter de nombreuses fois un CD, on regarde plus rarement un DVD en boucle. C'est notamment ce que nous indique Florence (« parce que c'est vrai que les DVD quand on les a vus une fois... Les CD, la bonne musique, c'est vrai qu'on peut l'écouter plein de fois. Quand j'ai vu un film, c'est vrai que je ne vais pas le regarder dix fois. », 51 ans, assistante familiale, brevet).
- 27 Pour un même domaine culturel, il y a aussi des différences selon les contenus. Par exemple, on retrouve très fréquemment en DVD les spectacles d'humoristes et les captations de concerts, plus aisément reconsommables que des séries ou des films (« Donc, oui, des DVD, j'en ai trois-quatre grand max. [...] Sachant que sur les trois-quatre que j'ai il y en a deux c'est Florence Foresti. Ça, je serais capable de les revoir. Je pense que je l'ai déjà fait d'ailleurs ». Judith, 24 ans, employée de banque, bac+2). Ils peuvent être mis en fond sonore et être consommés de façon inattentive, en parallèle d'autres activités.
- 28 Mais ce sont surtout les biens culturels « pour enfants » qui sont particulièrement concernés par les achats physiques, notamment les dessins animés et films d'animation, la raison principale étant que ces biens sont parfois amenés à être consommés en boucle et qu'il est ainsi plus pratique de les avoir à portée de main. Une grande partie des DVDthèques observées, principalement quand les individus ont des enfants, comporte une large section dédiée aux contenus pour les plus jeunes. Pour certains, les seuls DVD possédés ou encore achetés sont justement les contenus pour enfants, qui suscitent une plus forte tendance à la consommation « obsessionnelle », ou du moins très récurrente (« Si après, les Disney, on les a parce qu'on aime bien re-regarder avec Romane [sa fille] des choses. Mais non, des DVD, on n'achète plus. » Katia).

- 29 Il y a un parallèle à faire entre les forts attachements aux contenus des plus jeunes et les formes de consommations très intensives qui confinent selon certains auteurs au « culte » voir au « fanatisme ». Maigret (2002) souligne notamment le fait que les biens culturels revêtant ce caractère du « culte » sont principalement des œuvres à destination de populations juvéniles, enfants et jeunes adultes, et que les fortes mobilisations, les engagements très prononcés pour certaines œuvres ou certains univers sont marqués du sceau de la jeunesse et des cultures populaires. De fait, même parmi les jeunes adultes sans enfants de l'enquête, ce type de contenus est souvent très présent. C'est par exemple le cas de Théo (22 ans, étudiant en histoire de l'art, Bac +1), qui non seulement collectionne les cassettes VHS, mais de surcroît collectionne particulièrement les films produits par Disney, du fait de l'attachement particulier qu'il déclare pour les consommations de son enfance. Dans son 20m² à Toulouse, ses étagères remplies de cassettes vidéo occupent une large place. Ces biens apportent du réconfort : dans son cas, il s'en sert pour s'endormir parfois le soir, en laissant tourner ces cassettes vidéo qu'il connaît par cœur.
- 30 L'objet physique a ainsi un côté rassurant, notamment parce qu'il est tout le temps à portée de main et qu'il rappelle, à la fois par l'œuvre elle-même, mais également parfois par son support et ses conditions de consommation, des moments auxquels certains individus sont particulièrement attachés. Ce qui rappelle notamment les analyses d'Eva Illouz (2006, 2019), qui s'inscrit dans la lignée d'une sociologie critique issue de l'École de Francfort (Adorno & Horkheimer 1944), autour du capitalisme des émotions et de son travail autour des *emodities* : des biens achetés non pour leur contenu eux-mêmes mais pour leur capacité à générer des états émotionnels.
- 31 On retrouve la même logique chez Julia (29 ans, archiviste, Bac +2) qui, au-delà d'une consommation culturelle encore très active et tournée vers le cinéma, notamment d'auteur, réserve l'acquisition physique des biens à des contenus ayant souvent trait à son enfance. On retrouve là encore les films Disney, et également d'autres contenus comme ici les films avec Tom Hanks, dont elle était fan plus jeune, ou encore des séries datant de la fin des années 90 et du début des années 2000 (« Pendant une période, je voulais me refaire tous les Walt Disney, je voulais avoir tous les Tom Hanks, Forrest Gump et tout ça, et puis on a acheté un peu au fur et à mesure que ça sortait »).
- 32 Les sagas constituent un autre cas particulier. Les collections de DVD Harry Potter, Le Seigneur des Anneaux, Star Wars, les films Marvel se retrouvent très fréquemment sur les étagères des enquêtés (« Mais voilà, moi je suis un grand fan d'Harry Potter, donc j'ai tous les DVD Harry Potter. » Yohann, 28 ans, Technicien de maintenance dans la construction, Bac +5). Au-delà du caractère rassurant de ces consommations juvéniles, l'effet « saga » semble jouer un rôle en tant que tel dans la satisfaction à posséder une collection complète (« Mais c'est vrai que les seuls DVD qu'on achète, ce sont les Marvel et pour ma part, les Harry Potter et les Animaux Fantastiques. On achète très peu de DVD aujourd'hui, mais ceux-là, on sait qu'on va être... on les a tous déjà vu au moins quatre ou cinq fois chacun. » Chloé, 36 ans, agent dans les assurances, bac+3). Le degré de reconsommation de ces films est très fort, et un nombre important d'enquêtés a ainsi l'habitude, à des rythmes réguliers, de regarder à nouveau l'intégrale de telle ou telle saga. C'est par exemple le cas de James (29 ans, chômeur, Bac +3) qui a acquis les DVD du Seigneur des Anneaux en version longue et qui a l'habitude de le regarder au moins une fois par an, allant jusqu'à volontairement limiter ce visionnage pour conserver du plaisir à la consommation, ou encore de Louise (26 ans, employée d'une

grande surface de bricolage, brevet) et de son mari qui indiquent faire « tout dans l'intégrale », d'Indiana Jones à Twilight. Ces « ensembles » ont une place singulière et sont souvent possédés dans des formats spécifiques tels que des éditions collectors, des intégrales, des coffrets, etc. (« Et je suis grand fan de Doctor Who donc j'ai un coffret Doctor Who. Et puis là le coffret DVD était très joli donc. [J]'avais acheté les DVD au coup par coup. Et là, la boîte me plaisait trop donc j'ai pris l'ensemble ». Yohann, 28 ans, technicien de maintenance dans la construction, Bac +5). Le coffret lui-même a une importance, parce qu'il est plus rare : il est « un peu plus » unique que d'autres biens.

- 33 On voit réellement fonctionner ici l'idée de la collection : le fait que certains biens appartiennent à un « ensemble » incite un certain nombre d'enquêtés à compléter cet ensemble. L'achat du troisième volet se justifie donc parfois parce que les individus possèdent les deux premiers. Comme le dit Baudrillard, « l'objet ne revêt de valeur exceptionnelle que dans l'absence » (1978 : 130). Il semble ainsi que les biens physiques offrent des prises supplémentaires à l'attachement, faisant vibrer une dimension affective très forte.

2.2. Acquérir en physique pour garder durablement sous la main

- 34 On retrouve très fréquemment l'idée que certains supports physiques seraient probablement plus durables que leur version numérique. Ils seraient moins fragiles, moins sujets aux dysfonctionnements de la technique. Acheter des biens physiques, c'est miser sur la pérennité de l'usage. C'est notamment les enquêtés les plus âgés qui paraissent préoccupés par cette question, à l'inverse des plus jeunes.

- 35 On retrouve des arguments similaires à ceux rencontrés pour les photographies, dont le sort est très souvent conditionné à l'état de santé d'un ordinateur qui, s'il « plante », à moins d'avoir effectué les sauvegardes nécessaires, entraînera avec lui la disparition des contenus dont il était le dépositaire. À cet égard, CD, DVD, vinyles, jeux vidéo en format physique semblent être bien souvent évalués comme de meilleurs investissements, car plus rassurants. Ce qui est particulièrement mis en cause, c'est la version numérique « stockée », sous forme de copie en local du contenu sur l'ordinateur ou sur n'importe quel type de support de stockage. La durée de vie de ces copies est conditionnée à celle des dispositifs sur lesquels ils sont stockés, ce qui les rend alors particulièrement fragiles. Et ceci alors même que la durée de vie d'un ordinateur ou d'un smartphone (ou parfois tout simplement sa durée d'usage, c'est-à-dire la période durant laquelle il est réellement utilisé) est en partie inconnue.

« Y'a l'impression, fausse ou vraie, du temps de, de, de la durabilité qu'on ne connaît pas encore des DVD, de quelque chose qui va rester. [...] J'ai encore du mal avec le téléchargement euh, même encore avec le téléchargement définitif, parce que je suis, de mémoire, j'ai dû acheter au début, y'a quelque temps, mais c'était un jeu vidéo je crois que j'ai acheté, et quand j'ai changé d'ordinateur, pff [onomatopée signifiant que le contenu a disparu]. » E4, Myriam, 32 ans, attachée de presse, Bac +5.

- 36 Beaucoup d'enquêtés ont du mal à faire confiance aux plateformes de contenus. Les biens physiques sont stockés à l'intérieur du domicile, ne dépendent pas de l'état des serveurs, ou bien des termes des licences d'utilisation des plateformes : les enquêtés ont le sentiment d'avoir une emprise plus forte sur les biens qu'ils possèdent physiquement. Il y a aussi des doutes quant aux conditions d'abonnement. Si, dans le cas du jeu vidéo, les biens acquis sur des plateformes comme Steam le sont a priori

définitivement (les licences sont achetées et non louées), dans le cas des musiques et des contenus audiovisuels proposés en streaming, il ne reste rien à l'utilisateur si l'abonnement s'arrête, ce qui semble aller à l'encontre d'une logique d'accumulation, de « patrimonialisation » pour reprendre le terme de Le Guern (2012), très présente chez les enquêtés les plus âgés, faisant que ces derniers cherchent davantage à avoir un accès pérenne et sans surcoût aux biens déjà payés. La faible connaissance concrète des conditions d'accès et du fonctionnement de ces plateformes influence fortement la confiance qui leur est accordée. C'est notamment ce qu'illustrent les propos tenus par James :

« Mais, quand j'paie, j'aime bien avoir l'objet, et me dire qu'il est là, et qu'il est pas, que c'est pas un truc qui me dépasse, et qui dépende pas de technologies qui me dépassent totalement, même si, bien sûr, quand j'écoute un CD, ça me dépasse, puisque, si le truc tombe en panne, je saurai pas le réparer. Mais au moins je sais où est le CD quoi. Je sais où il est, et j'ai le CD quand j'veux quoi. » E6, James, 29 ans, chômeur, Bac +3.

- 37 Dans le cas de Ninon ci-dessous, l'inquiétude s'explique avant tout par la peur de voir des contenus disparaître, principalement dans un contexte où les ressources qu'elle mobilise sont avant tout des plateformes illégales, dont les contenus sont soumis à suppressions et des rajouts fréquents en fonction des politiques des ayants droit. En dehors des plateformes légales, l'accès à certains contenus peut être capricieux, et il est alors nécessaire de chercher un même bien sur différentes plateformes. Et rien ne dit que tel film ou telle série sera toujours disponible dans quelques semaines ou mois. La précarité de l'accès à certains biens par les plateformes numériques incite ainsi les consommateurs à recourir à des formats physiques, assurant un stockage selon eux plus pérenne.

2.3. Posséder des supports physiques pour partager

- 38 Enfin, il est important de posséder des biens physiques pour pouvoir les partager, ce qui peut paraître paradoxal dans la mesure où c'est une promesse du numérique que de permettre une meilleure circulation des contenus et une plus grande accessibilité. Pourtant, de nombreux contenus restent inaccessibles si les individus n'ont pas les bons abonnements, ne mobilisent pas telle plateforme, ou ne souhaitent pas nécessairement dépenser dans certains biens. En particulier pour les biens non accessibles gratuitement, « l'objet » physique revêt une importance bien supérieure à la version numérique au sein des échanges et des dons entre individus.

« Vraiment il y a des films que je sélectionne, par exemple Alexandre qui est sorti. Je suis allé le voir deux fois au cinéma et j'ai voulu acheter le DVD, parce que... Le Fantôme de l'Opéra. C'est tous des films qui sont grandioses et qui valent le coup d'être à la maison et comme ça qu'on pourra partager avec des gens. » E37, Timothée, 32 ans, Ingénieur Son, monteur, Bac +2.

- 39 La perspective du partage est ainsi ce qui motive certains individus à garder, à conserver certains biens culturels (« Les posséder c'est que tu les as auprès de toi, tu peux les prêter sinon tu peux les partager plus avec les gens. C'est ça quoi. Je préfère les avoir chez moi. » Jean, 20 ans, étudiant aux Beaux-Arts, Bac). À ce niveau, la fracture avec les plateformes de streaming ou plus globalement de service en ligne est criante. Si un film est regardé sur Netflix, la personne à qui on veut le partager doit nécessairement avoir un compte elle aussi, ou trouver par ses propres moyens une autre façon de le visionner. De même, l'incertitude de la disponibilité des contenus sur

des plateformes de streaming illégales est problématique pour plusieurs enquêtés qui veulent être certains de réellement disposer de certaines œuvres. Dans le cadre de pratiques de streaming, les individus se conseillent directement des titres ou des artistes, laissant à l'interlocuteur, si tant est qu'il en a les compétences techniques, le loisir de chercher et de trouver une façon d'accéder au bien culturel en question. À l'inverse, les biens physiques sont très facilement partageables : on les passe, on les prête, parfois on les donne. Et ils font l'objet de pratiques de sociabilités particulièrement valorisantes quand bien même ces échanges ne sont souvent qu'anticipés – on les garde « au cas où ». C'est par exemple le cas de Théo, dont la question du partage revient à de nombreux moments de l'entretien, à la fois pour les séries, les CD et les jeux vidéo.

« Si, si, j'aimerais bien les avoir, mais pas forcément pour les revoir de suite. Pour avoir le coffret, pouvoir le prêter, partager ça avec quelqu'un, dire "tiens, prends ça, regarde" [...] Dans l'idée de l'avoir, de le garder un peu, le jeu vidéo, même si je n'y joue pas, de l'avoir comme un objet. Peut-être bien un jour, ou je le partagerai avec quelqu'un. Je crois que c'est plutôt dans cette optique-là que j'en garde certains. » E30, Théo, 22 ans, étudiant en histoire de l'art, Bac +1.

- 40 On voit apparaître ici la distinction entre des contenus qui sont rattachés à un individu (un compte, une licence, un forfait), et des contenus qui existent par eux-mêmes, qui ont une existence autonome et peuvent faire l'objet d'échanges, de transactions, de dons, etc. Il paraît improbable pour la quasi-totalité des enquêtés d'offrir un album téléchargé, alors qu'offrir un CD ou un DVD reste encore un cadeau envisageable pour un certain nombre d'entre eux. Les biens physiques disposent d'une valeur symbolique bien plus forte que les biens numériques.

3. Recréer de la singularité par les biens physiques

- 41 Nous venons de voir l'importance « pratique » d'avoir et de recourir à des biens physiques. Mais au-delà de cette praticité, l'importance des biens physiques tient à ce que ces derniers permettent de recréer des expériences de consommation singulières. Posséder le CD écouté en famille pendant les trajets des vacances, ou un vinyle appartenant à ses grands-parents, sont autant de cas où le bien lui-même acquiert une singularité, devient porteur de sens au-delà du contenu lui-même. Cette singularisation passe d'abord par la dimension matério-sensorielle des objets et notamment leur odeur, leur texture, leur visuel ou la place prise dans l'espace domestique. On assiste parfois à une forme de « sacre de l'objet », qui peut rappeler le fétichisme des marchandises (Marx 1867). Ces usages révèlent en des termes dispositionnalistes un rapport esthétique au monde (Bakhtine *et al.* 1984; Lahire 2008), qui recentrent l'analyse sur un nombre plus restreint d'enquêtés un peu plus dotés en capital culturel mais qui se caractérisent surtout, toutes origines confondues, par l'existence d'une passion culturelle.
- 42 On retrouve très clairement un attachement plus net pour les supports que les individus ont connu en tant qu'enfants ou jeunes adultes, confirmant les résultats précédemment soulignés à partir des données quantitatives : les plus de 50 ans ont un intérêt manifeste pour le vinyle, tandis que les formes d'attachement au CD, au DVD ou aux jaquettes de jeux vidéo sont bien plus présentes chez les personnes entre 20 ans et 40 ans. Il y a de fait un réel effet de la nostalgie, quand bien même cette nostalgie peut surgir chez certains enquêtés n'ayant pas connu le support dans son heure de gloire.

Ces supports peuvent se charger d'histoire, réelle ou imaginée, liée à sa propre expérience ou à celle d'autrui, et se singularisent parce que les exemplaires d'un bien sont autonomes une fois qu'ils ont été produits – à l'inverse des biens numériques qui, eux, ne peuvent se singulariser, se modifier, se charger *en eux* d'histoire. Pour Mathis par exemple, ce n'est pas tant le fait que Céline Dion représente une partie de son enfance en général qui compte, mais le fait que ce soit spécifiquement *ce CD-là* qui a été écouté par lui et ses parents. Si le terme de singularisation est notamment développé par Martuccelli (2005) comme une forme renouvelée du concept de différenciation, le terme est employé ici non pour désigner des individus mais bien le processus par lequel des biens physiques produits à la chaîne deviennent uniques, particuliers, chargés d'un attachement signifiant. On peut voir alors à l'œuvre la capacité réflexive des individus capables de choisir des contenus, des formats et des contextes de consommation qui favorisent les effets attendus.

- 43 Nous verrons que la singularisation de l'expérience de consommation passe également par la ritualisation dont les biens physiques font l'objet. Chez Goffman, la ritualisation se caractérise notamment par la fréquence régulière de l'accomplissement, par les formes distinctes qui le rendent stéréotypé et par l'exagération de quelques éléments de l'acte (Goffman 1976; Winkin 2005). C'est notamment cette exagération, le fait d'accorder une attention particulière à certains moments précis liés à la consommation de biens physiques (l'attention à l'ouverture d'un coffret, l'attention au dépôt d'un vinyle sur la platine, etc.) qui vont nourrir cette singularisation du moment.
- 44 La mobilisation des biens physiques conduit notamment à se plier à certaines contraintes (ouvrir une jaquette, insérer l'objet dans le dispositif, devoir se plier à l'ordre établi des titres ou chapitres, etc.) qui alimentent une certaine frustration, et conduisent à devoir gérer l'attente, l'éloignement, la distance. Cette ritualisation vise à redonner un sens, une aspérité, un poids à la fois aux moments d'acquisition et aux moments de consommation. Elle est d'autant plus significative pour les individus qui sont par ailleurs fortement investis dans la consommation numérique. En recréant une forme d'inaccessibilité, de rareté, les individus entretiennent également leurs passions culturelles et leurs plaisirs.

3.1. Singularité par la dimension sensorielle

- 45 Comme le soulignait Le Guern (2012), « un fichier MP3 peut-il encore singulariser son propriétaire ? Et peut-on encore fétichiser un morceau de musique dématérialisé sur une clé USB ou un disque d'ordinateur ? » La dimension sentimentale et sensorielle des supports physiques est souvent revenue dans les entretiens. L'esthétique d'une pochette vinyle, le livret du CD, la place qu'occupe un coffret intégral de telle saga ou telle série dans l'espace domestique... C'est par les sens que se traduit cette affinité supérieure avec ces supports physiques, comme le montrent notamment Bartmanski et Woodward au sujet du vinyle (Bartmanski & Woodward 2015). Pour bon nombre d'individus continuant à acquérir des biens physiques, à bien des égards, les versions « physiques » sont perçues comme étant les « vrais » supports des biens. La copie numérique, perçue comme ayant moins de valeur que la copie physique, n'est finalement qu'un ersatz de l'œuvre elle-même pour bon nombre de ces enquêtés qui continuent de mobiliser les supports physiques. Cet ersatz est suffisant la plupart du

temps, mais il est vu par certains comme n'étant qu'un substitut à la « vraie » chose. Ceci est notamment exprimé de façon très imagée par Thomas :

« [En parlant d'un vinyle de Bowie] Pour moi si je l'écoutais sur Spotify, ça serait une... version light, euh, moins bien, t'as pas le plaisir visuel t'as pas le charme, t'as pas le contenu, t'as l'essence quoi, t'as le goût du citron, mais t'as pas le citron, t'as pas le, l'aspect juicy du citron, t'as pas les pépins, qui te pique les yeux, t'as pas tout ça, t'as juste le goût. Comme dans un bonbon au citron. » E1, Thomas, 24 ans, ingénieur, Bac +5.

- 46 Les supports physiques sont aussi visibles : l'objet, par sa présence, se rappelle aux individus. Il est source de satisfaction de par leur esthétique et leur matérialité dans l'espace. L'attrait pour le visuel, les pochettes, les éléments graphiques, est très net. D'après Chaney (2009), « l'authenticité du CD découle notamment du livret, des photos, des dédicaces ou encore des paroles des chansons, c'est-à-dire du conditionnement du produit. [...] Le packaging va garantir l'origine et l'intégrité du produit ». Ce qui conduit d'ailleurs certains enquêtés à acquérir un bien physique alors même qu'ils n'ont plus les moyens techniques de le consommer, simplement parce que l'objet en lui-même remplit une fonction esthétique, décorative. « Déjà l'objet est beau. Il y a du travail dessus. Pour peu qu'on s'intéresse à vraiment comment c'est façonné, on peut vraiment trouver des objets magnifiques. », explique Jennifer (30 ans, secrétaire médicale, Bac). Et Theo aimerait acheter la collection de toutes les saisons de sa série préférée : « quand j'aurai des sous, parce que je n'ai pas envie de les voir. Toutes les saisons, parce que les coffrets sont jolis, il y a de belles éditions, tout ça. »

- 47 Au-delà de la dimension esthétique, c'est la présence dans l'espace domestique qui fonde la valeur des supports physiques. Comme l'explique Thomas, parfois les individus « se cognent » à ces objets, ils se trouvent sur leur passage. Leur présence physique permet aussi une présence mentale³.

« Ouais l'objet [le vinyle] il a une importance, même visuelle, parce que, t'as l'album en grand, la pochette telle qu'elle a été dessinée, etc. et puis euh, quand je l'achète et que c'est quelque chose qui me plaît, ce que j'aime bien c'est que l'image elle s'impose à toi un petit peu. C'est-à-dire que tu vas la poser dans un coin, et puis tu tournes le regard et puis tu vas voir le haut de la pochette bleue, tu vois, et tu vas te rappeler qu'il est là. Qu'il attend « ah écoute-moi ! », il est ici quoi. [...] Et aussi t'as l'esthétique de la pochette comme je t'ai dit que je trouve vraiment chouette, même par rapport à un CD, pour un CD c'est brillant, ça prend la poussière sur le dessus, c'est... Raide, ça fait mal, une pochette c'est du carton, c'est doux, c'est chaud, c'est grand, c'est coloré. » E1, Thomas, 24 ans, ingénieur, Bac +5.

- 48 La métaphore qui revient dans la bouche de nombreux enquêtés est celle de la « température » des supports, d'ordinaire mobilisée pour parler des qualités sonores, mais utilisée ici par Pierre pour qualifier les supports : « Le vinyle, c'était chaud. Le CD c'était tiède. Et maintenant le numérique, c'est complètement froid. [...] Et puis là, quand on passe sur les formats dématérialisés, c'est parfois l'encéphalogramme plat. » (Pierre, 49 ans, DRH d'une entreprise ferroviaire). D'autres enquêtés, comme Chantal (58 ans, secrétaire dans une association, Bac) et Brigitte (66 ans, secrétaire à l'armée à la retraite, brevet), vont même parler de l'« âme » des objets physiques. On retrouve clairement une métaphore de l'opposition entre le vivant et le mort, qui au-delà de certaines facilités rhétoriques illustrent bien la différence faite par les enquêtés entre les expériences des biens physiques et des biens numériques.

- 49 Originellement produits à l'identique, les biens physiques acquièrent une unicité – une « aura » pour reprendre les termes de Benjamin (1939) – progressivement. Pour le

vinyle, le son étant produit à partir d'un effet mécanique, l'objet se modifie avec le temps (il se raye, se modifie selon la température, etc.) et varie à chaque passage du diamant selon les aléas de la surface. Le CD apparaît moins « vulnérable » que le vinyle, il est moins soumis à ces micromodifications. Le fichier numérique, lui, est presque inaltérable. C'est notamment ce qu'exprime Mathis ci-dessous, mettant en avant le fait que cette singularité peut avoir une incidence directe sur la façon dont le morceau est joué sur la platine vinyle. On est exactement dans la création d'un *hic et nunc*, un « ici et maintenant ». Le moment est singulier.

« Je crois que le côté mécanique me plaît beaucoup. Le côté, pas imparfait, mais un son un peu plus, je ne sais pas ça donne un côté authentique le fait que ce soit vulnérable, s'il y a une petite poussière ça va craquer, c'est un son mécanique quoi.

» E19, Mathis, 30 ans, assistant social, Bac +2.

- 50 De la même façon, Jonathan décrit certaines spécificités du format CD, avec ses contraintes, ses limites mais aussi ses plaisirs. La vulnérabilité des formats nécessite que l'on prenne soin d'eux. Faire le choix de continuer à acheter et à mobiliser des biens physiques, c'est aussi accepter de prendre soin de certains objets qui peuvent se dégrader. Le CD qui peut se rayer, la bande magnétique qui peut se démagnétiser, la pochette qui peut blanchir au soleil... Cette fragilité impose de devoir consacrer du temps et de l'attention si l'on veut garder les biens dans un bon état.

« Tu sais avec la vieille pochette qui est un plastique transparent, mais le plastique transparent est bien blanchi, euh, la pochette est cornée, tu regardes avec fébrilité la face de l'autre côté, pour savoir si c'est pas trop rayé, si c'est exploitable, sinon tu passes un petit peu de lave-vitre en espérant que ça efface les rayures... [il prend un air désabusé]. » E2, Jonathan, 30 ans, Chargé d'études TF1, Bac +5.

- 51 Ces objets rentrent dans la sphère du familier, de la routine, du connu. On est habitué à eux, on les reconnaît, notamment par les altérations qu'ils ont pu subir avec le temps. Ces modifications opérées sur eux leur donnent une identité, une unicité, qui contribue à la satisfaction de les consommer.

3.2. Singularité par la ritualisation des moments d'acquisition et de consommation

Fig. 3.

Vinyl Heaven

© Matthias Rhomberg. Licence CC BY 2.0

- 52 Nous allons voir maintenant que non seulement ces biens physiques sont chéris pour leurs propriétés sensibles, mais qu'ils font également l'objet d'une forte ritualisation des pratiques, en particulier chez les amateurs les plus investis mais dont le rapport esthétique peut se déployer autant vers des biens très légitimes (films d'auteurs, musique classique) que des biens peu légitimes (dessin animé, jeux vidéo, variété, etc.). Parce qu'ils répondent à des contraintes techniques et à de moins grandes facilités d'accès, leur mobilisation est plus coûteuse. Là encore, cet effort supplémentaire nécessaire à leur mobilisation vient servir un rapport esthétique aux œuvres, où la contrainte sert la satisfaction.
- 53 Cette ritualisation passe premièrement par la difficulté que représente parfois leur acquisition. Parce qu'ils ne sont pas immédiatement accessibles, contrairement par exemple aux biens en streaming ou en téléchargement, ils nécessitent une organisation et des déplacements en magasins ou des livraisons. Leur rareté favorise l'investissement émotionnel, ce qui ressort d'autres études menées notamment sur l'expérience esthétique de la musique numérique (Hanrahan 2018). Le fait d'être obligé de retarder l'accès au bien est souvent vu comme une façon d'entretenir une certaine frustration et donc une certaine excitation lorsque l'objet est enfin à portée de main. On retrouve ainsi, chez les consommateurs intensifs de streaming, une certaine nostalgie pour ces modes d'acquisition qui permettaient de différer leur plaisir.

« Y'a forcément ce côté-là où... Bah alors pour avoir un jeu, il fallait soit, quand j'étais plus jeune, soit que ça soit une occasion exceptionnelle, type anniversaire ou Noël, soit le fruit d'un très grand travail de caprice qui du coup rendait la victoire au moins aussi... Vraiment exquise parce qu'elle était le fruit d'une frustration répétée pour essayer d'avoir quelque chose. [...] Cette facilité d'acquisition, pt'être qu'elle me fait perdre le charme et que du coup elle diminue la valeur intrinsèque. » E2, Jonathan, 30 ans, chargé d'études TF1, Bac +5.

- 54 Jonathan a une forte consommation de contenus numériques, à la fois de musique, de films, de séries et de jeux vidéo, mais il a encore recours à l'achat de biens physiques dans certains cas, en particulier pour des biens avec lesquels il a un fort investissement affectif. Certains individus se retrouvent ainsi à recréer de la rareté en se posant des contraintes qu'eux-mêmes savent illusoires, mais auxquelles ils se tiennent afin d'augmenter leur frustration et donc leur plaisir à terme. L'accès quasi-instantané à une offre pléthorique de contenus affaiblit parfois la satisfaction à regarder, à écouter : la construction du plaisir se fait également dans le temps d'attente, qui permet d'envisager et de se projeter dans la consommation d'un bien. Une part importante du plaisir de l'expérience de consommation culturelle se fait ainsi par anticipation : c'est la perspective de recevoir, d'acquérir, de consommer, qui permet d'alimenter une certaine satisfaction. Instaurer des contraintes, maintenir une certaine distance, permet de prolonger cette satisfaction par anticipation. Chez certains enquêtés, cette satisfaction est même supérieure parfois à la consommation elle-même.

« Je n'ai jamais autant aimé les jeux vidéo au moment où j'en avais le moins. Dans ma période où justement, j'avais un jeu vidéo tous les trois mois, j'étais complètement fan. Et justement, maintenant que j'ai un peu de sous, que je peux m'acheter un peu tous les jeux vidéo que je veux, ça m'ennuie vite, je ne finis pas mes jeux ou je ne les commence même pas. » E30, Théo, 22 ans, étudiant en histoire de l'art, Bac +1.

- 55 C'est aussi le cas de Jean qui raconte comment le fait d'aller chercher des vidéos de location dans un vidéoclub entretenait une certaine excitation et donc une certaine satisfaction qu'il regrette en partie aujourd'hui. Ce n'est pas tant la nature physique ou matérielle du support qui compte ici, mais plutôt la difficulté d'accès et la création d'une attente qui n'est pas immédiatement assouvie (« C'était d'aller chercher la cassette, de la mettre dans la machine. Il y avait un truc excitant quoi. Il y avait un côté plus excitant qu'il y a moins quand on télécharge... », Jean, 20 ans, étudiant aux Beaux-Arts [Paris], Bac).

- 56 Les biens physiques sont également mobilisés dans des cadres particuliers durant leur consommation. Premièrement, ils servent à favoriser, presque par contrainte, une consommation attentive. Notamment dans le cas du vinyle et du CD, les contraintes des supports vont inciter à respecter l'intégrité de l'album : les individus vont « se poser », et souvent se mettre dans une posture de disponibilité, même si cela n'empêche pas d'autres activités en parallèle. Ces supports sont donc mobilisés durant des moments qui vont favoriser une certaine attention à l'œuvre. C'est aussi l'occasion de faire preuve de formalisme dans la consommation : on va préparer de quoi boire et manger pour ne pas avoir à se déplacer, on va sortir l'objet de son contenant, l'insérer dans le lecteur...

« Avant, quand j'avais une baignoire, j'aimais bien, je mettais Agnès Obel et je mettais le CD entier, et je prenais mon bain comme ça. [...] Et je pense qu'avec le vinyle c'est encore plus ça, parce qu'on laisse carrément le vinyle, mais ça coûte un peu cher les platines vinyles. Je pense que j'en aurais une, mais le plaisir de vraiment écouter à fond. » E21, Julia, 29 ans, archiviste, Bac +2.

- 57 De la même façon, les consommations ritualisées de certains contenus audiovisuels vont être marquées par cette idée de « respect » et de disponibilité. Quand Sébastien, Mathilde, Timothée, Thomas et d'autres encore visionnent l'intégrale du Seigneur des Anneaux, en particulier par l'intermédiaire des éditions collector, le fait de mettre le DVD dans le lecteur, « préparer la séance », choisir les bons réglages, parfois feuilleter

le livret, etc., sont autant de façons de se mettre en condition. Ces moments leur permettent notamment de respecter « l'exigence d'unité » (Hennion *et al.* 2000) des biens culturels, en particulier « l'intégrité de l'album », le fait de respecter l'ordre des pistes tel qu'il a été pensé par les créateurs :

« J'ai réalisé il n'y a pas longtemps qu'en me remettant à me mettre un CD dans ma chaîne hi-fi et donc pas de connexion, pas de plateforme ça veut dire que j'écoute ce CD, je ne vais pas zapper, ça m'a fait du bien. C'est un truc que j'aime, je ne sais pas te l'expliquer, peut-être parce que j'ai été élevé dans une famille où la musique avait une place reconnue on va dire comme ça, et du coup c'est quelque chose que j'aime faire et j'ai réalisé que je ne le faisais plus et que ça me manquait. Et quand je ne le faisais pas, je ne m'en rendais pas compte. Et de le refaire je me suis dit c'est un plaisir que je ne m'accorde pas assez souvent. Et c'est un vrai plaisir. » E19, Mathis, 30 ans, assistant social, Bac +2.

- 58 Si, en soi, le fait de se préparer à une consommation attentive fait partie de l'expérience ordinaire de consommation des biens culturels, ce qui est intéressant, c'est la signification particulière que prend cette pratique pour des individus avec une forte consommation de biens numériques. Alors que la consommation des différents biens culturels reproductibles ne cesse de s'accroître, l'hétérogénéité des supports disponibles permet de faire varier les plaisirs et les usages en créant, par l'intermédiaire des biens culturels, des « moments », suspendus, uniques. Les enquêtés semblent souligner souvent un rapport inversement proportionnel entre le « charme » des supports et leur praticité. C'est prendre le temps de déposer pleinement son attention sur l'objet. Parce que l'objet physique se singularise, parce qu'il vit indépendamment, l'expérience de consommation s'en trouve également affectée.

Conclusion

- 59 La persistance du recours aux biens culturels physiques a de quoi étonner alors que le numérique semble prendre le pas progressivement sur les marchés des biens médiaculturels. Pourtant les biens physiques continuent d'être mobilisés car leurs propriétés contribuent au plaisir à la consommation. Les biens physiques offrent des avantages pratiques incontestables pour beaucoup d'enquêtés, notamment en termes d'accessibilité, de sécurité et de circulation. Ils sont la preuve qu'un contenu est *réellement* possédé, qu'il est à portée de main. Mais au-delà de ces avantages, les individus mobilisent les biens physiques afin de retrouver une certaine singularité des expériences de consommation. Les biens numériques étant standardisés – impossible de distinguer la copie d'un fichier numérique d'une autre copie – ils ne vieillissent pas, n'acquièrent pas d'unicité avec le temps : ils ne se singularisent pas. Recourir aux biens physiques permet justement de retrouver cette singularité, ce *hic et nunc* pour reprendre les termes de Walter Benjamin (1939). Le recours aux biens physiques peut se faire rarement ou juste de temps en temps, mais être hautement significatif pour les individus, d'autant plus quand ceux-ci mobilisent des formats numériques au quotidien. Les individus font eux-mêmes la démarche de (re)trouver une unicité de l'expérience de consommation en réinjectant de la rareté et parfois même certaines formes de frustration en entretenant volontairement une distance avec certains biens culturels. Ils recréent alors la singularité à la fois par la dimension sensorielle des biens physiques, et par la ritualisation de ces moments d'acquisition (le retour en magasin, les formes de déambulation) et des moments de consommation.

BIBLIOGRAPHIE

- ADORNO Theodor W. & HORKHEIMER Max (1983) [1944]. *La Dialectique de la Raison : Fragments philosophiques*. Traduit de l'allemand par Éliane Kaufholz. Paris, Gallimard.
- BAKHTINE Mikhaïl (1984). *Esthétique de la création verbale*. Traduit du russe par Alfreda Aucouturier. Paris, Gallimard.
- BARTMANSKI Dominik & WOODWARD Ian (2015). « The Vinyl : The Analogue Medium in the Age of Digital Reproduction ». *Journal of Consumer Culture*, 15(1) : 3-27.
- BAUDRILLARD Jean (1978) [1968]. *Le Système des objets*. Paris, Gallimard.
- BENJAMIN Walter (2011) [1935]. *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Traduit de l'allemand par Lionel Duvoy. Paris, Allia.
- BEUSCART Jean-Samuel (2017). « À la recherche de la découverte musicale. Une exploration du "régime exploratoire" ». In Dominique Pasquier (dir.). *Explorations numériques. Hommages aux travaux de Nicolas Auray*. Paris, Presses des Mines.
- BOURDIEU Pierre (1979). *La Distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.
- CERTEAU Michel (de) (1990). *L'Invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*. Paris, Gallimard.
- CHANEY Damien (2009). « Pourquoi acheter un CD quand on peut le télécharger ? Une approche exploratoire par le concept d'appropriation ». *Management & Avenir*, 20 : 30-48.
- CHANTEPIE Philippe (2017). « L'accès illimité ou l'impossession culturelle ? ». *Nectart*, 1 : 137-146.
- COULANGEON Philippe (2011). *Les métamorphoses de la distinction*. Paris, Grasset.
- ELOY Florence (2014). « Le rapport des élèves de milieux favorisés à la culture scolaire ». *Agora débats/jeunesses*, 66(1) : 77-90.
- ELOY Florence (2015). *Enseigner la musique au collège. Cultures juvéniles et culture scolaire*. Paris, Presses Universitaires de France.
- GFK (2020). « Baromètre CNC-GfK 2019 de la vidéo physique ». [Consulté le 9 juin 2020].
- GFK (2019). « Baromètre CNC-GfK de la vidéo physique 2018 ». [Consulté le 9 juin 2020].
- GLEVAREC Hervé (2005). « La fin du modèle classique de la légitimité culturelle. Hétérogénéisation des ordres de légitimité et régime contemporain de justice culturelle. L'exemple du champ musical ». In MAIGRET Eric & MACÉ Eric (dir.). *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris, Armand Colin/INA : 69-102. [Consulté le 19 juin 2015].
- GLEVAREC Hervé & PINET Michel (2013). « Principes de structuration des pratiques culturelles : stratification et âge ». *Revue européenne des sciences sociales*, 51 : 121-152.
- GOFFMAN Erving (1976). « Social Interaction, Ritualizations and displays ». Cours donné à l'Université de Pensylvanie au département d'anthropologie. Pensylvanie.
- GRANJON Fabien & COMBES Clément (2008). « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale ». *Réseaux*, 145-146 : 291-334.
- GUITTET Emmanuelle (2020). « "Moi, il me faut du papier". Analyse d'une difficile et inégale conversion des lecteurs de romans au numérique ». *Biens symboliques / Symbolic goods*, 7.

- HANRAHAN Nancy Weiss (2018). « Hearing the Contradictions: Aesthetic Experience, Music and Digitization ». *Cultural Sociology*, 12(3) : 289-302.
- HENNION Antoine (2004). « Une sociologie des attachements ». *Sociétés*, 85 : 9-24.
- HENNION Antoine (2009). « Réflexivités. L'activité de l'amateur ». *Réseaux*, 153 : 55-78.
- HENNION Antoine, MAISONNEUVE Sophie, GOMART Émilie (2000). *Figures de l'amateur : formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. Paris, La Documentation Française.
- ILLOUZ Eva (2006). *Les Sentiments du capitalisme*. Paris, Seuil.
- ILLOUZ Eva (2019). *Les Marchandises émotionnelles*. Paris, Premier Parallèle.
- KARPIK Lucien (2007). *L'Économie des singularités*. Paris, Gallimard.
- LAHIRE Bernard (2006). *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, la Découverte.
- LAHIRE Bernard (2008). *La Raison scolaire. École et pratiques d'écriture, entre savoir et pouvoir*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- LAHIRE Bernard (dir.) (2019). *Enfances de classe. De l'inégalité parmi les enfants*. Paris, Seuil.
- LE BECHEC Mariannig, CREPEL Maxime, BOULLIER Dominique (2014). « Modes de circulation du livre sur les réseaux numériques ». *Études de communication*, 43 : 129-144.
- LE GUERN Philippe (2012). « Irréversible : Musique et technologies en régime numérique ». *Réseaux*, 2 : 29-64.
- LE GUERN Philippe (2016). *Où va la musique ? Numérimorphose et nouvelles expériences d'écoute*. Paris, Presses des mines.
- LEGAULT-VENNE Ariane, LAPLANTE Audrey, LEBLANC-PROULX Sébastien, FOREST Dominic (2016). « Du vinyle à YouTube : les habitudes de consommation et de recherche de musique des jeunes adultes québécois ». *Partnership : The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 11(2).
- LEMIEUX Cyril (2009). *Le Devoir et la Grace*. Paris, Economica.
- LEMIEUX Cyril (2018). *La Sociologie pragmatique*. Paris, La Découverte. [Consulté le 26 juillet 2019].
- MAGAUDDA Paolo (2011). « When Materiality "Bites Back" : Digital Music Consumption Practices in the Age of Dematerialization ». *Journal of Consumer Culture*, 11(1) : 15-36.
- MAIGRET Éric (2002). « Du mythe au culte... ou de charybde en scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias ». In LE GUERN Philippe (dir.) *Les cultes médiatiques : Culture fan et œuvres cultes*. Rennes, Presses universitaires de Rennes : 97-110.
- MARTUCCELLI Danilo (2010). *La Société singulariste*. Paris, Armand Colin.
- MARX Karl (2009) [1867]. *Le Capital. Livre I*. Paris, Folio.
- MAUGER Gérard, POLIAK Claude, PUDAL Bernard (2010) [1999]. *Histoires de lecteurs*. Bellecombe-en-Bauges, Éditions du Croquant.
- NGUYEN Godefroy Dang, DEJEAN Sylvain, MOREAU François (2014). « On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming ». *Journal of Cultural Economics*, 38 : 315-330.

OCTOBRE Sylvie (2014). « Les enfants du numérique : mutations culturelles et mutations sociales ». *Informations sociales*, 181 : 50-60.

OCTOBRE Sylvie & BERTHOMIER Nathalie (2012). « Socialisation et pratiques culturelles des frères et sœurs ». *Informations sociales*, 173(5) : 49-58.

OCTOBRE Sylvie, DETREZ Christine, MERCKLE Pierre, BERTHOMIER Nathalie (2011). « La diversification des formes de la transmission culturelle : quelques éléments de réflexion à partir d'une enquête longitudinale sur les pratiques culturelles des adolescents ». *Recherches familiales*, 8 : 71-80.

PASQUIER Dominique (2005). *Cultures Lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris, Autrement.

PERTICOZ Lucien (2009). *Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale : l'auditeur au quotidien, une dynamique de changement*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication. Grenoble, Université Stendhal.

PETERSON Richard (2004). « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives ». *Sociologie et sociétés*, 36(1) : 145-164.

PETROVER Benjamin (2015). *Ils ont tué mon disque !*. Paris, First.

PRIOR Nick (2012). « Musiques populaires en régime numérique ». *Réseaux*, 172.

SNEP (2019). *Bilan 2018 du marché de la musique enregistrée*. Rubrique « News ». [Consulté le 27 mars 2020].

WINKIN Yves (2005). « La notion de rituel chez Goffman. De la cérémonie à la séquence ». *Hermès, La Revue*, 43 : 69-76.

NOTES

1. Je renvoie ici au manuscrit de thèse qui présente de façon détaillée l'ACM et la classification.
2. Par ailleurs, on retrouve également l'impact du genre qui varie beaucoup selon les supports. Ainsi les hommes (18%) sont nettement plus enclins à être attachés au support vinyle que les femmes (9%), alors que ces dernières sont davantage surreprésentées parmi les individus qui sont attachés au support livre (52% contre 36% pour les hommes), mais on observe peu de différences pour les CDs ou les DVDs/Blu-Ray entre les sexes.
3. Le travail de thèse mené développe par ailleurs comment les individus créent des architectures attentionnelles, c'est-à-dire des formes d'organisation des biens physiques et numériques qui permettent de plus facilement gérer sa propre attention. Une autre partie est entièrement dédiée à l'importance de la mise en visibilité des biens culturels dans l'espace domestique, autant pour soi (construire une représentation de soi par sa collection des biens culturels) que pour les autres (ce qui est donné à voir).

RÉSUMÉS

À partir d'une soixantaine d'entretiens menés un peu partout en France et d'une enquête quantitative par méthode des quotas auprès de plus de 2000 répondants, l'article montre

pourquoi il y a une « persistance » du recours aux biens culturels physiques (CD, DVD, vinyles, jeux vidéo en boîte etc.). D'une part, ces supports physiques présentent des avantages « pratiques », faisant qu'ils sont pour beaucoup d'enquêtés plus faciles à mobiliser au quotidien, pour les reconsommer, les avoir à portée de main, mais également pour les faire circuler. D'autre part, ces biens présentent également un certain nombre de contraintes faites vertus, qui viennent alimenter le plaisir et permettent de recréer de la rareté, de la singularité dans l'expérience de consommation. Cette singularisation passe en priorité par un rapport sensible aux biens culturels (par le toucher, l'odeur, la place prise au sein de l'espace domestique) et par des formes de ritualisation des moments d'acquisition et de consommation.

Drawing on sixty interviews conducted around France, and a quantitative quota-based study with 2000 respondents, this article shows why there is a “persisting” use of physical cultural goods (CDs, DVDs, vinyl records, boxed video games, etc.). On the one hand, these physical goods have “practical” advantages which mean they are easier for many respondents to use and re-use on an everyday basis, to have nearby, and to share with others. On the other, these goods entail constraints that have been made virtues, and which contribute to the pleasure of their use, recreating the rarity and singularity in the consumer experience. This singularity is primarily based in a sensory relationship to cultural goods (through smell, touch, place in domestic space) and through forms of ritual associated with moments of acquisition or consumption.

AUTEUR

QUENTIN GILLIOTTE

Université de Paris/Centre de recherche sur les liens sociaux (Cerlis)