



NUMÉRISATION, INNOVATION ET FORMES TERRITORIALES : LES ACTIVITÉS SEXUELLES MARCHANDES ENTRE RACOLAGE ET LIVECAM

Salomé Donzallaz, Olivier Crevoisier

Auteur-e-s

Salomé Donzallaz, Olivier Crevoisier

Salomé Donzallaz, assistante-doctorante à l'Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel et membre du Groupe de recherche en économie territoriale (GRET). Ses principaux domaines de recherches sont le travail du sexe, la numérisation, ainsi que les questions de valeurs.

salome.donzallaz@unine.ch

Olivier Crevoisier est professeur d'économie territoriale et directeur du Groupe de recherche en économie territoriale (GRET) de l'Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel. Il aborde les phénomènes économiques selon une approche institutionnaliste et territoriale. Ses principaux domaines de recherches sont les milieux innovateurs, l'industrie financière et l'immobilier.

olivier.crevoisier@unine.ch

Résumé

Le *livecam*, une forme d'activité sexuelle marchande (ASM) emblématique de la numérisation de la société, connaît un développement rapide depuis le milieu des années 2010. Cet essor est expliqué dans cet article par les formes spatiales que permet cette numérisation, notamment une nouvelle division spatiale du travail et de la consommation. En outre, par rapport aux autres formes traditionnelles et plus concrètes d'ASM, le *livecam* transforme également le contenu de la prestation. Mobilisant l'approche d'Adams (2010) sur les relations entre médias et espace, cet article traite des impacts de la numérisation et de l'économie des plateformes sur les activités marchandes, tant du point de vue de la production que de la consommation.

Mots-clefs

Activité sexuelle marchande

Numérisation

Livecam

Division spatiale

Économie des plateformes

Remerciements / Remarques

Nous remercions Hannah Juby pour la traduction anglaise de cet article et Nils Kapferer pour sa relecture.

1. Introduction

La numérisation touche des aspects de plus en plus nombreux et intimes de la vie quotidienne. Elle s'accompagne souvent d'une individualisation et d'une marchandisation des activités. La sexualité est un champ privilégié pour cerner ces changements car, depuis le Minitel, elle a toujours représenté une part importante des activités en ligne, et paradoxalement, elle est l'activité de contact physique par excellence.

Dans le champ des activités sexuelles marchandes (ASM), on observe de profondes modifications liées à la numérisation, tant du point de vue de l'organisation générales des différentes industries en concurrence, que des pratiques des clients/consommateurs. D'un côté, les activités concrètes, directes (prostitution de rue ou en salons, cabarets, etc.) connaissent des évolutions variées en raison des nouvelles possibilités de mise en contact via des sites spécialisés, à la fois discrets et largement accessibles. D'un autre côté, les activités indirectes, en ligne, comme l'industrie du film porno, qui s'est considérablement développée au cours des trente dernières années grâce à internet, connaît un brusque déclin. L'hypothèse principale de ce travail est que ces changements s'expliquent en grande partie par les nouvelles formes spatiales et temporelles rendues possibles par les technologies entre autres d'internet et de la visioconférence en haute définition. Plus particulièrement, on examinera l'innovation que constitue le *livecam*, une activité qui a connu un développement très important depuis 2014.

Dans une perspective territoriale, cet article cherche à comprendre comment et pourquoi s'opère cette substitution, en lien avec la numérisation de ces activités. Sur le plan théorique, Adams (2010, 2017, 2019) aborde la numérisation comme la présence accrue de médias permettant d'une part une modification de l'organisation spatiale (de nouvelles relations entre les lieux à travers l'espace) et d'autre part comme une réorganisation des différents lieux en raison de la présence de ces médias (une modification du contenu des activités et de la manière de les réaliser). Il s'agit donc de saisir les effets de la numérisation par la dialogique entre espaces/lieux numériques et concrets. Conformément à cette approche, une première hypothèse est que la diffusion des technologies et des infrastructures de visualisation en ligne a permis la mise en relation plus directe à travers l'espace de différents lieux. Cette organisation spatiale se caractérise par une nouvelle division spatiale du travail/production (DST) et de la consommation (DSC). Le passage de contacts par la contiguïté (la coprésence en un lieu) à des contacts par la connexité (en ligne) entraîne une baisse significative des coûts de reproduction de la main-d'œuvre et relatifs aux lieux d'exercice des ASM. Une seconde hypothèse est que la possibilité technique de *shows* synchrones, mais sans contact physique, direct requiert des modalités de construction de la valeur de la transaction sexuelle différentes des ASM concrètes, mais aussi de l'industrie du film pornographique. Ces *shows* se caractérisent par un engagement tant de la *performer* que du client, engagement caractéristique de *l'expérience economy* (Pine et Gilmore 1999 ; Lorentzen et Jeannerat 2013). Toutefois, dans le cas du *Livecam*, cet engagement se fait dans deux lieux séparés et réunis au sein de l'espace numérique de la plateforme. On verra que le déroulement temporel de la transaction et ses composantes, ainsi que la diversité de l'offre, la facilité d'accès, les modalités de tarification et les *ranking*, permettent une *expérience* renouvelée et des modalités originales de construction de la valeur. Elle se caractérise également par un contournement de l'espace public qui minimise certains coûts et désagréments, tant du côté des *performers* et de l'industrie que des clients et des autorités locales.

Dans une première partie, on situera le *livecam* dans le contexte des activités marchandes liées au sexe. On décrira les méthodes utilisées pour réaliser une étude de cas multi-scalaire, afin de capter simultanément les changements aux échelles locale, nationale et internationale dans l'organisation de ces activités et multi-locale, afin de cerner ce qui se passe aux deux extrémités de la transaction du *livecam*.

La seconde partie décrira l'idéaltype de la forme territoriale du marché du *livecam* et détaillera les avantages économiques engendrés par cette nouvelle organisation. On recourra aux concepts de *global production networks* (Coe, Dicken et Hess, 2008 ; Narouzilame 2014) tout en les adaptant aux nécessités d'une activité relevant non pas de la production industrielle classique, mais de l'*experience economy* (Pine et Gilmore 1999, 2013), où l'engagement du consommateur est décisif, notamment au sein de l'espace numérique. Ensuite, l'idéaltype de la transaction entre la *performer* et le client permettra de comprendre comment cette dernière se construit dans le temps et dans l'espace lors d'un show.

Enfin, en dernière partie, on comparera ces avantages aux formes établies d'activités marchandes liées au sexe.

2. Emergence et caractéristiques du *livecam*

Par *livecam*, *webcamming*, *online webcam*, ou encore *Peep Show 2.0*, nous entendons des prestations érotiques ou pornographiques, proposées en visioconférence comme *show live*, co-construites de manière synchrone et bilatérale entre, de manière générale, un·e client·e qui paie et un·e artiste qui offre la performance. Les artistes sont généralement appelé·e·s *performers*, *camgirl*, ou encore modèle. Tout au long de cet article, nous utiliserons les termes de *livecam*, et de *performers*, afin de souligner les dimensions performées, faisant référence à la constitution de la prestation, et numériques de notre cas d'étude.

2.1. Historique et importance économique du *livecam*

Historiquement, les premières apparitions sur internet des pratiques de *livecam* se font faites au début des années 2000 par le biais de professionnels dont l'activité nécessitait des technologies avancées pour l'époque. Bien qu'il soit difficile de dater précisément les débuts de cette industrie, on peut grâce à Google Tools situer leur essor entre les années 2014 et 2015 pour faire place depuis à une certaine stabilité (Figure 1). Ceci survient parallèlement à la diffusion des réseaux à haut débit (HD). En effet, selon l'un de nos informateurs, « de plus en plus de contenus gratuits se propagent, la disponibilité large des réseaux WIFI s'élargit grandement... [dans ce domaine], même la consommation de chaînes pornographiques dans les hôtels a chuté ! » (Terpon Corp.).

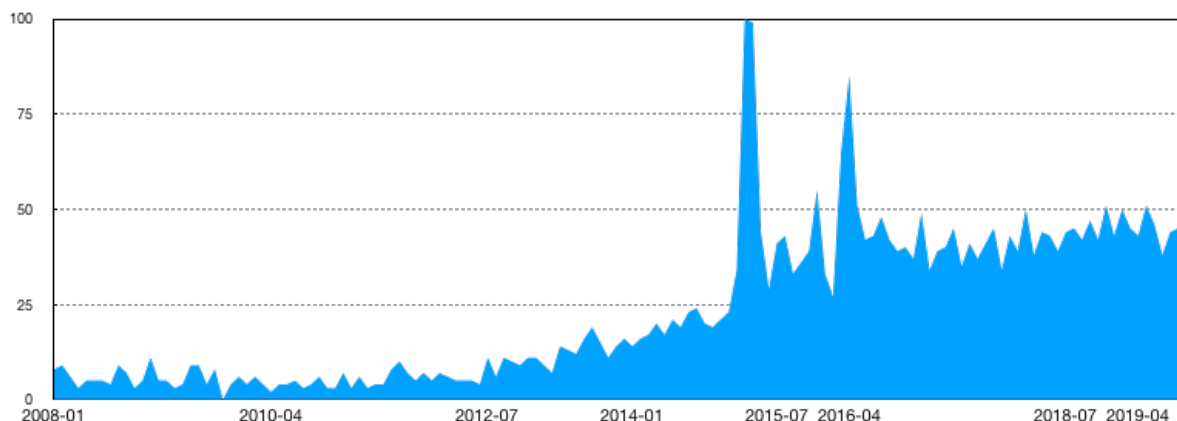


Figure 1 Nombre de recherches sur Google pour les termes "livecam" et "camgirls" entre 2009 et 2019. Source : Google Tools

Les chiffres portés par des acteurs industriels révèlent le même type de tendance. En 2018, selon l'entreprise Terpon Corp. Holding, on comptait 500M *livecam users* pour un temps passé en ligne d'environ vingt minutes par jour et entre 300'000 et 500'000 *performers* actives en ligne.

« The Livecam business has evolved and constantly grown over the last two decades to become one of the largest segments in Adult Entertainment (...), bigger even than all tube sites put together (PornHub, YouPorn, Xhasmter, etc.), (...). As a sign of this evolution, before 2013 there were no industry conferences or summits specifically focused on the Livecam market, but this year [2018] there are at least 10 conferences specifically for the Livecam industry. » (Terpon Corp.)

Ces prestations sont majoritairement effectuées par des personnes de sexe féminin. Selon Terpon Corp., elles représenteraient 80% des *performers* en ligne, les 20% restant se divisant en 15% d'hommes, 3% de couples et 2% de transgenres. Pour les parties prenantes de cette industrie, cette répartition est due au « fact that most customers are men. Women are less willing to pay for online adult entertainment » (Entretien R.¹). Pour ces raisons, nous utiliserons à l'écrit des formes généralistes au féminin pour parler des *performers* et au masculin pour parler des clients.

L'industrie du *livecam* regroupe un grand nombre de plateformes et de modèles en ligne pour une prestation-type relevant d'un *show* érotico-pornographique contre rémunération. À ce jour, il existe deux grands types de sites de *livecam* : les Premiums et les Freemiums. Bien que les sites offrent plus ou moins les mêmes prestations en termes de choix par catégories, de technologies à disposition et de types de paiements, la configuration n'est pas la même. Si pour les premiers, il existe l'intermédiaire d'un studio, ce n'est pas le cas pour les seconds. De plus, « with Premium sites any nudity used as live content is only accessible once the visitor has paid by entering into a private chat room or in rare cases (...) if he has subscribed for a monthly fee » (Terpon Corp.), alors que sur les sites Freemium les modèles exposent leur *show* de manière directe, pour lesquels le paiement est optionnel et se fait par l'attribution de pourboire – « tips ». Cette différence centrale mène à de nombreuses spécificités liées à chacun de ces deux types de plateforme. Historiquement, les sites Premium ont préexisté puisque les techniques avancées (image, son, internet, etc.) n'étaient disponibles que pour des spécialistes. C'est la démocratisation de la sphère internet et des bandes passantes

¹ Pour préserver l'anonymat de mes interviewés, seule la première lettre de leur prénom est mentionnée.

Haut-Débit (HD) qui ont permis un essor large du *livecam*, et dans cette suite, l'émergence des plateformes Freemium.

Concernant le modèle-type de prestation *livecam*, il existe trois espaces spécifiques : deux espaces concrets – les *places* (Adams 2009) de la production et de la consommation – auxquels se superpose un troisième espace numérique synchrone – le *space* numérique. Le fait de penser ces différents types d'espaces permet d'appréhender cette nouvelle forme d'interaction sexuelle synchrone dans sa dimension sans contact. En effet, comme dans beaucoup d'autres domaines vivant une transformation numérique « internet (...) comme technique de synchronisation (...) transforme profondément la place relative des choses » (Beaude 2013). Ainsi, dans notre cas, le canal de communication numérique influe sur la prestation elle-même, qui est réalisée sans coprésence physique de la clientèle et des prestataires.

2.2. Le continuum concret/numérique et direct/indirect des ASM

Afin de saisir spécifiquement les transformations apportées par la numérisation dans le domaine des ASM, il est nécessaire de comparer cette forme spécifique totalement numérique avec d'autres. Spatialement, il y a un *continuum* des formes d'ASM allant de la totale coprésence jusqu'à leur forme entièrement numérique, sans aucune coprésence physique (Figure 2).

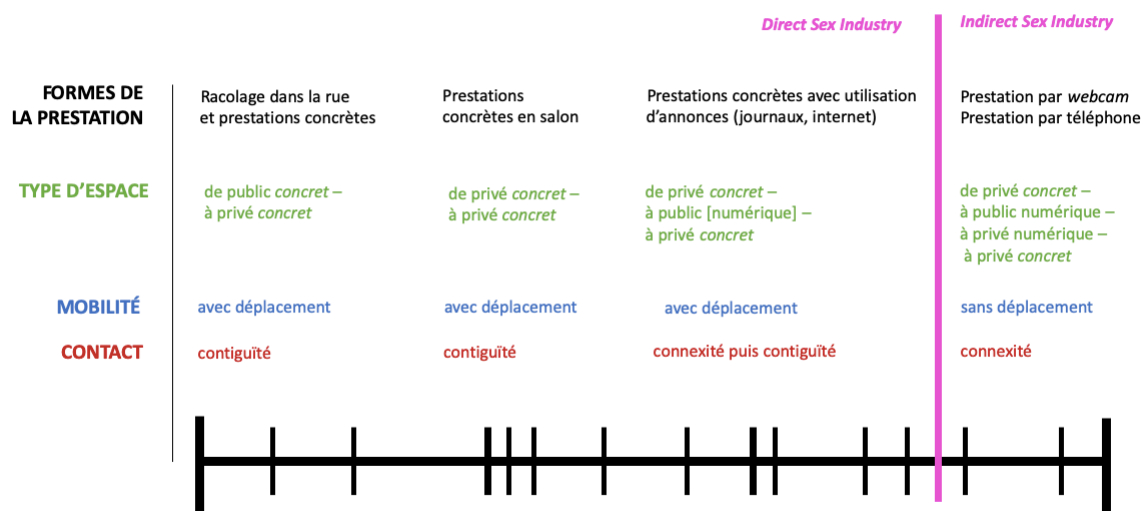


Figure 2 Continuum des formes de activités sexuelles tarifées. Source : réalisation personnelle

Harcourt et Donovan (2005) proposent une typologie définissant de manière bi-catégorielle le « *direct sex industry* » et le « *indirect sex industry* ». Cette classification permet alors de penser notre *continuum* en deux parties : celles qui réfèrent « to direct genital contact (as when an escort has penetrative sex for a fee) » et celles « to sex work where there is no genital contact. Therefore, adult webcamming is a new form of indirect sex work (...) ». Ces deux catégories peuvent également être liées directement aux dimensions de contact et de formes d'espace. Au sens de Beaude (2015), nous sommes donc en présence de deux types de lieu : le premier où le contact est établi par contiguïté qui forme les lieux *territoriaux*. Les formes de prestations établies par ce biais font donc référence à la catégorie *direct* de Harcourt et Donovan (2005), alors que celles établies par connexité se regroupent dans des lieux *réticulaires* (Beaude 2015), et forment les

ASM indirectes. Grâce à ces catégories, nous pouvons penser au sein d'un même continuum une prestation concrète – du type racolage de rue – ainsi qu'une prestation hybride – telle que l'utilisation d'annonce en ligne pour un service sexuel concret – et finalement une prestation totalement numérique comme le *livecam*. Ceci permet de saisir différentes formes d'ASM selon le type de prestation, les supports médiatiques utilisés ou non, ainsi que la dimension spatiale. On constate que la numérisation change la division spatiale de la production des prestations et celle de la consommation, ainsi que la manière dont s'articule la transaction dans l'espace. On verra que ces éléments permettent d'expliquer au travers des coûts et des qualités de ces nouvelles prestations, l'essor de cette industrie en comparaison avec des ASM plus "traditionnelles". Le *livecam* constitue un exemple frappant de la manière dont la numérisation transforme les activités du quotidien, y compris pour une activité où il était *a priori* difficile d'imaginer une substitution de la contiguïté par la connexité.

Bien qu'il existe de nombreuses formes d'ASM mêlant numérique et concret, cet article propose de comprendre les effets de la numérisation en comparant les deux extrémités de ce *continuum* des ASM. Ainsi, après avoir examiné une forme totalement numérisée d'ASM, nous comparerons ses formes spatiales et temporelles à une forme complètement concrète, la prostitution de rue. Cet exercice permettra de mettre en évidence les changements induits par l'avènement du numérique dans ce domaine, mais aussi d'expliquer en quoi cette nouvelle organisation spatiale et cette transformation du contenu de la transaction débouche sur une forme économique plus efficace.

3. Formes spatio-temporelles et territoires concrets du *livecam*

Cette partie est une étude de cas structurée en trois temps. En premier lieu, on décrira la nouvelle organisation spatiale qui a été mise en place grâce au développement de la visio-conférence. On verra qu'il s'agit à la fois d'une nouvelle division spatiale de la production, mais aussi de la consommation. En effet, ces nouvelles possibilités techniques ont permis de relier dans un *Global Production Network (GPN)* des pays et des régions éloignées tant spatialement que sur le plan économique. Dans un second temps, on s'intéressera à ce que cette innovation a changé dans le contenu de la transaction, notamment en explorant ce qui se passe dans chacun des lieux reliés par la plateforme numérique. Enfin, on effectuera une comparaison entre cette nouvelle forme et les formes plus traditionnelles d'ASM afin d'expliquer son succès actuel.

Après la présentation de notre cas d'étude, on s'intéressera à la question des coûts, ainsi qu'à la forme économique générale de l'industrie du *livecam*. En effet, la numérisation actuelle change non seulement la division spatiale de l'activité, mais également celle de la consommation.

Les changements amenés par la numérisation dans les ASM est abordée ici à travers une étude de cas. On utilise une méthodologie qualitative mixte prenant forme à différentes échelles. Au sens de Hine (2017, IN : Fiedling 2019 : 408), nous ferons appel à des « multi-modal and multi-sited designs », ainsi qu'à une approche « connective [dans laquelle la chercheuse ou le chercheur] moves between different modes of communication and locations (online or offline) according to a set of theoretically driven interests focusing on the contingent connections that emerge as people appropriate and make sense of online activities' offline and vice versa. » Ceci nous permettra alors d'associer des données numériques relevant de l'analyse de plateformes *livecam* et de discours en ligne notamment sur des *forums*, mais également de données qualitatives obtenues par le biais d'entretiens exploratoires et semi-directifs ou de l'étude de données secondaires, tels que les documents fournis par les entreprises du domaine.

On abordera tout d'abord l'industrie du *livecam* dans son ensemble pour ensuite se focaliser sur une plateforme particulière, LiveJasmin. Cette démarche permettra de comprendre les modifications amenées par la numérisation à deux échelles indissociablement liées. D'une part, l'organisation spatiale de ce marché à l'échelle internationale permet de comprendre les avantages économiques qui résulte de nouvelles mises en relation spatiales entre pays éloignés ; d'autre part, l'analyse d'une transaction-type rendra compte de ce qui se passe dans chacun des lieux où ont été mis en place les terminaux de visioconférence et la manière dont les activités en sont concrètement transformées pour les consommateurs et les *performers*. De ce fait, dans une perspective d'économie territoriale, des données seront superposées à différentes échelles, afin de rendre compte de la forme globale de cette industrie pour en faire ressortir, par comparaison avec des prestations sexuelles concrètes, les éléments explicitant la transformation amenée par le numérique.

Dans cet article, nous nous concentrerons sur le Premium, forme initiale du *livecam*, et plus spécifiquement sur la plateforme LiveJasmin. Cette dernière compte un nombre total de 50'000'000 visiteurs uniques par mois et un revenu mensuel moyen de 35'000'000 USD, en regroupant plus de 100'000 *active performers accounts*, dont plus de 2'000 actifs en *live* à tout moment (Docler Holding 2019). Le site se situait en 2018 au troisième rang du Top 10 des sites comprenant le plus de *performers* enregistrées (Terpon Corp.) pour un prix moyen de 3,69\$ la minute « for an exclusive private chat » (*Idem*). Par l'étude spécifique de ce type de plateforme, nous montrerons quels changements la numérisation a apporté non seulement au sein de la division spatiale du travail et de la consommation à un niveau macro, mais également à un niveau méso-micro au sein des espaces dédiés à la transaction.

3.1. Organisation spatiale et numérisation des ASM

Pour ce faire, il est nécessaire de pouvoir saisir la manière dont notre monde concret est capturé, conditionné et transformé par des interactions médiatisées (Adams, 2010 : 38). La baisse des coûts de transaction, la modification des mobilités et le contournement de certains espaces publics apparaissent comme des éléments centraux de ces changements induits par la numérisation.

Adams (2009 ; 2010 ; 2018) distingue les *places* en tant qu'espace délimités physiquement, des *spaces* résultant des liens entre *places*. La dialectique d'Adams met alors en perspective ces *spaces* et *places* non seulement avec les médias², mais également avec les contenus et les contextes. Dans le cas du *livecam*, on peut distinguer trois espaces particuliers : les deux premiers étant des formes concrètes – ceux de la production et de la consommation – et le troisième, numérique cette fois, créé par la rencontre des deux premiers diffusés de manière synchrone sur une plateforme en ligne. Tout en mobilisant le modèle d'Adams, on effectuera une comparaison de ces éléments avec des ASM concrètes. Cette approche territoriale consiste à caractériser les changements dans les spatialités et les temporalités de ces activités, tout en permettant de construire une image globale du *livecam* et d'inférer un certain nombre de conclusions plus larges concernant les effets de la numérisation dans ce domaine.

3.1.1. Division spatiale de la production

La numérisation change la division spatiale des ASM par la synchronicité d'une part et le relâchement de la contrainte de contiguïté d'autre part rendus possibles par rapport

² *Media* au sens large d'intermédiaire communicationnel

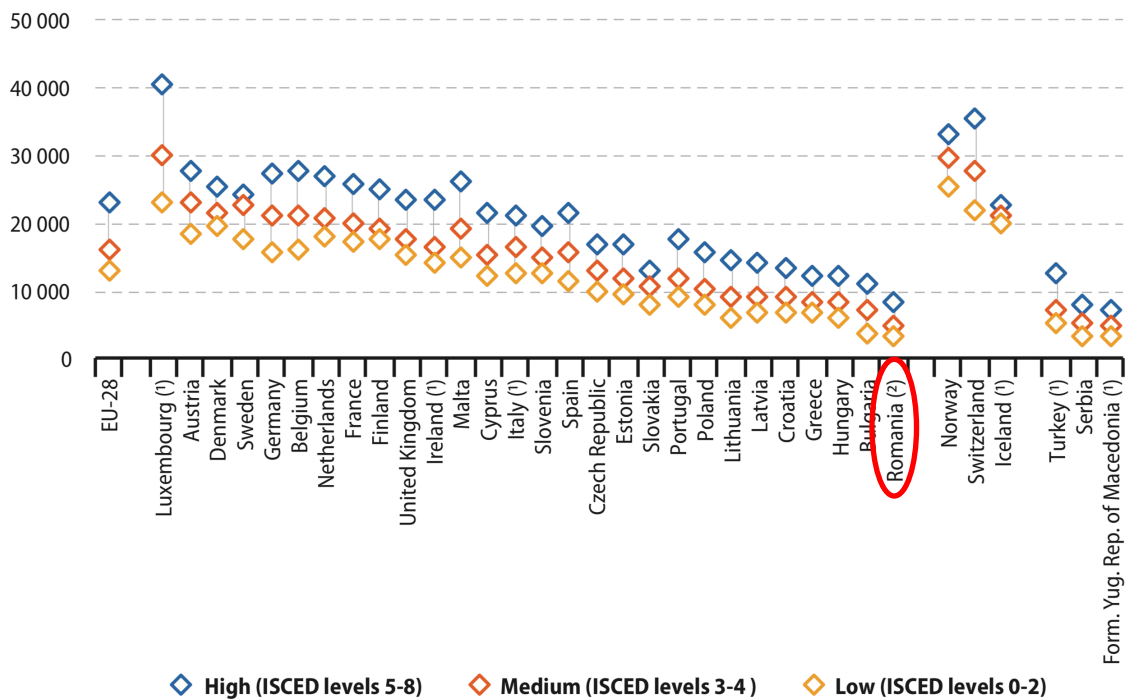
aux formes directes d'ASM. Elle permet donc relâcher la contrainte de contiguïté. Il en résulte une sérieuse baisse des coûts tant dans la production que dans la consommation.

Commençons par décrypter les coûts de production et la manière dont ils sont reliés par cette organisation spatiale. Le lieu de production principal du *livecam* est le lieu de la mise en scène des modèles. Dans le cas des sites Premium et plus spécifiquement du site LiveJasmin, la production prend place dans un studio professionnel. À une échelle mondiale, la plus grande concentration de studios de cette industrie se situe à Bucarest, en Roumanie, et une majorité des shows élaborés au sein de ces studios sont diffusés sur la plateforme LiveJasmin (Terpon Corp. : 10). « Romania is considered the world's #1 content supplier for the *livecam* industry. (...). Some country experts have said it has up to 5'000 studios. ». On assiste donc à un clustering très important qui s'explique de différentes manières. « The lower per-capita income a country has, the more attractive it is for an individual to operate a *livecam* business. » (Terpon Corp.).

Pour mettre en exergue les possibilités d'économie rendues possibles par la visioconférence, on compare deux cas extrêmes. D'une part, la Roumanie pour la production de prestations *Livecam*, avec des clients localisés en Suisse ; d'autre part, des ASM directes (par exemple la prostitution dans des salons) réalisées totalement en Suisse, avec des *performers* venues de l'étranger, comme c'est presque toujours le cas :

« Le marché du sexe est donc un secteur économique fortement ethnicisé et genré : il se caractérise, d'une part, par sa population presque exclusivement féminine et, d'autre part, par une surreprésentation de personnes étrangères, originaires de quelques régions spécifiques (pays russophones et latino-américains en particulier, puis ouest et nord de l'Afrique et Thaïlande). Les Suisses représentent un groupe dérisoire et on peut même supposer que parmi ces personnes, une partie soit d'origine étrangère. » (Bugnon, Chimienti, Chiquet et Eberhart 2009 : 27)

Les niveaux de rémunérations des *performers* peuvent être très différents pour deux raisons, en partie interdépendantes : le niveau général des rémunérations dans chaque pays et les coûts de la vie (y compris les coûts de la mobilité) dans le pays d'exercice. D'autre part, il est important de noter que le rapport entre les niveaux standards de vie du pays (salaire, loyer, etc.) et les revenus finaux obtenus en proposant des prestations *livecam* bénéficie aux *performers*. Selon les statistiques européennes, le salaire minimum en Roumanie est parmi les plus bas d'Europe (Figure 3)



Note: refers to the population aged 18-64. Ranked on the median equivalised net income for the population aged 18-64.

(1) 2015.

(2) Provisional.

Source: Eurostat (online data codes: ilc_di03 and ilc_di08)

Figure 3 Median equivalised net income by educational level, 2016, PPS.
Source : <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/9079352/KS-DZ-18-001-EN-N.pdf/884f6fec-2450-430a-b68d-f12c3012f4d0>

Quant aux loyer de Bucarest, « vous pouvez trouver un appartement une pièce pour 200 à 320 euros par mois. »³ En général, la plateforme ponctionne un forfait, pouvant diminuer en fonction du temps passé en ligne et des gains, puis le studio fait de même. Au final, les modèles reçoivent un pourcentage pouvant considérablement varier en fonction des heures effectuées et paiements encaissés. Par exemple, « si un client dépense 100\$ sur le site [LiveJasmin], 70\$ sont pris par la plateforme comme commission, mais cela peut descendre jusqu'à 20\$ en fonction des gains et du temps passé en ligne par la modèle. (...). La plateforme envoie ensuite le reste de l'argent au studio qui paie la modèle. Au final la *camgirl* reçoit un pourcentage variable en fonction de ses gains et de ses heures. Chez nous [au studio Best], il faut travailler au moins 160 heures/mois pour toucher la moitié de ses gains. » (Maria Boroghina, directrice Best Studio)⁴. Les modèles peuvent alors aisément gagner un revenu au-dessus des moyennes nationales, bien que la plateforme et le studio gardent une part substantielle de leurs rétributions. Le but est surtout de trouver son « *top spender* »⁵, passant beaucoup de temps en ligne quotidiennement, assurant ainsi un paiement élevé et régulier.

D'autre part, les activités liées au *livecam* ne sont pas taxées en Roumanie, ce qui est permet aux industries de prospérer. En effet, comme le mentionne Maria Boroghina, directrice des Studios Best de Bucarest : « Les studios ont été essayé d'être légaux. On disait "Regardez on est là, tout le monde le sait, alors légalisez-nous ! On veut payer nos impôts. Mais ils ne le font pas. (...). C'est pornographique, donc ils ne veulent pas

³ Tiré de [En Ligne] : <https://www.rri.ro/fr/montants-des-loyers-en-roumanie-2554063>

⁴ Tiré de [En Ligne] : <https://www.arte.tv/fr/videos/091987-000-A/camgirls-l-uberisation-du-porno-vox-pop/>

⁵ se définit comme le client principal et régulier qui apporte la plus grosse part du revenu

légaliser. [Alors que] notre chiffre d'affaire de d'environ vingt millions de dollars par an »⁶. De plus, toute une économie locale gravitant autour de ces studios prend actuellement place en Roumanie. De nombreux artisans prennent part à cette nouvelle industrie par diverses prestations, telles que la fabrication de costumes, les techniques de maquillage et de coiffure, etc. Ajoutons à cela qu'une conséquence directe de la présence d'aussi nombreux studios est que « Romania has the best and cheapest Internet infrastructure in the G20 countries. » (*Ibid.*)

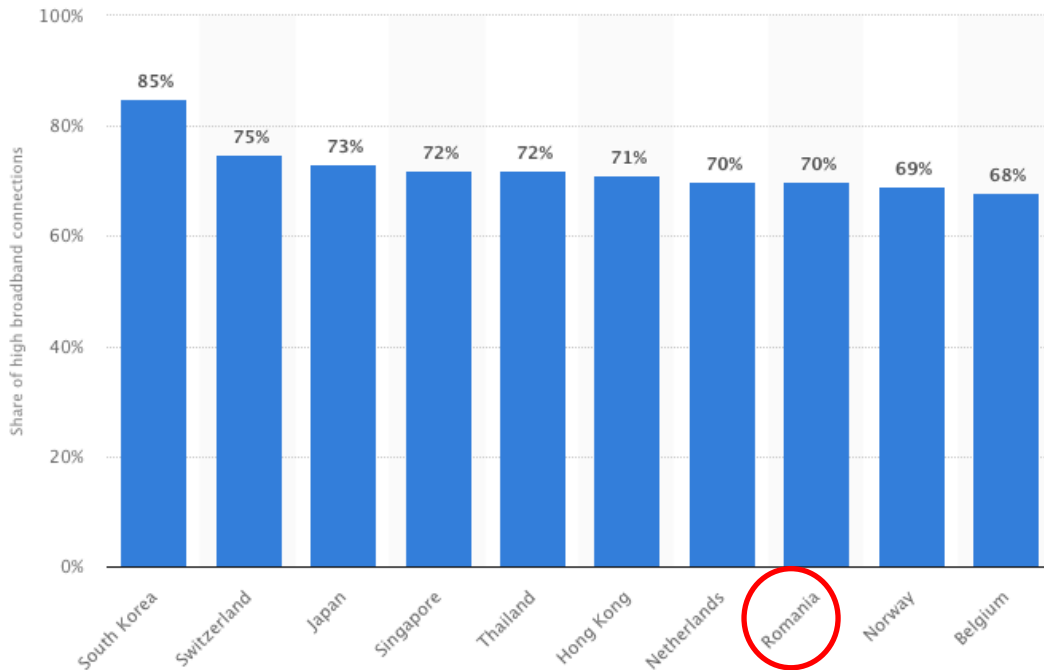


Figure 4 Countries with the largest rate of high broadband connectivity as of 1st quarter 2017.
Source : <https://www.statista.com/statistics/417225/high-broadband-connectivity-countries/>

Comparativement à une forme d'ASM traditionnelle, bons nombres de coûts de production semblent diminués par la numérisation et permettent donc d'expliquer une part de l'essor de ce marché tant au niveau des *performers* que des entreprises. Les coûts relatifs à la santé et à la sécurité des modèles semblent être également importants à prendre en compte. En effet, ces dimensions reviennent régulièrement (meilleur salubrité, violence moindre grâce à l'interface de l'écran, possibilité de couper la connexion à tout moment, risque d'infection sexuellement transmissible nul, etc.) dans les blogs des *performers*. Ainsi, ces nouvelles formes de prestations sexuelles marchandes diminuent non seulement les coûts liés à des risques sanitaires, mais également ceux qui sont liés à la nécessité d'une mobilité transnationale qui caractérise les ASM "traditionnelles". Une mobilité coûteuse est alors nécessaire. De plus les coûts de résidence dans un pays occidental sont élevés, comprenant notamment des loyers dans les quartiers dédiés, le niveau de prix à la consommation, etc. La location d'une chambre dans un quartier dédié peut s'élevé jusqu'à « 90€ par jour durant la semaine, et 140€ par jour durant le week-end » (Entretien J.), ce qui avoisine donc un total

⁶ *Ibid.*

extrêmement élevé de plus de 2'800€ pour un mois de location, alors que le loyer moyen pour la Suisse se situait en 2017 entre 1'200€ et 1'300€⁷.

3.1.2. *Division spatiale de la consommation*

Les coûts relatifs à la production du *livecam* et leur comparaison avec ceux relevant d'une ASM standard peuvent également être analysés du côté de la clientèle. Tout en gardant une perspective territoriale, on peut observer à une échelle macro que la majorité de la clientèle se situe dans des pays occidentaux, tels que l'Angleterre, le Canada, la Suède, l'Australie ou les Pays-Bas (Terpon Corp.). « En termes de consommation de *livecam*, la clientèle est très diverse, mais c'est une petite partie qui en consomme le plus. En gros, sur un total de 500'000 personnes regardant du *livecam*, 100'000 en consomment pour 3000-4000\$/mois. » (Terpon Corp.).

Cette mise en perspective des sphères de production et de consommation permet alors de mettre en lumière le fait que cette division spatiale du *livecam* reproduit une dichotomie déjà identifiée dans le domaine des activités sexuelles marchandes dites « traditionnelles ». Ces différences de pouvoir d'achat, de niveaux de vie, etc. entre les lieux de production et de consommation illustre alors un effet d'optimisation de ces nouvelles formes d'ASM dans le temps et l'espace, rendu possible par la numérisation. En parallèle à l'évolution des coûts, on assiste à une augmentation de l'offre disponible et à une facilité d'accès pour les clients. En bref, la numérisation entraîne une modification des rapports économiques entre territoires nationaux. Voyons maintenant comment s'organisent les lieux et contenus des activités *livecam*.

3.2. *Les lieux et les contenus du livecam*

Notre seconde hypothèse pose que la numérisation change non seulement l'organisation spatiale par la mise en relation de lieux éloignés, mais aussi le contenu des transactions en raison de la présence de terminaux dans les lieux où vont se dérouler les activités concrètes. En effet, la nouvelle organisation spatiale n'aurait pas de sens si elle ne s'appuyait pas sur de nouveaux types de prestations qui se déroulent dans des lieux concrets dédiés aux ASM. De la même manière, ces lieux sont réorganisés en fonction de leur mise en relation avec d'autres, via la nouvelle organisation spatiale.

⁷ Tiré de [En Ligne] : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/catalogues-banques-donnees/graphiques.assetdetail.7346306.html>

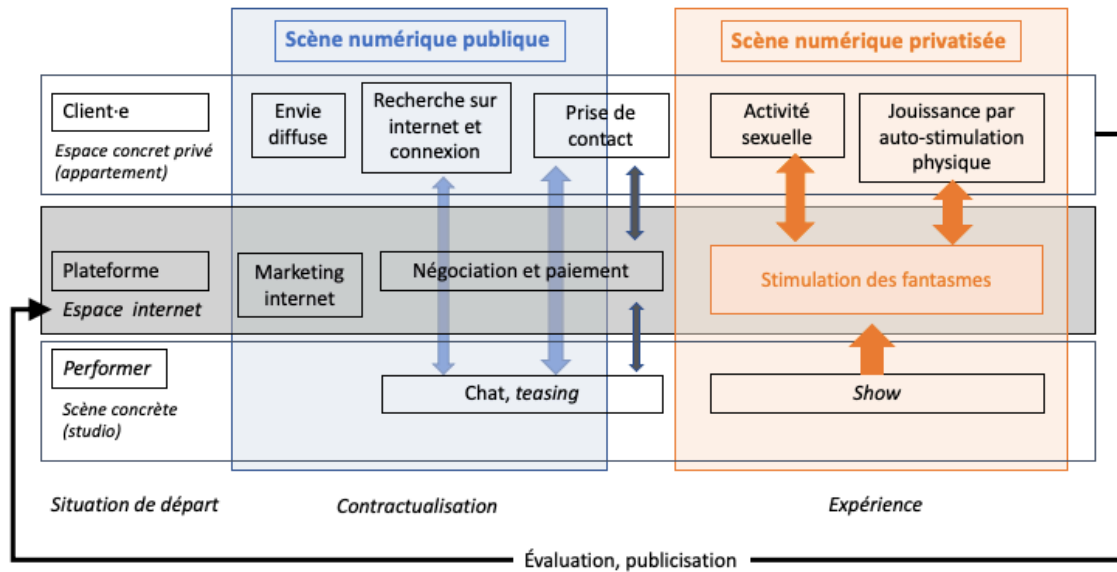


Figure 5 : Spatialité et temporalité de la transaction livecam. Source : Réalisation personnelle

3.2.1. Le contenu de la transaction

Le déroulement spatial et temporel d'une transaction de *livecam* peut être décrit de manière générale comme un marché, selon la définition de White (1981). Le *livecam* nécessite dans un premier temps la participation, par la connexion, d'au moins deux *performers* et un client, en l'occurrence situés dans des lieux concrets différents, via une plateforme numérique. La numérisation permet toutefois d'atteindre des nombres beaucoup plus importants de participants que pour les ASM directes. En effet, un nombre illimité de lieux concrets peuvent être connectés en direct par le biais de webcam. À toute heure de la journée plus de 2'000 *performers* sont en ligne et proposent leur *show* sur la seule plateforme LiveJasmin (Docler Holding 2019). En parallèle, ceci augmente également la possibilité d'action de la clientèle par le choix des plateformes, et d'un large panel de catégories. On peut dorénavant choisir le type de *shows* désirés (en privé, VIP, avec un *sextoy* connecté, etc.), la langue souhaitée, le prix demandé à la minute, et le profil du modèle en fonction de différents critères (sexe, origine, niveau d'expérience, âge, etc.). On estime qu'il existe aujourd'hui environ 5000 plateformes dédiées au *livecam*, formes Freemium et Premium confondues.

Cet ensemble de plateformes en général et chacune d'entre elles en particulier sont assimilables à des places de marché public (*public market*) : l'offre et la demande s'y rencontrent sans obligation de contracter. La clientèle déambule numériquement et choisit un site, puis une ou plusieurs offres disponibles. Comme dans un espace marchand concret, ce *space in media* (Adams 2009) numérique est un espace de chalandise, de mise en scène et de *teasing*. Dans ce premier temps et cet espace de découverte, le but pour les *performers* est d'attirer la clientèle. Dans un deuxième temps, on bascule de ce *space* numérique public de chalandise vers un *space* numérique privatisée, généralement restreint à une *performer* et à un client. Ce basculement signifie le passage en mode payant à la minute. Une autre configuration est un *space* numérique public où certains clients paient par le biais de pourboires, dans quels cas les clients sont appelés « *tipers* ». Cette partie payante peut également faire l'objet d'incrémentations monétaires spécifiques, de type pourboire, en fonction de la volonté du client ou pour faire fonctionner un *sex toy* connecté.

Le *livecam* n'est pas une « prestation de service » au sens strict, où seul le prestataire est actif dans le processus de création de valeur. Il relève plutôt de l'*experience economy* (Pine et Gilmore 1999, 2013 ; Lorentzen *et al.* 2015), où le consommateur s'engage plus ou moins intensément et joue un rôle central dans la construction de la valeur (Hippel 2005, 2007, 2008). Le *show* se déroule entre la *performer* et son audience de manière synchrone. Durant le *show*, il est possible d'interagir – ce qui se fait majoritairement via des *chats*⁸ – afin de formuler des demandes, des attentes, etc. L'*experience* peut donc prendre la forme d'un mode individualisé et dédié. Même si le consommateur reste passif, la performance n'en reste pas moins mesurée sur la base du temps d'attention du consommateur, et ceci tant sur le plan monétaire que sur celui du contenu de la prestation.

Il est important de noter que la fin du *show* ne détermine pas la fin de la transaction. En effet, il existe un troisième temps, crucial dans la construction de la valeur de la performance : la notation. Ainsi, la clientèle peut évaluer, donner des points, etc. En fonction de la plateforme, les modalités diffèrent, mais le résultat est le même : un *ranking*⁹ des *performers* se dessine, accessible à toute la clientèle – habituée ou novice – entrant sur le site. La boucle est alors bouclée, et on remonte de l'échelle de l'espace privé numérique à l'espace public de la plateforme : la nouvelle clientèle accède aux informations de la clientèle déjà initiée, les critères de sélection sont donc à la fois personnels (envies et désirs spécifiques) mais également partagés, au sens où les évaluations des autres peuvent également être utilisées comme critères de choix. Ces évaluations se retrouvent également sur d'autres types de sites internet, tels que des plateformes spécialisées, des *forums*, etc. En résumé, si la valeur est construite dans l'espace numérique privé, l'espace numérique public est central dans le choix, l'évaluation sociale et la valorisation monétaire de la prestation. Le *livecam* gagne donc à être analysé selon les théories de la valuation (Dewey 1939, 2011 ; Vatin 2013 ; Starck 2011 ; Aspers et Beckert 2011), qui donnent toute leur place aux processus individuels et sociaux de construction de la valeur, avec l'engagement des consommateurs, plutôt que comme une prestation de service traditionnelle, pour laquelle le contenu (les connaissances *incorporées*, - *embodied* – dans la prestation) est central. La numérisation, en ce qu'elle permet l'interaction bilatérale et plus large, favorise une économie de l'expérience et permet la création d'un surcroît de valeur en jouant à la fois sur l'individualisation de l'*experience* et sur son évaluation sociale. Les connaissances qui sont mises en jeu tant par la *performer* que par le consommateur sont en partie publicisées et partagées, directement sur les plateformes via les commentaires et les notations, mais aussi indirectement sur les blogs spécialisés des *performers*. Ces connaissances sont ainsi encadrées – *embedded* – dans la communauté (Crevoisier 2015).

Concernant la plateforme LiveJasmin, il est important de noter que le lieu numérique, tel qu'il apparaît au client, fait l'objet d'une mise en scène étudiée au travers d'effets d'ambiance, de jeux de lumière, de costumes, etc. Le cadrage varie et est piloté par la *performer*. À titre d'exemple, les Studios 20 de Bucarest investissent entre 3'000 et 5'000\$ dans l'équipement électronique de chaque chambre de studio, « computer, large screens, latest generation Pan-Tilt-Zoom Cameras, lighting systems, etc. » et environ 3'000\$ « per room for the home staging » (Terpon Corp.). Ces investissements conséquents dans la mise en scène permettent d'enrichir considérablement l'expérience.

Concernant les lieux concrets où se situent les consommateurs lors de la transaction, il s'agit généralement du domicile du consommateur. L'accès au *livecam* est par

⁸ Discussion en ligne sous forme de messagerie instantanée

⁹ Hiérarchie interne à la plateforme en fonction des notes et du temps passé en ligne.

conséquent beaucoup plus aisé qu'à des ASM directes, nécessitant une coprésence en un lieu qui est généralement hors du domicile, dans des salons, des appartements ou des hôtels dédiés.

Pour penser ces transactions monétaires en termes spatiaux, il est intéressant de noter qu'au sein du *space* synchrone de la transaction, c'est le temps qui est payé et non l'acte. Ce temps est calculé proportionnellement à la présence du client dans l'espace numérique privatisé. L'objectif de la *performer* est faire durer la performance le plus longtemps possible. Les modèles des sites Premium parlent de clients particuliers, appelés « *Top Spender* » (Entretien C.B.), qui passent beaucoup de temps en ligne chaque jour et sur des périodes parfois très longues. Par comparaison, dans le cadre des prestations sexuelles concrètes, le temps passé avec la clientèle doit quant à lui être optimisé, afin de pouvoir augmenter le nombre de clients au cours d'une journée de travail. La numérisation provoque alors un changement fondamental dans le rapport au temps.

3.2.2. Comparaison entre différentes ASM

Quelles sont les différences ou similitudes entre les formes territoriales du *livecam* et celles des prestations sexuelles concrètes. Comment ces deux ensembles s'influencent-ils ? La figure 6 permet de comparer différentes ASM du point de vue des espaces et des séquences temporelles spécifiques, nécessaires à leur réalisation. On compare les dimensions privées et publiques liées aux espaces utilisés, mais également sur les dimensions numériques et concrètes. Trois éléments importants concernant les transformations amenées par le numérique ressortent. Le premier réside dans la dimension totalement privée de l'espace de la jouissance et de l'activité sexuelle. Nous verrons au point suivant comment cette dichotomie privé-public, utilisée par toutes les formes d'ASM, joue un rôle important et est loin d'être anodine. Le second réside dans le fait que la numérisation a permis la création de formes hybrides, dans les phases de prise de contact, de *teasing*/publicité et de paiement. Certaines ASM concrètes mobilisent des médias durant les premières phases de publicité et de prise de contact. Des plateformes telles que Sex4u, Sexup ou Anibis, sont des supports très utilisés (Entretien J.). D'autre part, l'industrie du *livecam* mobilise divers types de plateformes numériques, afin de proposer des possibilités de paiements divers (*tokens*¹⁰, *Paypal*, etc.) ou de faire de la publicité, via des sites très visités, tels que Pornhub, YouPorn, etc. ou encore sur certains *forums* en ligne ou via des réseaux sociaux comme OnlyFans ou Facebook. Le troisième et dernier élément réside dans le fait que le *livecam* est la première forme de prestations sexuelles avec son et image, dont l'activité prend place dans un *space* synchrone totalement numérique.

¹⁰ En moyenne 10 tokens sont l'équivalent d'1\$.

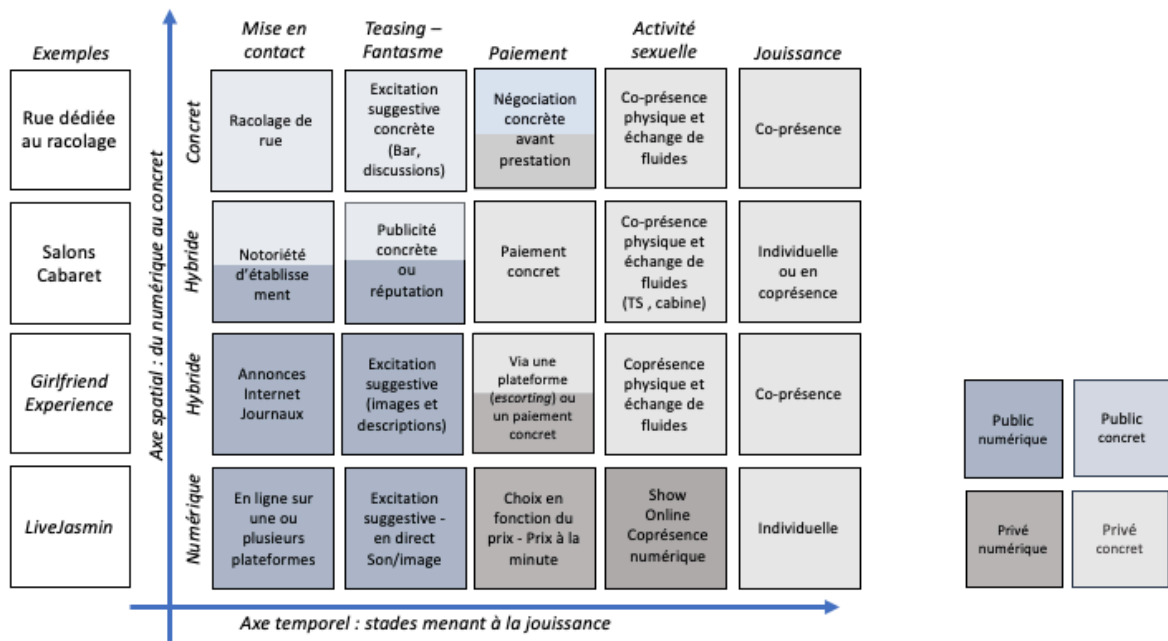


Figure 6 Comparaison entre formes concrètes et digitales des prestations sexuelles tarifées.
Source : Réalisation personnelle

Ces différences en termes de temporalités et d'espaces entre les différentes formes d'ASM illustrent les modifications amenées par la numérisation au travers de nouveaux modèles. Quelles incidences ces modifications ont-elles sur les espaces concrets ?

3.2.3. Contournement des espaces publics

Notre troisième hypothèse traite le fait que le *livecam* permet concrètement un évitement de l'espace public concret en connectant à l'aide de médias numériques des *places* privées au travers de *spaces*. Ces nouvelles industries du sexe indirect semblent mobiliser à tous les niveaux cet évitement. De fait, la numérisation apporte nombre d'alternatives à l'utilisation d'espaces concrets dédiés et exposés au public. S'il existe des formes hybrides d'ASM concrètes utilisant le numérique, tels que l'utilisation d'annonces *online*, elles remplacent de plus en plus souvent le racolage de rue ou les vitrines de cabarets. En ce sens, le *livecam* semble former le bout de ce continuum annulant totalement toute forme de déplacement pour la prestation. Ainsi, tant les prestataires que la clientèle se voient bénéficier d'un évitement du stigmate, lié au déplacement dans l'espace public concret vers des espaces dédiés. Dans le même ordre d'idée, les autorités en charge de l'ordre public semblent bénéficier des mêmes effets, par le déplacement progressif des ASM vers des espaces privés, ne nécessitant plus un encadrement d'espaces publics concrets. De plus, il semble que si d'un côté le *livecam* et d'autres formes de prestations sexuelles totalement ou partiellement numériques vivent un réel essor, de l'autre les territoires publics dédiés diminuent.

Notre dernière hypothèse réside dans le fait que de plus en plus de territoires concrets abritant des ASM (quartiers chauds, rues dédiées au racolage, etc.), diminuent drastiquement et qu'ils sont peu à peu remplacés par des formes – hybrides ou non – d'ASM faisant appel au numérique (Encadré 1).

ENCADRÉ 1

VILLE DE LAUSANNE, CANTON DE VAUD

« Le dispositif pour la prostitution de rue à Lausanne est entré en vigueur dimanche. De 1700 mètres linéaires, la zone "d'activité" dans le quartier de Sévelin passe à 700 mètres pour 40 à 70 personnes, de 22h00 à 5h00. »

Tiré de [En Ligne] URL : <https://www.rts.ch/info/regions/vaud/9486837-la-zone-reservee-aux-prostituees-a-lausanne-a-retreci.html>

VILLE DE ZÜRICH, CANTON DE ZÜRICH

« Dans ce contexte, la municipalité a revu son ordonnance pour gérer la prostitution. Dès fin août [2013], seules deux zones subsisteront pour le trottoir : une au sud de la ville, et l'autre proche de la gare principale, dans le quartier du Niederdorf. »

Tiré de [En Ligne], URL : <https://www.letemps.ch/suisse/prostitution-quitte-trottoirs-garages>

Encadré 1 : Exemples de diminution des espaces concrets dédiés aux ASM. Sources : Quotidiens locaux

Si nous ne pouvons pas affirmer ou infirmer cette hypothèse de manière précise, nous pouvons constater que l'essor important de l'industrie du *livecam* – dont le total chiffré est estimé à 9-10 milliards de dollars (Terpon Corp.) – se déroule parallèlement à la diminution des territoires concrets dédiés aux ASM, notamment en Suisse. Ces formes numériques permettent d'éviter les problèmes dans les espaces publics. À ce stade, il est important de garder à l'esprit que si les territoires dédiés sont en diminution par le fait d'enjeux institutionnels et que leur évitement permet aux actrices et acteurs de ce domaine de déjouer le stigmaté lié aux ASM, les coûts présentés dans la première partie de cet article, liés à l'utilisation de ces espaces, sont également enrayés. En résumé, tout le monde y gagne, malgré des enjeux d'ordre public importants soulevés dans l'ensemble des domaines relevant exclusivement du numérique. Quelques exigences et/ou législations selon certains pays entrent en vigueur progressivement, notamment en Europe. « Les activités sur le territoire européen sont très réglementées et dans le milieu une transparence totale est nécessaire, car des pénalités jusqu'à 20mio peuvent être infligées pour certaines entreprises frauduleuses. Les sites ont l'obligation de garder les données personnelles de ses performers, ainsi que les contrats sur lequel figurent les règles précises » (Terpon Corp.). Il existe également des sites tels que Webcamlaws qui renseignent au sujet des lois de manière vulgarisée et conseils des « live web cam best practices » tant pour les opérateurs de plateformes, que pour les modèles.

4. Conclusion

Adams (2019, 2018, 2017) pose que la numérisation doit être comprise comme un processus de réorganisation spatiale – de nouvelles mises en relation de lieux grâce aux médias – qui joue dialectiquement avec les contenus, les activités, qui se développent à l'intérieur de ces médias. Dans cet article, nous avons adopté cette conception en la couplant aux dynamiques territoriales d'innovation.

Sur le plan territorial, le *livecam* correspond à un *space in media*, c'est-à-dire des « topologies of communication, social networks, virtual places, surveillance, and “code-space”. These various concepts converge around the idea that communications are a kind of space – that is, a structured realm of interaction that both enables and constrains occupants in particular ways » (Adams 2010 : 46). Ce « lieu virtuel » est constitué de la mise en relation à travers l'espace, grâce à une plateforme numérique, d'au moins deux lieux concrets – en principe le domicile du client et le studio de la *performer* – pour un show de nature érotique. Il résulte d'une action entrepreneuriale de la part d'une multitude d'acteurs, parmi lesquels de très nombreux amateurs ou *performers* indépendants, mais aussi quelques grandes plateformes internationales cotées en bourse.

Dans une perspective territoriale, la dimension économique de cette innovation s'explique par sa forme spatio-temporelle et réciproquement. Par rapport aux ASM concrètes – la prostitution de rue ou en salon – le *livecam* permet d'économiser de nombreux coûts (migration des *performers*, loyers, coûts de la vie dans les pays d'exercice, etc.) tout en permettant une *expérience*, l'accès à des jeux à caractère érotique interactifs. Par rapport à l'industrie du film pornographique, il a l'avantage de n'être en principe pas reproductible, car c'est l'expérience qui confère de la valeur à l'activité. Si le consommateur veut la vivre, il est obligé de payer. A plus grande échelle, les plateformes peuvent se domicilier là où c'est le plus avantageux pour elles, indépendamment de la localisation des activités tant de production que de consommation, en tout cas aussi longtemps que les règles d'imposition des activités numériques resteront ce qu'elles sont aujourd'hui.

Ces caractéristiques économiques s'expliquent notamment par la connexion à distance qui permet de mobiliser du travail à bas coûts et des consommateurs à hauts revenus. On peut faire jouer les avantages d'une division spatiale du travail et de la consommation. La construction d'une valeur d'*expérience* est possible grâce à la synchronicité à distance permise par la visioconférence. Cette organisation spatiale permet également de diminuer la mobilité tant du côté des *performers* que des consommateurs, que ce soient des migrations internationales ou des déplacements dans la ville vers les rues ou les salons dédiés. Enfin, on a vu que le *livecam* permet de contourner les espaces publics concrets, ce qui évite les stigmates à l'échelle des municipalités, mais repose la question des accès aux espaces publics numériques – concrètement les plateformes – notamment pour les mineurs.

Si la présente recherche s'est concentrée sur une étude de cas d'un site premium, la réalité du secteur est beaucoup plus diversifiée, avec, à côté de grandes entreprises cotées en bourse, des plateformes de *performers* indépendantes, ainsi que des plateformes d'amateurs. A l'instar des nombreuses activités postindustrielles basées sur l'engagement des consommateurs (le sport, la cuisine, la musique, le maquillage, etc.), le *livecam* articule des activités non monétarisées, des activités marchandes et monétarisées, ainsi que de grandes entreprises capitalistes. Ce qui est frappant est la rapidité avec laquelle ce secteur s'est développé. Une trajectoire s'est amorcée, avec

des innovations technologiques d'ores et déjà annoncées, sex toys activables à distance, caméras spécifiques, etc.

Enfin, la grande question est de savoir si la numérisation conduit à une substitution des activités concrètes ou si elle les fait évoluer et les enrichit. Si on peut affirmer que le *livecam* s'est substitué au film pornographique, son impact sur les autres ASM n'est pas facile à cerner. On constate une baisse généralisée des espaces de rue dédiés au racolage, mais il est probable que ces activités se soient simplement déplacées dans des espaces privés dispersés. L'*expérience* permise par le *livecam* a probablement permis une augmentation de la monétarisation des activités sexuelles de la population. En effet, il s'agit de prestations toujours plus individualisées et qui permettent d'échapper au contrôle social. En cela, elles sont emblématiques du développement du « capitalisme libidinal » (Dufour 2012), à la fois transgressif et qui pénètre toujours davantage dans les sphères privées et même dans la chair des protagonistes. La numérisation ne peut pas être comprise indépendamment du système marchand, capitaliste et libéral actuel (Srnicek 2018).

Nous avons montré comment le phénomène de la numérisation modifie les ASM au travers du cas d'étude précis du *livecam* Premium LiveJasmin. Si nous ne voulons pas parler de remplacement ou de substitution complètes des ASM concrètes, il est central d'étudier les changements amenés par le numérique à deux niveaux. De manière dialectique, le niveau du contenant/contexte de l'organisation spatiale d'Adams (2010) fait référence à notre analyse de la division spatiale du travail/production et de la consommation avec le niveau de la transaction lié à la construction des lieux et contenus – coding and representations (*Ibid.*) du *livecam*.

Au premier niveau, le contenant fait référence aux modifications spatiales amenées par la numérisation, et par ruissellement mènent à des questions de mobilités et d'institutions. En effet, les limites des espaces physiques se voient modifiées, tandis que de nouveaux espaces numériques – *spaces* (Adams 2010) – sont créés et permettent l'essor de nouveaux types d'activités sexuelles marchandes. De ce fait, les lieux vont être vécus et expérimentés de manière différente selon les médias présents et ces nouvelles technologies vont, en créant de nouveaux espaces, engendrer de nouveaux discours sociaux, règles, pratiques et représentations. Ces éléments sont intimement liés aux formes de mobilités, ainsi qu'aux institutions. De fait, une demande d'interaction synchrone (Beaude 2018) en ligne permet d'annuler une mobilité dans l'espace. Cette nouvelle possibilité dans le cas des ASM amène une modification totale de l'espace de rencontre, ainsi que de l'espace d'exercice, tandis que dans les cas concrets ou hybrides d'ASM seul l'un ou l'autre de ces espaces se voit modifié. Pour les cas hybrides, c'est le lieu de rencontre qui peut être numérisé – par exemple par le biais d'annonces en ligne – alors que dans les cas faisant appel à des espaces uniquement concrets, on assiste à une baisse des périmètres dédiés. La numérisation propose donc non seulement de nouveaux espaces et de nouvelles pratiques, mais modifie également les espaces concrets. Ces références à la structuration des espaces par le numérique mettent en lumière les enjeux institutionnels qui y sont liés, d'une part de manière générale à l'image des enjeux sur la taxation des GAFA¹¹, et d'autre part de manière spécifique par la mise à distance des stigmates liés aux ASM. L'essor de nouvelles offres, partiellement ou totalement numérisées, semble alors compréhensible, puisqu'elles bénéficient à un large ensemble d'acteurs institutionnels, économiques et privés. Au deuxième niveau, la modification de l'organisation spatiale rend possible une ouverture vers la construction de nouveaux contenus, que sont les *shows* synchrones en ligne. Ceci est une première forme d'innovation et d'apprentissage, qui elle-même permet une dialectique avec

¹¹ GAFA : Acronyme désignant les géants du web faisant principalement références à Google, Apple, Facebook et Amazon

l'organisation spatiale, puisque des éléments tels que les *sextoys* connectés, ou des caméras avec vision à 360° font l'objet de recherche et d'innovation. Ces éléments de causalité montrent que si l'organisation spatiale influence les contenus, la réciproque est également vraie.

Nos résultats sont à nuancer par l'étude d'autres plateformes et par l'analyse des effets spatiaux de la numérisation dans d'autres domaines. En effet, l'essor actuel des sites de *livecam* Freemiums posent d'autres questions spatiales et économiques, puisque du côté de la production, ils offrent une possibilité individuelle et privée dans la création des shows et une offre beaucoup plus large ; ces derniers pouvant être assimilés à une offre *lowcost* du *livecam*.

Le devenir de la mobilité physique est-il mis à l'épreuve par ces innovations ? Rien n'est moins sûr, mais si le cas des ASM nous pousse à considérer une substitution de la mobilité physique par le numérique, ce n'est pas le cas pour bon nombre d'autres domaines, à l'image du tourisme, où la numérisation semble plutôt engendrer une mobilité accrue (Gueux et Crevoisier 2015).

5. Bibliographie

- Adams, C. P. 2019. *Geographies of media and communication III: Academic communications and the digital communication environment*. Progress in Human Geography 2019, Vol. 43(4) 739–748.
- Adams, C. P. 2018. *Geographies of media and communication II: Arcs of communication*. Progress in Human Geography 2018, Vol. 42(4) 590–599.
- Adams, C. P. 2017. *Geographies of media and communication I: Metaphysics of encounter*. Progress in Human Geography 2017, Vol. 41(3) 365–374.
- Adams, C. P. 2010. *A taxonomy for communication geography*. Progress in Human Geography, 37-57.
- Adams, C. P. 2009. *Geographies of Media and Communication: a critical Introduction*, London: Wiley Blackwell.
- Agustin, L. M. 2007. *Sex at the Margins: Migration, Labour Markets and the Rescue Industry*. London: Zed.
- Baya-Laffite, N. 2018. *Sociologie d'internet*. Revue d'anthropologie des connaissances 2018/1, Vol. 23 (1), 95-101.
- Blanquet, M., Trachman M. 2009, *Actualité des échanges économique-sexuels*, Genre, sexualité & société, [Online], 2 | Autumn 2009, published online 14 December 2009, viewed 16 September 2019. URL: <http://journals.openedition.org/gss/1234>
- Beckert, J. and Aspers, P. 2011. *The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy*. New York : Oxford University Press.
- Bernstein, E. 2007. *Temporarily Yours: Intimacy, Authenticity, and the Commerce of Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bugnon, G. Chimienti, M., Chiquet, L. with the cooperation of Eberhard J. 2009. *Marché du sexe en Suisse. État des connaissances, best practices et recommandations. Volet 3 – Mapping, contrôle et promotion de la santé dans le marché du sexe en Suisse*. Geneva: University of Geneva.
- Bryen, S. 1999. *Stigmate et métier*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Castle, T., Lee, J. 2008. *Ordering Sex in Cyberspace: a content Analysis of Escort Websites*. International Journal of Cultural Studies (11)1: 107-21.
- Chavance, B. 2012. *John Commons's organizational theory of institutions: a discussion*. Journal of Institutional Economics (2012), 8: 1, 27-47.
- Coe, N., Dicken, P., Hess M. *Introduction: global production network – debates and challenges*. Journal of Economic Geography, February 2008.
- Cunningham, S., Todd, D. K. 2011. *Prostitution 2.0: The Changing Face of Sex Work*. Journal of Urban Economics 69(3):273–87.
- Dewey, J. 1939. *Theory of valuation*. Chicago : The University of Chicago Press.

- Dewey, J. 2011. *La formation des valeurs*. Paris : Editions La Découverte.
- Dufour, D.-R. 2012. *Le divin marché*. Paris : Editions Gallimard.
- Fielding, N., Lee R. M., Grant, B. 2017. *The SAGE Handbook of Online Research*, Second Edition, London : Sage Publications.
- Gueux D., Crevoisier O. 2015. *A comprehensive socio-economic model of the experience economy: the territorial stage*. In: A. Lorentzen, L. Schroder, & K. Topso Larsen (Eds.) *Spatial Dynamics in Experience Economy*. Abingdon: Routledge.
- Gueux, D. 2014. *Mises en scène patrimoniales et développement territorial: un modèle inspire des Alpes*. *Revue d'économie régionale et urbaine*, 2014/5 (décembre), 885-904.
- Harcourt, C., Donovan, B. 2005. *The Many Faces of Sex Work*. *Sexually Transmitted Infections* 81(3):201–6.
- Hippel E. 2005, *Democratizing innovation*, Cambridge : MIT Press.
- Journal of Economic Geography*. 2008. *Special Issue: Global Production Networks: Debates and Challenges*, vol. 8(3), 267-440.
- Journal of Economic Geography*. 2007. *Special Issue: Transnational Retail, Supply Networks and the Global Economy*, vol. 7(4), 267-440.
- Henderson, J. *et al.* *Global production networks and the analysis of economic development*. *Review of International Political Economy*, 436-464.
- Jones, A. 2016. *'I Get Paid to Have Orgasms': Adult Webcam Models' Negotiation of Pleasure and Danger*" *Journal of Women in Culture and Society* 2016, vol. 42(1).
- Lorentzen, A., Schroder, L. and Larsen, T. 2015. *Spatial Dynamics in the Experience Economy*. Abingdon: Routledge.
- Lorentzen, A., Jeannerat, H. 2013. *Urban and regional studies in the experience economy: What kind of turn?* *European Planning Studies*, 20 (4), 363-369.
- Lorentzen, A. 2009. *Cities in the experience Economy*, *European Planning Studies*, 17 (6), 829-845.
- Narouzilame, F. *et al.* *Global and Regional Production Networks: A Theoretical and Practical Synthesis*. IFIP International Conference on Advances in Production Management Systems (APMS), Sep 2014, Ajaccio : France, 108-115.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. 1999. *The Experience Economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard: Harvard Business School Press.
- Srnicek, N. 2018. *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal : Lux. coll. "Futur proche".
- Stark, D. 2011. *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*.
- Tabet, P. 2004. *La grande arnaque. Sexualité des femmes et échange économique-sexuel*. Paris : L'Harmattan.

Vatin, F. 2013. *Évaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*.
Toulouse : Presses universitaires du Mirail.

Weber, F. 2000. *Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles*.
Une ethnographie économique après le Grand Partage, *Genèses*, No. 41, 85-107.

White, H. C. 1981. *Where do markets come from ?* *The American Journal of Sociology*,
87(3), 517-547.

Référence électronique

Donzallaz, Salomé; Crevoisier, Olivier « Digitisation, innovation and territorial forms: commercial sexual activities between soliciting and livecam », Working Paper series MAPS [online], 2 | 2020, https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_FR_2_2020_Donzallaz_Crevoisier.pdf

ISSN : 1662-744X

La reproduction, transmission ou traduction de tout ou partie de cette publication est autorisée pour des activités à but non lucratif ou pour l'enseignement et la recherche.
Dans les autres cas, la permission de la MAPS est requise.



Contact:

MAPS - Maison d'analyse des processus sociaux
Rue A.-L. Bréguet 1
CH - 2000 Neuchâtel
Tél. +41 32 718 39 34
www.unine.ch/maps
maps.info@unine.ch