



Vendredi, Netflix s'est ouvert en trois clics

On ne pourra pas faire le grief à Netflix de ne pas avoir le sens de la mise en scène. Vendredi à minuit, elle a mis en ligne son catalogue pour la Belgique, exactement comme elle l'avait fait une semaine auparavant en France. Résultat : avant même sa présentation officielle, vendredi, chacun avait pu découvrir le site et se faire une idée de son offre en Belgique.

Comme l'Allemagne, l'Autriche, la France, le Luxembourg et la Suisse, la Belgique dispose désormais d'un accès direct au géant de la vidéo légale par Internet, une offre qui "se veut complémentaire" de celle des chaînes classiques.

Qui? Sans surprise, le catalogue fait la part belle aux cinéphiles et sériophiles avertis, à savoir des amateurs qui souhaiteraient combler leurs lacunes ou approfondir leurs connaissances par genre, par thématique ou par auteur.

Grâce à l'algorithme très performant développé par la société californienne, les recherches sont facilitées et guidées. Au fur et à mesure des consultations, le service retient vos préférences et vous suggère des œuvres en fonction de vos goûts supposés. Un seul compte permet de créer plusieurs profils d'utilisateurs afin que chacun retrouve facilement ses programmes préférés.

Combien? Pour une offre de base à coût réduit (à partir de 7,99€ par mois), il est possible de s'immerger dans un catalogue d'un bon millier de titres qui sera étoffé au fil du temps. Il existe trois offres d'abonnements différents qui varient en fonction du nombre d'écrans connectés en simultanément et

de la définition de l'image choisie. Tous les détails sont disponibles sur www.netflix.be.

Comment? L'abonné accède à ces programmes vidéo via ordinateur, tablette, smartphone, console de jeux ou TV connectée.

Quoi? En plus d'un vaste éventail de films, l'originalité de Netflix se situe au rayon séries. On y retrouve "Orange is the new black", la série tragicomique centrée sur une prison pour femmes et la série d'épouvante "Hemlock Grove", deux de ses créations originales les plus courues. Mais ni "House of cards" (sous-titrée en français) ni "Lilyhammer" n'y figurent puisqu'elles ont toutes les deux été vendues à des chaînes disponibles en Belgique, en l'occurrence: BeTV, la RTBF et Arte. En revanche, il sera possible de découvrir "Fargo", la série inspirée du film des frères Coen ou "Penny Dreadful" thriller horrifique ancré au XIX^e siècle.

Au rayon rattrapage, notons encore "Breaking Bad", "Dexter", "Pretty Little Liars", "Sons of Anarchy", "Suits" mais aussi les excellentes séries britanniques "Sherlock" et "Broadchurch" et la canadienne "Orphan Black". Enfin, de nombreuses nouveautés en développement pour 2015 viendront étoffer ce catalogue: "Marco Polo", "Sense8", "Daredevil" et "Narcos".

Au-delà de l'offre cinéma et séries, Netflix propose des documentaires, des one-man-show et des programmes pour enfants comme "Les Schtroumpfs" ou "Les aventures de Tintin". Mais là aussi les films les plus récents datent de 2010, à une exception près... "Le loup de Wall Street".

K.T.

Épinglé

"House of Cards" en VO

Pied de nez? Vendue à des chaînes disponibles en Belgique (BeTV et la RTBF), la série "House of Cards" ne figure pas dans le catalogue francophone de Netflix. En revanche, aucune chaîne n'a acquis les droits en Flandre. "Par conséquent, il est tout à fait possible de créer plusieurs profils sur un seul et même compte dans plusieurs langues, y compris en néerlandais, admet le responsable des contenus, Ted Sarandos (photo). Vous pouvez donc accéder au catalogue flamand que vous soyez en Flandre, en Wallonie ou à Bruxelles car le service n'est pas géolocalisé. La série ne sera pas disponible en français mais en

anglais, avec des sous-titres flamands ou anglais."

Sont également concernées : les séries "Homeland" et "Under the Dome". "Pour nous, ça ne pose

aucun problème, indique Olivier Ninforge, responsable de la communication chez BeTV. Les saisons actuellement disponibles sur Netflix ont déjà été diffusées sur nos chaînes il y a des mois et les prochaines saisons exclusives de ces séries seront toujours diffusées chez nous. Elles n'apparaîtront pas dans le catalogue belge de Netflix, qu'il soit flamand ou francophone. Dans notre cas, les fenêtres de diffusion sont donc respectées. En revanche, ça risque clairement de poser problème à la RTBF ou RTL s'ils n'ont pas encore diffusé les saisons en question." Au.M.

Reed Hastings:

“La Belgique était une extension facile”

Entretien

Laurent Lambrecht et Aurélie Moreau

Hier, dans le cadre léché de l'hôtel Amigo à Bruxelles, le CEO de Netflix, Reed Hastings, a reçu l'ensemble de la presse belge. Il évoque la particularité du marché belge, l'exception culturelle, la chronologie des médias, le déménagement de son siège social aux Pays-Bas.

Vous faites beaucoup d'efforts pour ménager les susceptibilités, en France notamment où vous allez produire la série “Marseille”. Ce ne sera pas le cas en Belgique. Pourquoi?

Ce n'est pas une question de ménager les susceptibilités mais une question de taille de marché. La France est un grand marché, donc nous avons commencé par là. Mais nous avons aussi des productions en Colombie, au Mexique, en Norvège. En Belgique, ça viendra peut-être dans le futur.

Pourquoi Netflix a-t-il décidé d'investir un marché aussi petit et fragmenté que la Belgique?

Nous voulons être présents dans le monde entier. Nous nous sommes lancés aux Pays-Bas, il y a un an, et ça a été un succès. Nous nous sommes également lancés en France. La Belgique était une extension facile avec tout le contenu néerlandais pour la partie flamande et tout le contenu français pour la partie wallonne.

Aux Etats-Unis, la consommation de Netflix occupe jusqu'à 30% de la bande passante. Vous avez donc conclu des accords avec Comcast et Verizon. Prévoyez-vous de signer de tels accords en Belgique pour booster votre trafic?

Nous sommes ouverts à travailler avec des opérateurs partout dans le monde. Nous voulons tous les deux fournir une bonne expérience à nos clients. Si un utilisateur souscrit à un abonnement à 50 Mbps (méga-bit par seconde) chez Telenet, il s'attend à recevoir 50 Mbps. Nous devons donc travailler ensemble pour être efficaces. Mais Netflix est le plus grand supporter de la neutralité du Web. On veut que le Web soit ouvert à tout le monde. On ne veut rien de particulier pour Netflix. Dans le cas de Comcast, c'est eux qui limitaient notre vitesse. Ils ont simplement arrêté de nous brider. Il n'était pas question de nous booster au détriment d'autres acteurs. C'est là que se situait le combat.

L'exception culturelle n'est pas seulement une particularité française. Les acteurs du secteur en Belgique ont aussi l'obligation d'investir dans la création. Est-il question d'y participer?

Nous suivons les lois en vigueur au sein de l'Union européenne mais pas les réglementations spécifiques à chaque pays. En revanche, nous investissons dans des contenus originaux même si nous n'avons pas l'intention de le faire pour l'instant en Belgique. Nous voulons être en harmonie

avec l'exception culturelle à notre manière, en investissant dans des contenus locaux et en exportant les productions belges. Nous sommes le plus gros exportateur de contenus européens, de films français et de séries françaises partout dans le monde, aux Etats-Unis, au Canada... Netflix ne peut pas être meilleur sur le marché local que les concurrents locaux. Mais Netflix peut être meilleur sur le marché des contenus mondiaux et de qualité.

Netflix a fait l'objet de beaucoup de critiques après le déménagement de son siège social aux Pays-Bas. Le secteur audiovisuel considère que c'est de la concurrence déloyale...

Internet est transnational et toutes les compagnies liées à l'Internet doivent faire avec. La solution, c'est d'avoir un seul siège social en un seul et même lieu. Ce n'est pas logique d'avoir vingt sièges sociaux à travers le monde. Et même si nous sommes à Amsterdam, nous sommes soumis aux lois en vigueur au sein de l'Union européenne, y compris fiscales, mais nous ne nous sommes jamais plaints de ces lois. Nous nous adaptons.

La chronologie des médias en vigueur en Belgique vous oblige à diffuser des films uniquement vingt-huit mois après leur sortie en salle. C'est un principe que vous comptez respecter?

Aucune loi ne consacre la chronologie des médias en vigueur en Belgique, contrairement à la France.

Non, mais il existe un “gentlemen's agreement”...

Dans beaucoup de marchés, il y a effectivement différentes fenêtres de diffusion mais c'est toujours flexible. Il est donc tout à fait possible d'obtenir des nouveaux films ici en Belgique. Je ne crois pas que nous devons limiter les clients dans leur choix comme c'est actuellement le cas avec cette chronologie des médias. Nous ne sommes pas de grands supporters de ce principe.

Quelle part de marché visez-vous en Belgique pour devenir rentable?

Généralement, ça prend entre trois et cinq ans pour devenir rentable. Ça dépend des pays. Nous visons un tiers des foyers.

Comme aux Etats-Unis...

Aux Etats-Unis, ça a pris sept ans pour at-

teindre ce tiers. Donc on atteindra probablement ce chiffre dans cinq à dix ans en Belgique. Mais il faut comprendre que Netflix est un service complémentaire. Les gens pensent que le temps passé devant la télé ou la VOD va diminuer. Vous ne pouvez tout simplement pas annuler la télé ou le câble. Même aux Etats-Unis; où nos abonnés n'ont cessé d'augmenter, le câble et le satellite ont gagné de nouvelles parts de marché. HBO et les chaînes payantes également.

Vous offrez beaucoup de séries et de documentaires et très peu de films. Est-il question d'investir le sport, l'info et le divertissement?

Non, nous sommes vraiment concentrés sur les séries, les films et les émissions de télévision. Divertissement et relaxation sont les deux axes sur lesquels on veut développer nos marques.

Vous êtes actuellement en négociation avec Belgacom pour proposer votre catalogue sur leur décodeur en exclusivité?

Oui. Notre but, c'est que le catalogue de Netflix soit disponible sur un seul et même appareil qu'est le décodeur. Cela permettrait au client de passer de la télé linéaire à notre catalogue. Ce serait plus agréable pour de nombreux clients.