

Netflix veut voler l'exclusivité des nouveaux films aux cinémas

MÉDIAS La plate-forme de vidéos en ligne diffusera en même temps que certains cinémas la suite de « Tigre et dragon »

Voir une nouvelle sortie cinéma tout en restant bien au chaud devant sa télévision, c'est ce que veut offrir Netflix à ses abonnés. Le géant américain de la vidéo en ligne par abonnement a annoncé avoir signé un accord avec la maison de production The Weinstein Company pour le film de kung-fu *Tigre et dragon 2*. Il sortira en août prochain simultanément sur Netflix et dans une sélection de salles Imax (très grand écran) dans le monde entier.

Ce n'est pas la première fois que Netflix joue au trublion en bousculant la manière dont l'industrie du cinéma est organisée. En 2011 déjà, il avait fait voler en éclats tous les repères en se lançant dans la production de la série *House of Cards* et en diffusant celle-ci exclusivement sur sa plate-forme. Il avait aussi introduit un nouveau mode de consommation, le « binge watching », en mettant à disposition de ses abonnés tous les épisodes en une fois. Cette stratégie s'est avérée gagnante. *House of Cards* a été un énorme succès commercial et critique. La série a largement contribué à renforcer l'attractivité de Netflix. Aujourd'hui, la plate-forme de vidéos en ligne s'apprête donc à écrire la suite logique de cette stratégie : produire ses propres films, s'en réserver l'exclusivité. Et au passage, entrer en concurrence frontale avec les cinémas.

La sortie d'un nouveau film uniquement en VOD/DVD n'est pas rare aux

Etats-Unis. Les coûts de distribution sont tellement élevés (grand nombre de copies à produire, frais marketing...) que beaucoup de films n'ont pas le potentiel commercial suffisant pour arriver en salles. Ce phénomène est encore accru par la surabondance de longs-métrages sur le marché. On n'est pas dans ce cas de figure avec *Tigre et dragon 2*, qui a sans doute le potentiel pour sortir dans les cinémas.

Faut-il, dès lors, voir dans ce lancement une volonté de Netflix de faire exploser la chronologie des médias ? Aujourd'hui, la chaîne de valeur créée par un film s'étale sur plusieurs années. Un ensemble de règles (implicites ou explicites) définissant l'ordre et les délais dans lesquels les diverses exploitations d'une œuvre cinématographique peuvent intervenir a été défini. C'est ce qu'on appelle la chronologie des médias. Exemple : les quatre premiers mois sont réservés à l'exploitation cinéma. C'est ensuite au tour de l'exploitation en DVD et en VOD. A partir de 12 mois s'ouvre la fenêtre réservée aux télévisions payantes (BeTV...) etc. Chaque fenêtre permet aux détenteurs de droits de valoriser ceux-ci au mieux. En sortant le film en salle et sur sa plate-forme, Netflix foule aux pieds cette chronologie. Cela fait des années que cette tentation existe au sein de certaines majors américaines (Disney notamment). Le raisonnement est le suivant : en sortant un film sur toutes les plates-

formes en même temps (cinéma, télé, DVD, VOD...), on économise les frais de marketing inhérents à chaque nouvelle fenêtre d'exploitation. En résumé, on frappe un gros coup une seule fois et on rentabilise le film sur un très court laps de temps. Aucune major n'a jamais osé se lancer dans cette voie vu la levée de boucliers que cela provoque du côté des exploitants de salles.

Un coup marketing

Netflix va-t-il relancer cette tendance qui n'est plus guère en vogue actuellement ? Jérôme De Béthune, directeur opérationnel du distributeur

Belga films, n'y croit pas. « *L'annonce de Netflix n'a rien à voir avec une volonté d'anéantir la chronologie des médias. C'est un coup marketing. Netflix joue la carte du contenu exclusif pour attirer de nouveaux abonnés. Pourrait-il, sur base récurrente et de façon rentable, produire ses propres films avec un abonnement à huit euros par mois ? Je suis très dubitatif.* »

Frédéric Dellis, directeur opérationnel des cinémas Imagix de Mons et Tournai, craint, lui, que cette annonce ne crée un précédent. « *Ce n'est pas une bonne nouvelle pour le secteur du cinéma. Si on sort un film partout en même temps, on cannibalise les revenus de l'ensemble des acteurs qui en vivent. Personne n'est gagnant. Il faudrait faire comme en France et donner force de loi à la chronologie des médias.* » ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER