

HBO vs Netflix : le trône de verre

SÉRIES La concurrence entre les deux géants s'accroît

► HBO et Netflix sont les deux principaux pourvoyeurs de séries de haute qualité.

► Le premier a changé la télé, le second veut s'en débarrasser.

► A la guerre des contenus s'ajoute une guerre de modèles de consommation.

L'univers de l'industrie du divertissement est aussi cruel qu'un épisode de *Game of Thrones*. Pas le temps

de se reposer sur ses acquis, il faut sans cesse aller de l'avant, innover, se renouveler, produire et toujours décocher *the next big thing*. HBO et Netflix sont les deux plus gros pourvoyeurs de séries télé de haute qualité. Installés partout dans le monde (sauf en Chine et dans quelques autres territoires), ils se mènent une guerre pour être le service incontournable de ces dix prochaines années.

Le premier est une chaîne câblée responsable quasiment à elle seule de ce qu'on a appelé le deuxième âge d'or des séries - celui qui est venu marcher sur

les plates-bandes du 7^e art à l'orée du troisième millénaire. Il nous a offert *Game of Thrones*, *les Sopranos*, *The Wire*, *Oz*, *True Detective* et *The Night Of*, autant d'œuvres majeures qui ont fait

bouger la créativité et l'attrait du public du grand au petit écran. Comme le dit son slogan : « Ce n'est pas de la télévision, c'est HBO ! »

Ce qui n'est pas de l'avis du second cité, nouveau joueur débarqué de la sphère internet et qui s'est imposé en quelques années comme le principal concurrent de HBO en produisant des titres comme *House of Cards*, *Orange*

is the New Black, *Stranger Things* ou *Narcos*. Mais aussi, et

surtout, comme le principal candidat apte à établir un nouvel ordre. L'ambition de Netflix étant ni plus ni moins de se débarrasser de la télévision pour imposer la VOD (vidéo à la demande), soit la « télé sur internet ». Car au-delà de la guerre des contenus, c'est une guerre des modèles économiques et donc des modèles de consommation qui se joue. La télé du futur est-elle sur internet ? ■

DIDIER ZACHARIE

LE CÂBLE

« Ce n'est pas la télé, c'est HBO ! »

Avant HBO, il y avait la télé. « Tournez manège », « La roue de la fortune » et, quand on avait un peu de chance, un bon *Derrick* pour passer l'après-midi. On exagère, mais finalement pas tant que cela. À son origine, en 1972, HBO n'est que la chaîne câblée de Time Warner pour les événements sportifs. Les séries télé sont quant à elles l'apanage des chaînes traditionnelles dites « commerciales » (CBS, NBC, ABC).

Et puis, dans les années 90, HBO se lance dans la production de fictions. Et trouve le bon filon. Car, contrairement aux chaînes commerciales, la chaîne câblée n'est ni soumise aux restrictions gouvernementales sur la nudité, le sexe ou la violence, ni aux diktats de la publicité. En 1997, la série *Oz* explose ces tabous en dépeignant la réalité carcérale de façon crue et noire comme on ne l'a jamais vue à l'écran, petit ou grand. La chaîne enchaîne (qu'on nous permette...) avec *The Wire* et *Les Sopranos*, aujourd'hui considérées comme les deux plus grandes séries de l'histoire, et la télé ne sera plus jamais la même. Comme le dit le slogan : « Ce



n'est pas la télévision, c'est HBO ! »

Dans son sillage, les chaînes commerciales prennent le train en marche et de nouvelles chaînes câblées spécialisées dans les séries voient le jour (Showtime, AMC, FX...). Manquait un gigantesque hit, il arrive avec *Game of Thrones*, peut-être la série la plus populaire de tous les temps. Aujourd'hui, HBO compte environ 140 millions de clients et est présent partout dans le monde (soit en créant des filiales, soit en faisant

des partenariats avec des chaînes existantes - c'est le cas en Belgique avec Be tv). Mais voilà, HBO a sous-estimé le virage internet. Il a fallu attendre l'an dernier

pour qu'elle lance HBO Now, plateforme de vidéos en ligne sur le modèle de Netflix qui compte aujourd'hui un « petit » million d'abonnés. Ce qui fait dire à Reed Hastings, CEO de Netflix, un rien taquin : « HBO, à mon sens, représente un modèle du passé. Après, la concurrence qu'on leur donne est bonne pour eux. Ça les réveille. » Autre inquiétude, *Game of Thrones* arrive à sa fin, et la chaîne, si elle continue à produire des séries HQ (haute qualité), est en manque d'un gros succès. Pour l'instant.

D.Z

LA VOD

« Netflix, la télé sur internet »

Et puis arriva Netflix. Netflix ? Une start-up qui a vu les immenses possibilités offertes par internet. D'abord en envoyant des DVD en location par la poste, évitant ainsi à ses clients de se déplacer jusqu'au vidéo-club. Ensuite, en misant sur « la télé sur internet ». L'ambition a été définie dès la fin des années 90 : « Prendre la place des vidéo-clubs, puis s'attaquer au streaming. » Pari doublement gagné.

La VOD (vidéo à la demande ou *streaming* vidéo) était dans l'air depuis quelques années comme étant la solution aux téléchargements illégaux de films et de séries. Mais comment faire pour que le public y adhère ? Ou simplement qu'il comprenne de quoi on parle et comment déguster les œuvres recherchées de façon légale. C'est une des réussites majeures de Netflix : avoir mis un nom sur la VOD et ainsi avoir rendu l'offre lisible. Il l'a fait dès son coup d'essai, la série *House of Cards*, série dont tout le monde a parlé en 2013, que tout le monde voulait voir. La conquête était lancée. *Orange is the New Black*, *Marco Polo*, *Narcos*, Netflix produit, beaucoup. S'implante, partout. Il achète en licence aussi, car il sait qu'il a besoin

d'un catalogue conséquent, que c'est la porte d'entrée aux adhésions. L'idée étant d'arriver à 50 % de productions propres et 50 % de licences. Du coup, la compagnie s'attaque au marché du cinéma. Selon Netflix, plus besoin d'aller dans une salle obscure pour regarder un film. Le credo est de « laisser le choix aux spectateurs ». Avec 83 millions d'adhérents dans le monde, les choses tournent, il manquait juste un *hit*. Il est arrivé cet été avec *Stranger Things* qui a damé le pion aux blockbusters hollywoodiens.

La VOD est désormais implantée, le public est prêt à payer pour cela.

Mais certains se posent la question de savoir si Netflix fait bien les choses. C'est que la concurrence arrive, avec HBO Now, certes, mais surtout Amazon Prime. Un autre nouveau joueur venant de la sphère internet. Qui se démarque en distribuant les films dans les cinémas, contrairement à Netflix. Et cela plaît aux réalisateurs (et non des moindres : Woody Allen, Jim Jarmusch, Spike Lee). De plus, Netflix serait prêt à abandonner ses séries qui ne marchent pas. Serait-il finalement comme une chaîne télé traditionnelle, à fonctionner sur les audiences ? La VOD s'annonce peut-être comme la nouvelle télévision, mais ce n'est pas encore acquis. Et Netflix n'est pas encore sur le trône.

D.Z.

EN CHIFFRES

Deux modèles

HBO existe depuis 1972 mais ne prend le virage séries télé qu'en 1991. Elle est aujourd'hui présente un peu partout dans le monde, soit comme chaîne locale, soit grâce à des partenariats (en Belgique, Be tv est le « home of HBO »). HBO compte environ 140 millions d'abonnés dans le monde, la majeure partie via le câble.

Netflix a été créé en 1997, se lance dans la VOD dix ans plus tard et dans la production de contenus en 2013. L'entreprise est présente un peu partout dans le monde et compte environ 83 millions d'adhérents.