

# Pour Netflix, « un film peut recevoir la Palme sans sortir en salles »

La plate-forme de vidéo à la demande, qui a produit deux films présents à Cannes, répond à la polémique

**N**etflix est sur toutes les lèvres cette année à Cannes... Pour sa première participation au prestigieux festival de cinéma, la plate-forme de vidéo à la demande laisse une odeur de soufre partout où elle passe: comme un symbole, vendredi 19 mai au matin, la projection du film *Okja*, du réalisateur coréen Bong Joon-ho, a été entachée d'un incident technique lors de la projection.

« Ce sont des choses qui arrivent, même si elles sont rares », a commenté dans la foulée Ted Sarandos, le responsable des contenus pour Netflix. Le propos vise à minimiser élégamment les rumeurs de « sabotage » évoquées par certains. Mais si M. Sarandos prend la parole, c'est aussi pour répondre à la controverse autour des deux films de Netflix sélectionnés par le Festival mais a priori destinés à ses abonnés, sans sortie en salles.

**Limites du système d'exclusivité**  
« Pour moi, ce n'est pas un paradoxe qu'un film obtienne la Palme d'or sans être sorti en salles », affirme-t-il. La veille, une phrase du président du jury, Pedro Almodovar, suggérait le contraire, avant que celui-ci ne dise avoir été mal compris.

Mais quid de « l'hypnose » du grand écran, louée par le réalisateur espagnol? « Nous vivons au milieu d'une génération qui aura vu tous les films sur un écran de mobile. Je suis ravi que ces jeunes puissent découvrir les œuvres du cinéma, sans me soucier de la taille de l'écran sur lequel ils les regardent », répond M. Sarandos, pour qui les cassettes vidéo n'ont « pas tué » les salles.

Le fond du débat cannois est lié à la « chronologie des médias », qui donne droit à des « fenêtres »

## d'une génération qui aura vu tous les films sur un écran de mobile »

d'exploitation en échange de financements: selon cette règle, une plate-forme de vidéo à la demande par abonnement ne peut diffuser un film moins de trois ans après sa sortie dans les salles obscures (le délai est 4 mois pour les DVD et la vidéo à la demande, 10 mois pour la télévision payante comme Canal+ et 22 mois pour la télévision gratuite).

Netflix juge toujours que cette loi « n'est pas bonne » pour les Français: « Pourquoi, pendant trois ans, empêcherions-nous un film d'être vu par nos abonnés dans toute la France, pour que certaines personnes puissent le regarder en salle, surtout à Paris? », demande le responsable des contenus de Netflix.

Selon M. Sarandos, le système d'exclusivité pour les salles a ses limites car beaucoup de gens n'ont pas de cinéma près de chez eux et les exploitants ne distribuent pas bien, voire pas du tout, les films exigeants comme ceux de la sélection de Cannes.

Face à l'hostilité, Netflix a tout de même proposé que ses deux films sélectionnés à Cannes fassent l'objet d'une sortie limitée, avec un visa provisoire. Il assure avoir donc proposé au Centre national du cinéma (CNC) un nombre restreint de salles. Mais selon le *New York Times*, l'autorité française ne souhaite pas faire bénéficier la plate-forme américaine de cette procédure généralement utilisée pour des films hors normes, par exemple liés à un événement.

« Les discussions sont toujours en cours », rétorque pourtant M. Sarandos, tout en reconnaissant qu'il ne serait « pas surpris » si le CNC refusait.

Sous pression, le Festival de

Cannes a décidé d'instaurer une règle obligeant les films de la sélection à sortir en salles, à partir de 2018, tout en maintenant les deux œuvres de Netflix dans la compétition en 2017. Cela signifie que la plate-forme américaine ne sera pas présente à Cannes l'année prochaine... une déduction que M. Sarandos ne conteste pas.

### Défenseur du cinéma d'auteur

« Le système français est unique au monde », plaide M. Sarandos, non sans une pointe d'incrédulité. Si la chronologie des médias devait évoluer, à la faveur d'une discussion entre acteurs du secteur, appelée de ses vœux par le nouveau président de la République, Emmanuel Macron, Netflix serait-il toutefois prêt à négocier? « Ce n'est pas un problème de législation mais un problème d'opportunité pour les consommateurs », balaie le responsable de Netflix. Et de préciser que la question de participer à une discussion est à ce stade « hypothétique ».

Mais le système français, si contraignant soit-il, n'est-il pas justement une des explications de la relative bonne santé de son cinéma national? « Je ne vois pas de raison en particulier, si ce n'est que la France a une grande culture du film et de la narration », conteste M. Sarandos.

« Nous ne sommes pas contre les salles », assure M. Sarandos, avocat du « day and date », une sortie simultanée sur la plate-forme de vidéo et dans les salles. *Okja* sera d'ailleurs visible dans de nombreuses salles en Corée du Sud, aux règles souples, raconte-t-il. Ce ne sera toutefois pas le cas aux Etats-Unis où, malgré l'absence de loi, les plus grands propriétaires de salles sont réticents.

Le géant américain de la vidéo à la demande va peut-être devoir malgré tout s'adapter: la révision en cours de la directive européenne sur les services de mé-

dias audiovisuels devrait instaurer des quotas de 30 % d'œuvres européennes dans les catalogues, voire des obligations de financement de programmes. « Ces taux sont cohérents avec le taux de contenu local déjà présent sur Netflix », nuance M. Sarandos, sans toutefois donner de chiffre précis, pas plus que sur les audiences des œuvres.

L'Américain Netflix revendique désormais 100 millions d'abonnés dans 190 pays, dont la moitié hors des Etats-Unis; mais il se présente comme respectueux du contenu « local »: il aurait dépensé 1,7 milliard de dollars en Europe depuis son lancement au Royaume-Uni en 2012 (séries et films, production et achats). Plus de la moitié du visionnage des contenus européens sur Netflix a lieu hors d'Europe, ce qui le rend « exportateur » de cette culture, note M. Sarandos. Il se pose aussi en défenseur du cinéma d'auteur face aux studios hollywoodiens, qui « prennent moins de risques » car ils sont soumis au « box-office » des salles et ne sortent « que » 6 à 12 films par an, contre une cinquantaine en 2017 pour Netflix. « Il n'y a que nous pour financer certains films », jure M. Sarandos, citant

aussi *The Irishman*, de Martin Scorsese – au budget estimé à 100 millions de dollars.

Pour appuyer ses propos, Netflix déroule des chiffres impressionnants: il a dépensé en 2016 environ 6 milliards de dollars en contenus, dont 1,5 pour les programmes « originaux » qu'il finance seul. En 2018, il prévoit d'augmenter sa production de contenus propres de 40 % en durée et de consacrer un tiers de ce budget à ses films. Interrogé sur le bouleversement créé par l'irruption du numérique dans le secteur de la musique, M. Sarandos affiche sa certitude: « La leçon est qu'il ne faut pas se mettre en travers de ce que veulent les consommateurs. » ■

ALEXANDRE PIQUARD

**« Nous vivons au milieu**

# Un super-cochon contre l'industrie agroalimentaire

Foisonnant, généreux, spectaculaire, le film de Bong Joon-ho, produit par Netflix, a connu quelques ratés, le 19 mai, lors de sa projection

**OKJA**

SÉLECTION OFFICIELLE  
EN COMPÉTITION

La première attendue du film produit par Netflix, le 19 mai, à Cannes, s'est vue sanctionnée par un faux départ retentissant. Non seulement le logo du fournisseur américain de vidéo à la demande a été accueilli par des huées, mais *Okja*, la dernière œuvre du Sud-Coréen Bong Joon-ho, a été interrompue au bout de quelques minutes par des protestations. Et pour cause, la projection avait démarré au mauvais format, le cadre rogné en hauteur, avant d'être relancée dans de bonnes conditions. Incident anodin, mais pas insignifiant, en ce qu'il semblait pasticher, avec une ironie involontaire, les petits écrans domestiques auxquels le film est destiné – le film ne sortant pas dans les salles françaises.

Paradoxe : *Okja* est un film foisonnant, spectaculaire, porté par une action proliférante, qui se déroule dans de splendides décors, avec des effets spéciaux numériques bien intégrés, et mérite donc mille fois son passage en salle, où

il prend toute son ampleur.

Après *Le Transperceneige* (2013), Bong Joon-ho, une deuxième fois aux manettes d'une coproduction internationale (américano-coréenne), imagine une nouvelle fiction d'anticipation, moins éloignée cependant de notre monde contemporain.

Une multinationale d'agroalimentaire annonce à grand bruit la découverte providentielle d'un supercochon massif dont l'élevage ne provoquerait presque aucun dommage écologique. Dix ans plus tard, le plus beau spécimen a grandi dans une petite ferme des montagnes coréennes, sous les soins d'une petite orpheline, Mija (Ahn Seo hyun). Jusqu'au jour où les sbires de la multinationale viennent récupérer la bête, pour la conduire à l'abattoir. Mija se lance alors dans une course folle pour retrouver *Okja* et la ramener à la maison.

## Charge contre le capitalisme

Inventif et dynamique, nourrissant un goût pour la surprise et l'hétérogénéité, Bong Joon-ho pratique ici un furieux mélange des genres, qui voit *Okja* se développer sur trois niveaux. Le premier est une fable enfantine, sans

doute pas la plus convaincante, puisqu'elle postule un amour absolu entre la petite fille et l'animal, tous deux uniquement définis par cette relation univoque, qui ne sera jamais discutée.

Le deuxième, autrement plus excitant, est une charge détonante contre les beaux atours d'un capitalisme toujours plus vorace, mais se donnant de faux airs progressistes avec des slogans écoresponsables. Celle-ci prend la forme d'une odyssée incroyablement galvanisante, celle de Mija poursuivie par les autorités corporatistes et étatiques, à laquelle viendront se greffer des militants de la cause animale.

Le film abrite enfin un plaidoyer contre la production intensive et concentrée de viande animale, donnant lieu à une industrialisation de la mise à mort. Tous ces niveaux ne s'emboîtent pas toujours à merveille et se

gênent parfois les uns les autres, mais donnent un film gonflé comme une pochette-surprise et bouillonnant de propositions.

Aussi enthousiasmant soit-il, le cinéma de Bong Joon-ho n'a, en fin de compte, jamais eu qu'un seul sujet : le fascisme. Fascisme

policier dans *Memories of Murder* (2003), fascisme du complexe militaro-industriel dans *The Host* (2006). Dans *Okja*, il prend la forme de la publicité et de la communication de masse, permettant aux grands groupes privés de couvrir les pires agissements.

Bong l'illustre avec les armes d'une satire explosive, virant à la bouffonnerie, voire à la farce cartoonesque, comme une grande entreprise de décérébration (Tilda Swinton en directrice égocentrique de sa firme), où des hordes de consommateurs consentants se laissent prendre dans les filets de mises en scène abrutissantes (Jake Gyllenhaal en présentateur télé hystérique).

Comme dans *The Host*, Bong épingle également l'incompétence d'autorités sud-coréennes asservies aux Etats-Unis et aux puissances de l'argent. Les plus beaux moments d'*Okja* sont ceux où le cinéaste saisit la débâcle de son pays dans celle de ses forces exécutives, comme mises en déroute par l'adoration d'une petite fille pour son animal flatulent, féfliche adipeux d'une enfance qui ne veut pas mourir. ■

MATHIEU MACHERET

## « Soutien total » à Bong Joon-ho

### RENCONTRE

En 2010, l'image d'un immense cochon s'est formée dans l'esprit de Bong Joon-ho, « un animal énorme et innocent, à l'expression triste, mais quand même appétissant ». Elle s'est gravée assez profondément dans l'esprit du réalisateur coréen, qui travaillait alors sur *Le Transperceneige*, pour que Bong Joon-ho dessine cette créature. Une fois ce projet mené à bien, le réalisateur de *The Host*

s'est demandé ce qui rendait ce cochon si triste.

« La réponse m'est vite arrivée, explique le cinéaste après la projection de presse cannoise, c'est notre époque. Celle qui massacre les animaux en employant les procédés de la production de masse. Qui dit production de masse dit multinationale, voilà pourquoi l'histoire va des montagnes de Corée à Manhattan. » Quand on sait qu'elle passe par Séoul, où *Okja*, le porc géant, et

ses poursuivants ravagent une galerie marchande, par un gigantesque laboratoire secret et le siège new-yorkais d'une major de l'agroalimentaire, on se doute que cette histoire coûte cher à raconter. « Dès le départ, j'ai su que je ne pourrais pas financer ce film en Asie », admet Bong Joon-ho. Il s'est tourné vers les Etats-Unis, où il avait déjà trouvé les ressources pour *Le Transperceneige*.

Mais le scénario d'*Okja*, qui commence comme un conte et se mé-

tamorphose en satire politique avant de virer à la plus effrayante des dystopies, ne rentrait pas dans les catégories qu'aiment à produire les grands studios. « Ceux à qui j'ai présenté le scénario n'en ont pas voulu. Netflix l'a accepté et m'a offert un soutien total », constate-t-il. La plate-forme de V&D (vidéo à la demande) sur abonnement a apporté les millions de dollars nécessaires (le chiffre est secret, la presse professionnelle américaine

estime le budget d'*Okja* à plus de 50 millions de dollars). Elle a permis à Bong Joon-ho d'accéder aux meilleurs logiciels d'image de synthèse qui permettent à Miya, la petite fille, et à sa truie une intimité physique tout à fait convaincante.

#### **Le prix à payer**

Le réalisateur s'amuse à raconter comment sur le tournage l'actrice Ahn Seo-yun, qui tient le rôle de Miya, l'enfant décidée à sauver son

porc familier, se blottissait contre une gigantesque masse de mousse baptisée « *stuffy* » ou se laissait caresser par un gant bleu manipulé par un technicien – gant qui pendant la postproduction deviendrait la langue d'*Okja*.

Bong Joon-ho a aussi pu travailler avec quelques-uns des meilleurs acteurs du cinéma indépendant anglo-saxon, Tilda Swinton, Jake Gyllenhaal ou Paul Dano. Ils font une galerie de personnages un peu caricaturaux, dont l'ex-

cès contraste avec la personnalité plus réaliste de la petite fille. Quand on lui dit qu'elle évoque certaines héroïnes d'Hayao Miyazaki, il se rebiffe gentiment : « *Elle fonce vers son but, elle a quelque chose de très brutal et énergique que je retrouve souvent chez les femmes coréennes.* »

*Okja* sortira sur de nombreux écrans en Corée, le 28 juin, jour de sa mise en ligne sur Netflix. On pourra aussi le voir dans quelques cinémas américains ou britanni-

ques, mais pas en France, où la législation interdit la simultanéité de la projection et de la diffusion en V&D, qui reste un dogme pour la plate-forme américaine. C'est le prix qu'a dû payer Bong Joon pour financer son film. Le réalisateur reste persuadé que « *le meilleur moyen de voir un film, c'est sur un grand écran.* » Avant d'ajouter : « *Mais, pour ça, il faut avoir les moyens de le faire.* » ■

THOMAS SOTTINEL