

Netflix s'offre un succes monstre

CINEMA Les salles obscures sont inquiètes

Cela fait plusieurs années que la plate-forme de streaming américaine Netflix bouleverse la façon dont les films et les séries sont produits et diffusés. L'exemple le plus récent de ce mouvement de fond est la sortie de *The Cloverfield Paradox* immédiatement après le passage de sa bande-annonce lors d'une pause publicitaire du Superbowl, la grand-messe annuelle du football américain.

Le film s'inscrit dans l'univers cinématographique inauguré en 2008 par *Cloverfield*, puis étendu en 2016 par *10 Cloverfield Lane*. Cette fois-ci, point de caméra subjective ou de huis clos sous tension, mais une approche classique du thriller spatial, dans la droite ligne d'*Alien*, ou de *Gravity*. Une troupe d'astronautes coincés dans une station spatiale donc, et des événements catastrophiques qui éclairent les zones d'ombre laissées par le premier épisode de la saga.

Sans passer par les salles

Produite par J. J. Abrams, l'œuvre devait au départ être diffusée par Paramount, mais la société en a vendu les droits à Netflix dans le cadre d'un accord similaire à celui qui a vu *Annihilation*, réalisé par Alex Garland à qui l'on doit le très acclamé *Ex*

Machina, passer aux mains de la plate-forme de streaming. A une différence près cependant : là où Paramount se chargeait encore de la diffusion aux Etats-Unis pour *Ex Machina*, laissant à Netflix la diffusion à l'international, c'est la totalité du marché que récupérait ce dernier pour *The Cloverfield Paradox*. C'est donc la première fois qu'un film de cet acabit est disponible directement sur une plate-forme de streaming sans passer dans les salles.

Une révolution qui ne risque pas de rassurer les exploitants, déjà sérieusement ébranlés par la décision faite par Netflix de diffuser directement en ligne le film *Okja*, présenté au Festival de Cannes en 2017. Pour ces derniers, le modèle de Netflix constitue en effet une remise en cause insupportable de la chronologie des médias qui, en Belgique, impose d'attendre 24 mois entre la sortie d'un film au cinéma et sa diffusion sur un service de vidéo à la demande, sans toutefois qu'un manquement à ce principe soit passible d'une sanction pénale. Il y a donc un vide juridique en la matière, dans lequel s'engouffre la plate-forme de streaming.

« Seulement sur Netflix »

Mais d'autres acteurs ne verraient pas d'un mauvais œil une

libéralisation du marché de la distribution des films. Interrogé par *Le Soir* en juillet 2017, Philippe Logie, directeur des acquisitions chez le groupe de télévision BeTV, soupirait : « Près de 90 % des films font la quasi-totalité de leurs recettes durant les quatre premières semaines d'exploitation en salles. Dans les mois qui suivent et avant l'arrivée du film en VOD puis sur les chaînes payantes, la porte est donc large ouverte au piratage... » De quoi souhaiter que tombent les frontières entre les plates-formes ? Philippe Logie tempère : « Pour permettre une viabilité des œuvres au cinéma, il faut que la chaîne économique actuelle soit préservée ».

Avec cette méthode de promotion inattendue, Netflix offre à *The Cloverfield Paradox* une importante visibilité, de quoi donner des sueurs froides aux exploitants des salles de cinéma. Mais au vu de l'accueil glacial fait au film par la critique, ces derniers peuvent se rassurer : il semblerait que de telles opérations entre Paramount et la plate-forme de streaming s'apparentent plus à des manœuvres de sauvetage pour des films bancals qu'au futur de la distribution cinématographique. ■

SAMUEL KAHN (st.)