

# “Le modèle Netflix, je n’en veux pas”

■ Jean-Paul Philippot (RTBF/UER) plaide en faveur d'une plateforme offrant le meilleur des contenus européens.

L'Union européenne des radio-télévisions (UER) a bouclé, vendredi, un “Sommet Médias” de deux jours. Organisé à Bruxelles par la RTBF et la VRT, l'événement a rassemblé des représentants des 73 membres de l'UER. En marge de ce sommet, Jean-Paul Philippot, qui est la fois l'administrateur général de la RTBF et le président de l'UER, nous a fait part de la position des chaînes de service public face à la concurrence, de plus en plus forte, des géants américains tels que Facebook, YouTube, mais aussi de Netflix, la célèbre plateforme de diffusion de contenus à la demande.

A la question de savoir si les chaînes publiques européennes doivent nouer des partenariats avec ces nouveaux acteurs mondiaux de l'audiovisuel, M. Philippot se montre très circonspect. “Cette question, nous nous la posons très régulièrement. Elle recouvre aussi d'autres questions, qui renvoient à nos valeurs européennes et de médias de service pu-

blic. Si on veut faire un partenariat avec Facebook ou YouTube, il s'agit de bien s'interroger. Ne prenons-nous pas le risque de leur donner nos audiences et toutes les données qui y sont liées ? Qui pourra y accéder et pour en faire quoi ?” A ce sujet, le patron de la RTBF et de l'UER dit se réjouir de l'éclatement de l'affaire Facebook/Cambridge Analytica. “Cette affaire est un véritable bienfait planétaire ! Le grand public et les décideurs politiques se rendent enfin compte d'une évidence que nous clamons depuis des années à propos de l'utilisation des données privées et l'accès à de l'information de qualité.”

## Quinze milliards dans les contenus

S'agissant de Netflix, l'enjeu porte surtout sur l'originalité et la diversité des contenus proposés aux abonnés. Cette semaine, Reed Hastings, fondateur et patron de la plateforme américaine, a indiqué qu'il allait intensifier les investissements dans des productions européennes. “Savez-vous que, dans cette salle du ‘Sommet Médias’ de l'UER, vous avez l'équivalent de 15 milliards d'euros d'investissements dans des contenus audiovisuels origi-

naux européens pour l'année 2018 ? Notre malheur, c'est qu'on peine à le faire savoir. Reed Hastings, lui, annonce qu'il va doubler ses investissements dans des contenus européens pour les faire passer à 800 millions d'euros (1 milliard de dollars, NdlR), et ça devient un événement. Huit cents millions face à 15 milliards...”

Face au modèle Netflix, Jean-Paul Philippot lance un appel : “Il y a aujourd'hui une opportunité majeure pour les opérateurs publics européens, non pas de concurrencer Netflix, mais de proposer, avec la même ergonomie, la même facilité, les mêmes modalités, le meilleur des contenus européens pour l'ensemble de l'Europe et au-delà. Face aux compétiteurs mondiaux, on est aujourd'hui dans une démarche suicidaire à vouloir être en concurrence les uns contre les autres avec nos petites plateformes. Au niveau belge aussi, d'ailleurs, l'intelligence voudrait que nous fédérions nos contenus dans une offre locale.”

Pierre-François Lovens

→ L'intégralité de l'entretien est disponible sur [lali-bre.be](http://lali-bre.be)