

Uncut, le Netflix du cinéma européen

CINÉMA Une plateforme de vidéos à la demande par abonnement pour les cinéphiles

► La plateforme de VOD Universciné lance Uncut ce mardi.

► 65 % du catalogue sera européen.

Netflix, Amazon et demain Disney, Apple... les services de vidéos à la demande par abonnement (SVOD) se multiplient sur le marché et viennent presque toujours du même côté de la planète : les Etats-Unis. Une fois n'est pas coutume, c'est une plateforme 100 % belge qui se lance ce mardi, aussi bien du côté francophone que néerlandophone. Uncut.be propose pour 7,99 euros par mois (9,99 euros pour quatre écrans simultanés) un abonnement donnant accès à un catalogue d'un millier de films. Chaque semaine, la plateforme s'enrichira de nouveaux titres avec l'objectif d'atteindre les 3.000 films pour la fin 2019.

Pour cinéphile exigeant

Sa particularité ? Mettre en avant les films européens – ils représentent 65 % du catalogue avec une forte présence de films belges (15 %) – et les films indépendants et d'auteur (65 %). Le public cible ? Le cinéphile exigeant et curieux qui ne trouve pas son compte avec les offres actuelles. Il y aura du Lars Von Trier, du Fellini, du Joachim Lafosse ou encore du Xavier Dolan. « Nous ne cherchons à concurrencer aucun acteur du marché », insiste son patron Maxime Lacour. Notre ambition est d'apporter quelque chose de complémentaire. Le catalogue Netflix est surtout composé de séries et des films américains. Le

cinéma européen ne pèse pas plus de 20 % et encore, il s'agit essentiellement de films anglais et français ciblant un public jeune (film d'action, comédies...). Il n'y a aucun film belge sur Netflix ». Il souligne que les

offres SVOD des opérateurs télécoms sont, elles aussi, très tournées vers les films américains. La démarche d'Uncut veut mettre le film européen à l'avant-plan.

« Nous avons aussi des films américains mais il s'agit de grands classiques du cinéma ou de films de genre ».

A l'origine de cette initiative : une quarantaine de distributeurs et de producteurs, belges en grande majorité (francophones et flamands) qui s'inquiètent de voir leurs œuvres

être marginalisées dans les catalogues des grands noms de la (S)VOD. Ils se sont réunis il y a

dix ans pour créer Universciné Belgique, une plateforme de vidéos à la demande dédiée au cinéma indépendant, sur le modèle de ce qui existait déjà en France. Fort d'un catalogue de

11.000 titres, Universciné loue chaque année 600.000 films via sa propre plateforme ou via l'intermédiaire d'une vingtaine de services tiers (Proximus Movie&Series pass, Voo, Google Play,

Apple iTunes...). Aujourd'hui, le modèle Universciné a essaimé dans neuf pays, ce qui a permis l'émergence d'un véritable réseau européen de plateformes VOD.

Le lancement d'une offre par abonnement s'est imposé comme une évidence vu la croissance fulgurante de ce marché. En 2013, il pesait 365 millions d'euros. Fin 2017, 3,7 milliards... « Différentes études évoquent une croissance de 80 % du nombre d'abonnés à la SVOD d'ici 2021 », explique Maxime Lacour. On voit aux Etats-Unis que ceux qui consomment de la SVOD sont généralement abonnés à au moins deux offres différentes. On pense qu'en Europe, cette tendance au cord-cutting (NDLR : suppression de l'abonnement télé) et à la souscription de plusieurs abonnements va aussi se répandre ».

Le marché de la VOD transactionnelle (à la pièce) ne progresse, quant à lui, pratiquement plus. « Universciné est en croissance mais on constate une baisse de nos ventes chez les opérateurs télécoms et plateformes internet via lesquels nous distribuons nos films », explique Maxime Lacour.

Contrairement à Netflix, Uncut fonctionne sans algorithmes de recommandation. « Notre algorithme est humain », poursuit Maxime Lacour. Nous avons une équipe de cinéphiles aguerris qui vont faire découvrir à nos abonnés toute la richesse et la diversité du cinéma via une éditorialisation exigeante ». Les films sont regroupés par collections thématiques (ex : city-trip londonien, paternité, biogra-

phies...), par cycles (cinéaste), par humeurs (good mood...). On peut faire des recherches par pays, par année, par cinéaste... Aucune série ne figure actuellement dans le catalogue mais Uncut a la volonté de s'ouvrir à ce genre dans les années à venir.

Alliances nécessaires

Conscient que sur un marché aussi minuscule que la Belgique, des alliances sont nécessaires, Uncut cherche aussi à déployer son service sur des plateformes tierces. Il veut notamment être présent sur les décodeurs des grands opérateurs télécoms, à la manière de Netflix présent sur la box de Proximus ou de Canal-Play sur celle de Voo. Un accord a déjà été signé avec l'un d'entre eux mais son nom reste pour l'instant confidentiel. Des discussions sont aussi en cours avec la RTBF pour intégrer Uncut sur Auvio. Elles sont toujours suspendues aux débats autour du renouvellement du contrat de gestion de la RTBF et la possibilité qui serait offerte à celle-ci d'introduire un modèle payant sur sa plateforme. « J'entends Proximus et Médialaan (VTM) dire qu'ils veulent créer un Netflix à la Belge », déclare Maxime Lacour. Qu'ils sachent que nous avons du contenu qui permettrait de renforcer cette offre et d'apporter une vraie complémentarité. On ne pourra pas travailler efficacement au déploiement d'une alternative à Netflix si toutes les forces vives de l'audiovisuel ne travaillent pas ensemble ». En attendant le toujours très hypothétique Netflix belge, Uncut s'est fixé pour objectif d'atteindre les 50.000 abonnés d'ici deux ans. ■

JEAN-FRANCOIS MUNSTER