

Amazon investit dans les séries françaises pour rattraper Netflix

Le géant de la vente en ligne lance son premier feuilleton français

Deutsch-les-Landes, qui raconte le choc culturel d'un village du Sud-Ouest où débarquent les employés d'une entreprise allemande, est la première série originale lancée par l'américain Amazon en France. Avec ce feuilleton, diffusé vendredi 30 novembre, le géant de la distribution en ligne illustre sa volonté d'investir dans des productions du cru, dans l'Hexagone et en Europe.

« Nous voulons amener aux publics français du contenu local, original et ambitieux. Du contenu qu'ils ne peuvent pas forcément trouver ailleurs », explique Georgia Brown, responsable des productions originales en Europe pour Amazon. L'entreprise de Jeff Bezos est présente en France depuis fin 2016 sur le marché de la vidéo à la demande avec Amazon Prime Video, accessible aux abonnés de son service de livraison rapide Amazon Prime (49 euros par an ou 5,99 euros par mois).

« Deutsch-les-Landes est une proposition unique d'un point de vue créatif : elle a été tournée de façon bilingue, avec un casting et une équipe exceptionnelle, venue de France et d'Allemagne », vante M^{me} Brown. La série, réalisée avec les sociétés de production Newen et Bavaria Fiction, sera lancée en France par Amazon Prime Video et en Allemagne par Deutsche Telekom. « Cela montre la capacité

d'Amazon à s'adapter à différents modèles de production », note M^{me} Brown.

Concrètement, *Deutsch-les-Landes* fait beaucoup penser à *Bienvenue chez les Ch'tis*. Et pour cause, ce sont ses scénaristes, Alexandre Charlot et Franck Magnier, qui l'ont écrite. On y trouve Marie-Anne Chazel dans le rôle de la maire qui vend le château de son village désargenté à un PDG allemand fantasque ; ou Roxane Duran (*La Famille Bélier*, *Le Ruban blanc*). Tournée en bilingue mais diffusée avec un doublage en français, *Deutsch-les-Landes* semble proche des comédies familiales financées par les chaînes françaises.

Présence physique à Paris

Amazon assure que cette première n'est qu'un début : « Nous ferons bientôt des annonces de nouveaux programmes en France », assure M^{me} Brown. L'entreprise ne donne toutefois aucun chiffre, ni le nombre de séries et de films prévus par an, ni le budget de production qui y est consacré, encore moins le nombre d'utilisateurs d'Amazon Prime Video.

Pour attester de son sérieux, Amazon met en avant l'implantation d'équipes locales : celle de M^{me} Brown – débauchée chez le producteur télévisé Fremantle Media (« X Factor ») et passée par le service public britannique à BBC Worldwide – a été montée début

**L'américain
jure par la
« diversité », sans
fixer une ligne
artistique
particulière**

2017. Installée à Londres, elle compte « plus de vingt personnes » et supervise les productions originales d'Amazon en Europe. A Paris, cette équipe est relayée par « quatre à cinq personnes ». Auxquelles s'ajoutent « cinq personnes » chargées des achats de programmes français produits par d'autres. A leur tête, on trouve Isabelle Bertrand, qui a été responsable de la distribution numérique pour le studio américain Warner Bros dans certains pays européens, après être passée par Canal+. Ces équipes sont complétées par des salariés affectés au marketing ou à la communication.

Vanter sa présence physique à Paris est aussi pour Amazon une tentative de se différencier du leader Netflix, qui a suscité la polémique en 2015 en installant toutes ses équipes européennes aux Pays-Bas, avant d'annoncer fin septembre 2018 l'ouverture d'un bureau français d'une vingtaine de personnes. Toutefois, le producteur de *House of Cards*, fort de

3,5 millions d'abonnés en France environ, est en avance sur Amazon pour les productions hexagonales : il y promet sept séries ou films par an environ.

« Amazon a une vraie stratégie éditoriale locale en France », assure M^{me} Bertrand : outre des achats de séries et de films de catalogue achetés à TF1 ou France Télévisions, le service proposera des « séries européennes inédites » comme *Alex*, *Farina* ou *Keeping Faith*. Ou des films « jamais sortis en salle en France », comme *The Super*, avec Val Kilmer.

Pour ses achats comme pour ses productions, Amazon jure par la « diversité », sans fixer une ligne artistique particulière. Parmi ses séries « originales » européennes à venir, M^{me} Brown cite l'espagnole *Six Dreams* ou les allemandes *Beat*, située dans les night-clubs de Berlin et *Bibi et Tina*, adaptation d'un film à succès local. Mais Amazon pointe aussi ses documentaires, par exemple dans le sport avec la collection *All or Nothing*, dont des volets sont consacrés au joueur anglais Steven Gerrard ou au club Manchester City. M^{me} Brown voit dans ce dernier exemple, « tourné sur plus de cent quatre-vingts jours consécutifs », un exemple de « l'échelle » des projets que peut porter un « acteur d'envergure » comme Amazon. ■

ALEXANDRE PIQUARD