

# Netflix va doper ses investissements en Europe

Le géant américain de la vidéo à la demande par abonnement Netflix lance une offensive sur l'Europe. Au printemps dernier, il avait déjà annoncé vouloir investir un milliard de dollars dans des productions européennes: films, séries, documentaires.

Hier, son patron des contenus internationaux a dévoilé au Financial Times à quoi serait affectée cette somme. L'an prochain, Netflix va lancer pas moins de 221 projets sur le Vieux Continent, contre 141 en 2018. Parmi eux, 153 productions originales, le solde étant des coproductions ou des programmes achetés à des producteurs locaux. De grands pays comme la France (5 séries), l'Espagne (6 séries), l'Allemagne (7 séries), la Grande-Bretagne, l'Italie, la Pologne la Turquie, mais aussi la

Norvège seront les mieux servis. La Belgique ne figure a priori pas parmi les heureux élus.

Cela ne veut pas dire que l'industrie audiovisuelle belge ne profitera pas de cette manne. Beaucoup des projets de Netflix sont des coproductions auxquelles les Belges pourraient être associés, notamment grâce aux outils d'aide à la production que sont le tax shelter et les fonds d'investissement régionaux dans l'audiovisuel.

Netflix en a d'ailleurs déjà profité. En septembre est sortie sur sa plateforme «La femme la plus assassinée du monde». Netflix a investi 2,6 millions d'euros dans ce film de genre d'initiative belge financé à hauteur

**Netflix a investi 2,6 millions d'euros dans**

**un film d'initiative belge sorti sur sa plateforme en septembre dernier.**

de 1,35 million par le tax shelter et de 400.000 euros par Wallimage.

Si Netflix lance pareille offensive en Europe, c'est pour deux raisons. D'abord, il a quasiment fait le plein sur son marché domestique où il compte 58 millions d'abonnés. L'Europe constitue un relais de croissance grâce notamment à la production de contenus locaux auxquels les abonnés sont susceptibles d'adhérer. Et puis, il y a la législation, la nouvelle directive Services Médias Audiovisuels contraignant les services comme Netflix à diffuser 30% de contenus européens et à investir dans la production locale. **J.-F. S.**