

Netflix en passe d'entrer un peu plus encore dans l'histoire du cinéma ?

Avec 15 nominations et une campagne hors norme, le géant du streaming est bien décidé à faire plus que de la figuration lors de la 91^e cérémonie des Oscars ce dimanche.

C'est la saga qui anime le petit monde du cinéma depuis la fin de l'été : en quelques mois seulement, Netflix est passé de vilain petit canard rejeté par ses pairs à acteur incontournable et en vue. Preuve ultime : le géant du streaming est nommé 15 fois pour la 91^e cérémonie des Oscars, juste derrière Walt Disney Studios et Participant Media qui dominent la course avec 17 nominations. Une victoire en soi puisqu'il fait jeu égal avec Fox Searchlight mais qu'il devance d'autres monstres du secteur comme 20th Century Fox (cité 5 fois) et Sony Pictures (4 nominations). Le film star ? *Roma* d'Alfonso Cuarón, déjà Lion d'or à Venise, qui fait course en tête avec 10 nominations (un record qu'il partage avec *The Favourite*). Et si cette ambitieuse plongée dans le Mexique des années 1970, tournée en noir et blanc et sans star, obtient l'Oscar du meilleur film, Netflix pourrait entrer dans l'histoire en devenant la première plateforme de streaming à obtenir cette récompense prestigieuse. Une distinction particulière-

lièrement symbolique pour laquelle il est un concurrent sérieux. Synonyme de prestige, elle lui permettrait de prouver un peu plus encore la qualité de

ses films et ainsi d'attirer d'autres acteurs et d'autres réalisateurs de talent.

Et ça, l'entreprise dirigée par Reed Hastings l'a bien compris. Depuis mi-août, elle a lancé une campagne de lobbying rarement vue à Hollywood afin de mettre toutes les chances

du côté de *Roma*. Projections spéciales, réceptions dans des restaurants luxueux, chocolats aux couleurs du film, affichage démesuré dans les rues de Los Angeles : rien n'est trop beau pour séduire les votants des Oscars. Selon *The New York Times*, l'entreprise aurait ainsi dépensé entre 25 et 30 millions de dollars en promotion, soit le double du budget consacré au film...

À la tête de cette campagne hors norme : Lisa Taback, nommée vice-présidente en charge des relations avec les talents et des récompenses de Netflix cet été. Une preuve de plus que rien n'est laissé au hasard pour conquérir le monde du cinéma (la stratégie en la matière a clairement été revue). Après avoir débuté aux côtés d'Harvey Weinstein, Taback s'est forgé une solide réputation à Hollywood en permettant à des films comme *The Artist* ou *Spotlight* de rem-

porter l'Oscar du meilleur film. C'est bien simple : elle connaît toutes les personnes qui comptent dans le milieu et son acharnement paie le plus souvent.

Une revanche qui dessine le futur Hollywood

Si la victoire de Netflix n'est pas encore acquise, un changement est clairement en marche. Fin janvier, la plateforme intégrait la Motion Picture Association of America (MPAA), association défendant les intérêts des principaux studios américains (Paramount, Sony, Fox, Warner Bros., Disney et Universal). Une reconnaissance alors que Netflix a longtemps été rejetée par les studios « traditionnels ». Une revanche aussi puisque Netflix avait par exemple été gentiment mise de côté par Cannes.

La bataille aujourd'hui engagée dessinera en tout cas le futur d'Hollywood et de l'industrie du cinéma. Et un triomphe aux Oscars rendrait la plateforme un peu plus incontournable encore... ■

GAËLLE MOURY

La 91^e cérémonie des Oscars aura lieu ce dimanche dès 17h, heure de Los Angeles (2h chez nous).

POLÉMIQUES

Une édition sous haute tension

Remise de prix à rallonge, atmosphère élitiste, audiences en chute libre : les Oscars ont besoin de changement. L'Académie a donc pris une série de décisions pour changer son image. Mais, ces derniers mois, les polémiques se sont enchaînées et certains choix ont été critiqués. L'humoriste Kevin Hart, désigné pour succéder à Jimmy Kimmel en tant que maître de cérémonie, a ainsi démissionné après que ses blagues homophobes ont été dénoncées par une partie du public. La cérémonie se déroulera donc... sans présentateur, ce qui ne s'est produit que deux fois dans l'histoire (sans être des réussites). En août, l'Académie annonçait la création d'un Oscar du film populaire mais la levée de boucliers d'un tas d'acteurs du secteur a remis l'initiative à plus tard. Parmi les autres critiques : l'idée de remettre certains prix pendant les coupures pub pour réduire la durée de la cérémonie, des intermèdes musicaux réduits... Bref, une cérémonie plus imprévisible que jamais !

G.MY