

De quoi la série originale Netflix (*Netflix Original*) est-elle le nom ?

Séverine Barthes (CIM-CEISME ; LabEx ICCA)

« Netflix dépense plus que quiconque en contenu sur Internet, et même plus que les chaînes de télévision », « Netflix va diffuser plus de programmes originaux en 2018 que la télévision américaine n'a produit de séries en 2017 », « Télé : Netflix : la révolution que tout le monde veut copier » : voici quelques titres d'articles que l'on peut lire sur Netflix et qui accréditent l'idée d'une révolution opérée par la plateforme. Ces discours servent évidemment l'entreprise en lui procurant une publicité gratuite et une image de marque d'innovation et d'exemplarité puisqu'on ne parle pas de ses concurrents en ces termes. Cependant, on relève beaucoup d'inexactitudes dans ces propos, que la société n'a aucun intérêt à corriger. C'est ainsi à une entreprise de correction ou de démystification que je vous invite, à travers l'exemples des séries originales Netflix. Après avoir rappelé quelques jalons de l'histoire de la plateforme qui permettront une mise en perspective des développements actuels de Netflix, je présenterai le concept de *Netflix Original* et ses altérations successives, à partir de l'étude du catalogue français de la plateforme. Enfin, j'étudierai les limites du modèle de Netflix et les liens, qu'elle n'a pu rompre, avec la télévision traditionnelle.

Quelques jalons sur l'histoire de Netflix

Bien qu'il ne soit sans doute pas nécessaire de présenter Netflix, étant donné la popularité de l'entreprise aujourd'hui, il semble à propos de revenir sur quelques dates importantes concernant le développement de la société.

Netflix a commencé son activité comme vidéoclub en ligne en 1997-98, en permettant d'emprunter par la poste des DVD. Dès 1999, elle lance l'idée d'un abonnement mensuel pour un accès illimité au service. Après des débuts difficiles, la démocratisation des lecteurs DVD a permis une forte augmentation du chiffre d'affaires et une confirmation du modèle économique.

En 2007, Netflix lance un service de films en streaming, accessible sans surcoût à tous ses abonnés au service postal. Année après année, le catalogue de streaming s'étoffe, les demandes d'emprunt de DVD par la poste décroissent : en 2010, Netflix modifie son modèle économique. Désormais, les clients ne s'abonnent plus à un service postal avec streaming en sus, mais à un service de streaming avec une option postale.

Le cœur de l'activité de Netflix est donc celle dont, en réalité, on parle le moins dans les médias : l'exploitation de catalogues de productions préexistantes, cinématographiques ou télévisuelles. Qu'il s'agisse de DVD ou de streaming, il s'agit essentiellement d'un travail de diffusion sur les second ou troisième marchés (c'est-à-dire toute l'exploitation après la première diffusion télévisée pour une série ou après l'exploitation en salle pour un film).

II Le concept de *Netflix Originals*

C'est dans ce contexte d'exploitation massive de productions tierces qu'il faut définir la notion de *Netflix Originals*. Elle est majoritairement comprise par les gens comme désignant des programmes produits par Netflix. Or, Netflix, en tant que tel, ne produit rien et la question de la production et celle de la diffusion doivent être séparées.

Comme dans le cas des chaînes de télévision traditionnelles, Netflix passe commande à des maisons de production extérieures, et ces dernières fabriquent pour Netflix des programmes, de genres différents (fictions, documentaires, stand-up, etc.) dont Netflix acquiert les droits de diffusion exclusifs. C'est dans ce même sens qu'on parle de *Hulu Original* pour des séries comme *The Path* ou *La Servante écarlate* ou qu'on parle de *Création originale* chez Canal Plus pour des séries comme *Baron noir*, *Engrenages* ou *Le Bureau des légendes*.

Les droits de diffusion d'une série s'acquièrent pays par pays. Dans l'industrie télévisuelle traditionnelle américaine, voici comment marche le système : une maison de production produit une série pour une chaîne télévisée. Cette dernière achète les droits du programme pour un nombre donné de diffusions sur un laps de temps défini (par exemple 2 diffusions télé sur un an et 1 exploitation de 7 jours en télévision de rattrapage consécutivement à la diffusion classique). Netflix s'inscrit dans ce même système : ainsi, aucune des *Netflix Originals* n'est produite PAR Netflix, qui n'est qu'un diffuseur, mais est produite POUR Netflix.

Mais cette ambiguïté était présente dès les débuts du pivot de Netflix vers l'offre de programmes originaux.

Ainsi, la première série de fiction présentée par Netflix comme un programme original Netflix a été *Lilyhammer*, une série norvégienne dont Netflix avait acquis les droits exclusifs pour les États-Unis en 2012, ce qui en a fait la première série télévisée visible uniquement sur Netflix aux États-Unis. Auparavant, toutes les séries disponibles sur Netflix étaient des séries déjà diffusées de manière traditionnelle et disponibles, par ailleurs, en DVD par exemple ou en rediffusion sur des chaînes câblées ou locales. *Lilyhammer* était ainsi présentée, dans les discours de la plateforme, comme « *the first time Netflix offered exclusive content* » (Greene, 2013).

Pour comprendre comment Netflix s'est ensuite mis à acquérir des productions proprement originales, il faut s'intéresser de nouveau à la manière dont les séries télévisées sont traditionnellement financées aux États-Unis.

Pour acquérir les droits de première diffusion d'une série, une chaîne débourse un prix inférieur aux frais engagés par la production. C'est que, en contrepartie, la production est propriétaire de tous les autres droits associés : ventes sur les marchés étrangers, vente aux chaînes locales américaines pour les rediffusions, ventes de DVD, ventes des droits de streaming, produits dérivés, etc. C'est grâce à tout cela que la production équilibre son budget puis, en cas de succès, engrange des bénéfices. C'est le système qu'on appelle du *deficit financing* ou du financement déficitaire.

En 2013, Netflix propose ainsi *House of Cards* et *Orange is the New Black*, deux programmes produits pour être diffusés directement par Netflix : aux États-Unis, ces séries ne sont pas visibles ailleurs que sur la plateforme. Cependant, à cette époque, Netflix n'a pas encore mis en place le système que nous connaissons actuellement : la plateforme n'est disponible que dans un nombre réduit de marchés (une cinquantaine de pays dont les États-Unis, le Canada et une grande part de l'Amérique latine). Les séries *Netflix Originals* sont donc à ce moment disponibles sur le second marché, selon le modèle du financement déficitaire : des DVD sont édités (rendant ainsi possible un visionnage par des personnes non abonnées au service), les séries sont vendues à l'étranger (en France, *House of Cards* est visible sur Canal + par exemple). Cela a pu engendrer quelques situations ubuesques lors de l'expansion de Netflix sur de nouveaux marchés : ainsi, au moment du lancement en France du service, Netflix France ne pouvait proposer *House of Cards* car les droits de diffusion en streaming appartenaient encore pour plusieurs années à Canal + qui les avaient acquis en même temps que les droits de diffusion télévisée.

L'accélération du développement mondial de Netflix va s'accompagner d'un changement de stratégie : désormais, Netflix, au moment de lancer une nouvelle série commandée par elle, réserve les droits dans tous les pays et négocie l'absence de sortie DVD. Même si nous n'avons pas les détails des contrats signés entre la plateforme et les maisons de production, nous ne pouvons que tirer la conclusion que cela a augmenté drastiquement les coûts pour Netflix puisque le financement déficitaire n'est plus possible pour les maisons de productions, privées de tous les droits associés de revente et d'exploitation. Netflix doit donc compenser tous ces coûts pour les maisons de production. Une série étiquetée *Netflix Original* coûte ainsi beaucoup plus cher à Netflix qu'une série produite pour NBC ou HBO, pas forcément parce qu'elle est de meilleure qualité ou que plus d'argent est dédié à la production, mais parce que Netflix, en compensant tous les coûts que le système du financement déficitaire permet à ses concurrents d'économiser, couvre l'intégralité des frais de production.

Au sens strict du terme, aujourd'hui, une série originale *Netflix* est donc une série télévisée commandée par Netflix et diffusée uniquement sur sa plateforme dans tous les pays dans lesquels elle est déployée, y compris celles dont elle a repris la production après une annulation par la chaîne télé d'origine (comme *Black Mirror* ou *Arrested Development*).

Une série *Netflix Original* au sens strict ne bénéficie ni d'une sortie DVD, ni d'une rediffusion sur des canaux traditionnels de télévision (chaîne hertzienne ou câblée). Cependant, du fait du surcoût évident de ce modèle, il est difficilement tenable sur le long terme. On assiste ainsi à un relâchement du concept.

III *Netflix Originals* : de séries proprement originales à des séries en exclusivité

L'expansion de Netflix à l'international (où des acteurs de V&D par abonnement peuvent déjà être implantés) et la montée en puissance d'acteurs concurrents sur le marché états-unien (Hulu, Amazon Video, CBS All Access, parmi d'autres.) poussent Netflix à augmenter son offre. Les séries proprement originales étant très coûteuses pour toutes les raisons que j'ai évoquées, une des solutions trouvées par l'entreprise a été d'acheter en exclusivité les droits de streaming de séries déjà produites et déjà diffusées de manière traditionnelle, toujours en production, qui sont à vendre sur le second marché et qui sont encore inédites sur les marchés visés par Netflix. Par exemple, un certain nombre de séries télévisées françaises, produites pour des chaînes de télévision traditionnelles comme TF1, France 2 ou M6, sont disponibles aux États-Unis uniquement sur Netflix et sont étiquetées *Netflix Originals* alors que Netflix n'est en rien partie prenante de leur production ou de leur commande : c'est le cas de *10%* (sous le titre *Call my agent !*), *Glacés* (sous le titre *The Frozen Dead*), *Le Chalet*, *La Mante*... C'est aussi le cas de la série canadienne *Anne*, diffusée sur CBC au Canada et rendue disponible par Netflix partout ailleurs dans le monde sous le titre *Anne with an E* sous l'étiquette *Netflix Original*. C'est comme si, au Canada, TVA publicisait sa diffusion de *Designated Survivor*, une série diffusée aux États-Unis sur ABC, comme une série exclusive au même titre que *L'Heure bleue*, *Fugueuse* ou *O'* ; ou, en France, comme si Canal Plus mettait sa diffusion de *Homeland* exactement sur le même plan que celle du *Bureau des légendes*.

Cela montre bien que la notion de *Netflix Original* dépasse le simple fait qu'une série soit commandée par Netflix et uniquement disponible sur la plateforme. Elle devient l'étiquette de tout programme qui, dans un pays donné, n'est disponible que via la plateforme. La liste des programmes *Netflix Originals* est donc différente selon chaque pays.

Il reste à savoir, cependant, quel est le poids des productions proprement originales (c'est-à-dire commandées par Netflix et disponibles uniquement sur cette plateforme dans le monde entier) et quel est celui des productions nationales « transformées » en *Netflix Originals* sur certains marchés. Je vous propose donc une étude de cas du catalogue de Netflix en France.

Au 24 avril 2018, le catalogue de Netflix France propose 572 programmes originaux Netflix. Sur ces 572 programmes, 150 sont des séries de fiction non animées et non destinées aux enfants.

Ce décompte montre que, sur ces 150 séries *Netflix Originals*, seules 67 répondent à la définition stricte de série originale Netflix, soit à peine 45% de l'offre. Cinq autres sont des coproductions entre Netflix et une chaîne nationale, avec un modèle de diffusion mixte : une diffusion télévisée classique dans le pays co-producteur (avec mise à disposition rapide sur Netflix dans ce pays) et une diffusion sur Netflix seule dans le reste du monde. Quant aux 78 autres séries *Netflix Originals* disponibles en France, soit 52% des séries dites *Netflix Original*, ce sont des séries étrangères, produites et diffusées normalement dans leur pays d'origine et vendues à l'étranger de manière traditionnelle. La seule différence est que là où, avant, une chaîne comme TF1 ou France 2 aurait acheté la série, maintenant c'est Netflix qui a acquis les droits exclusifs.

La plateforme écrase ainsi la chronologie des médias puisque certaines séries dites originales sont proposées par Netflix en France le lendemain de leur diffusion aux États-Unis : c'est le cas de *Designated Survivor*, diffusé sur ABC aux États-Unis. Vous remarquerez que cette série, estampillée *Netflix Original* en France, est diffusée de manière traditionnelle au Canada par Club illico et TVA, sous le titre *Survivant désigné*.

IV Netflix toujours tributaire de la télévision traditionnelle

Comme vous le voyez, l'expansion de Netflix, qui a beaucoup axé sa communication sur les séries, ne se conçoit qu'appuyée sur l'industrie télévisuelle traditionnelle en ce qui concerne les contenus. La demande engendrée par la communication de la plateforme est telle que, pour y répondre, elle ne peut que remarketer des produits extérieurs sous son nom.

Le cas de *La Maison de papier/ La Casa de papel* est à ce titre exemplaire. Produite pour la chaîne espagnole Antena 3, cette fiction a été diffusée en Espagne en deux parties qui racontaient une histoire complète et, dès le début, il n'était pas question d'aller plus loin. Après la diffusion espagnole entre mai et novembre 2017, Netflix a acquis les droits pour le monde entier et, afin de coller davantage aux formats internationaux habituels, a remonté les épisodes pour qu'ils fassent une durée de 40 à 50 minutes au lieu de 70 minutes : la première partie, devenue première saison en décembre 2017, est ainsi passé de 9 à 13 épisodes ; la seconde, en avril 2018, est passée de 6 à 9 épisodes. Cette série devenant le programme non anglophone ayant le plus de succès sur la plateforme, Netflix décide alors de commander une suite, présentée comme une troisième saison, et de remettre en route la production. La série, présentée partout comme « série originale Netflix », ne l'est ainsi pas vraiment.

Mais ces questions concernent toujours la mise à disposition de programmes sur la plateforme. Ce qui est intéressant, ces derniers temps, c'est un mouvement de retour vers la télévision traditionnelle. Ainsi, en France, Netflix a conclu un accord avec TF1, d'abord pour la diffusion de *Marseille*, première série commandée par Netflix en France : les deux premiers épisodes de la série étaient diffusés sur TF1 le jour de la mise à disposition de la première saison sur la

plateforme. TF1 devait ensuite diffuser la série quelques mois plus tard (ce qui n'arriva pas, mais pour des raisons trop longues à exposer ici).

Mais c'est surtout le début de la diffusion en France des séries Marvel de Netflix sur la chaîne TMC, appartenant au groupe TF1, qui marque un réel tournant car aucun lien de partenariat ou de production entre le groupe TF1, Netflix et Marvel n'avait été mis en place au moment de la production de cette série. Ce qui se joue ici, c'est la force de certains studios face à Netflix, qui n'est, malgré les discours médiatiquement entretenus, qu'un diffuseur malgré d'autres : c'est en vertu d'un accord conclu entre le groupe TF1 et Disney, propriétaire des studios Marvel, et qui concerne un grand nombre de productions Disney (films et séries Marvel, films *Star Wars* par exemple) que *Daredevil* (puis les autres séries Marvel de Netflix) sont diffusées de manière traditionnelle en France plusieurs mois après leur mise à disposition exclusive sur Netflix.

V Production ? Distribution ? Où se situe la « révolution » Netflix ?

La « révolution » Netflix est donc moins prononcée en termes de production que ce qui est habituellement asséné : il n'y a pas à proprement parler de style Netflix, parce que les séries dites originales que la plateforme propose constituent en réalité un agrégat de productions proprement originales et de programmes qui sont de la télévision traditionnelle dont seul le mode de distribution a changé (et encore, les choses commencent à vaciller). En outre, quand Netflix s'associe avec de gros studios, comme Disney, elle n'a pas forcément un poids suffisant pour imposer ses conditions.

Mais là où Netflix a réellement fait bouger les lignes, c'est sur la distribution. Il y a d'une part l'augmentation massive de programmes, originaux

ou non, mis à disposition. Cependant, cette augmentation aurait pu être un piège, provoquant ce que John Ellis appelle la « fatigue du choix », c'est-à-dire le sentiment d'exhaustion face à un choix pléthorique d'activités. La réponse de Netflix a été son algorithme de recommandation qui permet de se voir proposer, parmi les milliers de programmes disponibles, quelques dizaines seulement d'entre eux susceptibles de plaire à l'abonné en fonction de son historique de visionnage. Cet algorithme a deux avantages : d'une part limiter drastiquement la « fatigue du choix » de l'abonné ; d'autre part donner l'impression, par le fait de proposer au lieu de laisser chercher, qu'il y a toujours quelque chose de nouveau et d'intéressant à regarder.

Mais il y a surtout la réflexion sur le déploiement d'une infrastructure mondiale la plus économe possible en termes de ressources. L'algorithme de Netflix permet aussi à l'entreprise de planifier, voire de prévoir, les programmes qui seront les plus demandés dans une zone géographique donnée et de préparer des serveurs proches de la zone, souvent installés directement chez les fournisseurs d'accès Internet de la zone, en y chargeant en local lesdits programmes : ce dispositif (appelé les serveurs rouges ou Netflix Open Connect) permet de réduire le temps d'attente de chargement et la bande passante utilisée pour délivrer le plus rapidement et avec la meilleure qualité d'images possible les programmes à ses abonnés.

En conclusion, Netflix n'est pas la révolution annoncée en termes de contenus produits. Il est, dans sa relation avec les studios, un diffuseur parmi d'autres. Quand Netflix s'attache les services de Shonda Rhimes (la créatrice de *Grey's Anatomy* ou de *Scandal*) ou de Ryan Murphy (*Glee*, *American Horror Story*, *American Crime Story*), elle ne fait rien d'autre que NBC avec Dick Wolf ou HBO avec David Simon : un contrat pour la production de plusieurs séries.

Mais l'exclusivité demandée par Netflix aux studios lui coûte beaucoup d'argent, ce qui pousse à relativiser les chiffres qui circulent sur le budget alloué par Netflix à la production originale.

Le cœur de l'activité de Netflix, c'est celui qui est présent depuis ses origines, l'exploitation de catalogues de productions préexistantes. La seule différence, aujourd'hui, c'est que certaines d'entre elles sont aujourd'hui réemballées avec une étiquette *Netflix Originals* et mises à égalité avec des productions proprement originales, créant une inflation artificielle du catalogue de productions originales Netflix.

La révolution numérique opérée par Netflix se joue donc essentiellement sur la distribution et, à ce titre, elle fait beaucoup moins parler d'elle. Il y a d'abord le fait que, du fait de son accès par Internet, elle peut s'abstraire des réglementations nationales concernant la diffusion de contenus audiovisuels, réglementations qui n'avaient pas forcément prévu ces modifications substantielles dans les moyens de diffusion. Il y a ensuite le rôle de l'algorithme de recommandation, qui différencie fortement Netflix de ses concurrents comme Hulu ou Amazon Video et permet une réelle ergonomie du service. Il y a enfin le travail sur les économies d'infrastructure, qui a permis le déploiement mondial de la plateforme et des effets d'échelle inconnus jusqu'alors, avec de réelles innovations technologiques via Netflix Open Connect.

L'analyse précise des séries originales Netflix a ainsi permis de montrer qu'il y a un gouffre entre ce dont on parle au sujet de Netflix en termes de créativité et les innovations qui sont réellement des percées capitales.