

Netflix, l'ennemi ?

Pierre Pageau

Numéro 321, janvier 2020

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/93515ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Pageau, P. (2020). Netflix, l'ennemi ? *Séquences : la revue de cinéma*, (321), 40-41.

Netflix, l'ennemi ?

PIERRE PAGEAU

« Le point de vue du spectateur, du cinéophile en particulier, c'est que cette guerre ira à l'encontre de notre défense du cinéma d'auteur. Les grands producteurs ou les grands réseaux de salles (et Netflix) visent principalement à satisfaire les goûts du grand public. »

Le monde du cinéma, celui de l'exploitation (salles de cinéma) et celui de la distribution, est en pleine mutation. Le cinéophile contemporain le vit tous les jours. Des mutations et des menaces contre le cinéma « traditionnel » (pour sa forme et ses sorties en salles) sont manifestes. Y a-t-il cependant des solutions de rechange ? Difficile de prédire quel sera l'avenir. On peut néanmoins y jeter un coup d'œil.

Selon les propriétaires de salles de cinéma, Netflix est l'ennemi numéro un. Rappelons que Netflix est une multinationale étatsunienne créée en 1997 par Reed Hastings; l'histoire veut que ce dernier ait transformé son activité de loueur de DVD en une offre d'abonnement de films en diffusion continue. Et, rapidement, il a conçu l'importance d'avoir un catalogue unique, ce pourquoi Netflix s'est aussi lancé dans la production de films, dont quelques-uns de qualité (comme *Roma*). Qui plus est, son projet au départ était de limiter la sortie de ses meilleurs opus sur son réseau. Ce faisant, il se mettait à dos les propriétaires de salles de cinéma. De plus, on apprenait en novembre 2019 que la compagnie allait exploiter un cinéma, le Paris Theatre de New York, ce qui amplifiera la guerre avec les propriétaires de salles, mais aussi avec les producteurs. De telle sorte que sitôt l'annonce faite par Netflix, les grands studios hollywoodiens répliquaient en annonçant qu'ils allaient demander la permission d'être propriétaires de salles de cinéma.

Il faut savoir que lors de la naissance d'Hollywood (1913-1923), les grands studios (Majors),

qui veulent toujours le maximum de profit, ont le contrôle aussi bien sur la production des films que sur leur distribution et même sur les salles (avec l'arrivée alors des beaux palaces qui encouragent leur fréquentation). Mais, ce Hollywood dominant va subir un procès antitrust. En effet, en 1938, le gouvernement des États-Unis (celui de Roosevelt et son New Deal, donc avec intervention de l'État) décide d'intenter une poursuite contre les Majors pour pratiques monopolistiques (ce faisant, ils répétaient le vieux rêve d'Edison avec sa Motion Picture Patents Company de 1908-1915). Le procès est intenté en 1940 à la demande des petits exploitants qui sont les grands perdants du système de monopole créé par les Majors. On vise spécifiquement les vraies grandes Majors et non les petites, comme Disney, qui possèdent très peu de salles ou de contrôle sur la distribution. Il y a, en principe, une entente en 1943. Mais le gouvernement n'est pas satisfait et intente un nouveau procès en 1945 et, cette fois-ci, il ne cessera que lorsque les Majors auront scindé la production de la distribution. Il y a des ententes signées en 1948, mais le procès durera de 1949 à 1953. Peu à peu toutes les Majors accepteront les exigences du gouvernement. La première à le faire sera la RKO (dirigée par Howard Hughes); cela la mènera à sa disparition et à son intégration à de la production télévisuelle. Suivront la Paramount (1949), la MGM + Fox (1952) puis la Warner (1953). Certaines formes de *block-booking*





vont se maintenir, les salles voulant toujours avoir les plus grands succès possibles. Ce long détour pour bien comprendre dans quelle guerre, sans issue réelle, nous risquons de nous engager.

Le point de vue du spectateur, du cinéophile en particulier, c'est que cette guerre ira à l'encontre de notre défense du cinéma d'auteur. Les grands producteurs ou les grands réseaux de salles (et Netflix) visent principalement à satisfaire les goûts du grand public. Depuis toujours, ces décideurs se sont donné des moyens pour analyser ces goûts. Netflix peut de plus utiliser des algorithmes pour mieux décrypter les habitudes des consommateurs de produits culturels. Est-ce que cet envahissement est inévitable? Pour l'instant, il est bien réel. Cependant, des forces luttent contre cette hégémonie. La France est d'ailleurs à la fine pointe de la lutte contre ce monopole culturel. Ainsi, le Festival de Cannes, après une exception en 2017 avec la présentation de *Okja*, de Bong Joon-ho, déclarait qu'elle n'accepterait plus de films destinés à une sortie unique sur une plateforme Internet. Cela lui a bien réussi puisque l'an dernier Bong Joon-ho retournait en compétition officielle pour y présenter *Parasite*, et même gagner la Palme d'or. D'ailleurs, parmi les lieux de résistance à cette vague déferlante du cinéma sur Internet se trouvent les festivals de cinéma. Leur multiplication indique bien le rôle économique qu'on leur destine, mais, de notre point de vue, ce genre d'événement est surtout un catalyseur majeur dans la distribution du film d'auteur et, conséquemment, représente un lieu où la (les) cinéphilie(s) se maintiennent. Tout en sachant que ces dernières années, on a vu apparaître de petits festivals exclusivement virtuels.

Il y a eu en France, dans le réseau de la critique et celui de l'Association française des cinémas Art et

Essai, une résistance avec l'«Affaire Netflix»: fallait-il parler des films de Netflix? En France, il y a depuis longtemps une défense de l'exception culturelle; au Canada et au Québec, on rêve de cela. Un règlement n'a pas que des qualités, disait un éditorial de la revue *Positif*, mais il permet une «redistribution des richesses». D'autre part, on note, un peu partout dans le monde, la création de petites salles de cinéma, souvent à écran unique, qui se risquent dans la défense du cinéma différent; à Montréal, nous avons le Cinéma moderne et le Beaubien. À Paris, capitale de la cinéphilie, ces salles sont assez nombreuses: le Reflet Médicis, la Filmothèque du Quartier Latin, le Champollion, sans oublier une salle historique comme le Studio des Ursulines. À Bruxelles, le Cinéma Palace (de 1913) reprend vie en 2018 sous le parrainage de Luc Dardenne. Nanni Moretti à Rome assure l'animation du Nuovo Sacher et ainsi la pérennité du cinéma d'auteur. On retrouve des salles similaires, avec les mêmes objectifs, en Allemagne, en Argentine, en Corée du Sud, en Pologne, et ailleurs. Dans tous ces cas, ces lieux manifestent une résistance et engagent une lutte pour la défense et la promotion du cinéma d'auteur, présenté dans de «vraies» salles de cinéma. Sans parler de l'existence de plus en plus fréquente de projections dans divers lieux, nous rappelant un peu le travail des Ambulants du début du XX^e siècle. Par ailleurs, Netflix semble se plier un peu plus aux exigences des cinéphiles; ainsi cette année la super production de Martin Scorsese *The Irishman* a pu sortir sur les écrans avant de devenir une exclusivité de sa plateforme. Il y a en France le site Vodkaster qui permet la circulation d'extraits de films d'auteur, autre forme de la cinéphilie contemporaine, et il y en a bien d'autres. Mais, tout cela indique-t-il le futur? ▲

1. Roma

2. Okja