



Le courage,
c'est de rechercher
la vérité
et de la dire.

— Jean Jaurès

Le courage républicain,
c'est de n'avoir aucune
retenue quand on se bat
pour les autres.

— Jean-Pierre Brard

- Accueil
- Actualités
- Vidéos
- Nos publications
- Où trouver nos livres ?
- Plan du site
- Contact
- Faire un don
- Presse

Enquête Netflix

Cliquez [ici](#) pour un
affichage correct du site

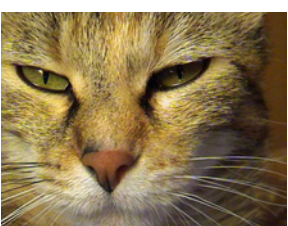
Accueil

Page créée le 19 octobre 2018, modifiée le 17 décembre 2018.



Complément au livre
J'aide mes enfants à décrocher des écrans
par Annie Lobé

Où trouver ce livre ?



Vidéo pour les 12-22 ans"

Format MPG

Son (mov)
Texte à lire
Texte à imprimer

Envoyer à un ami

Message de Chachatte : Pourquoi moi, sur cette vidéo, et non un séduisant dessin d'animation ? En regardant attentivement, tu observeras comment je joins le geste à la parole. Le mot Mélatonine vient du grec Melas qui signifie Noir. Sais-tu que les chats rêvent, comme toi quand tu as dormi assez longtemps ? Regarde, s'il te plaît, l'enquête Netflix sur cette page et envoie-moi tes questions à info@santepublique-editions.fr

Cette page constitue la note 42 du livre **J'aide mes enfants à décrocher des écrans**, p. 36.
La première version a été adressée par Annie Lobé à toute la presse le 17 mai 2018 : une **tribune** *Les ados en danger : suicide, harcèlement et viol sont les thèmes de la saison 2 de la série "13 Reasons Why" que Netflix lance vendredi 18 mai 2018.*

Manifeste Contre Netflix en particulier et Contre la Violence sur les Écrans en général

Le *binge watching*, ou gavage télévisuel, consiste à regarder en continu des séries télévisées, sans s'arrêter. C'est un nouveau fléau créé par Netflix, un phénomène récent de très grande ampleur qui n'a pas encore fait les gros titres de la presse.

Netflix est l'initiateur de cette nouvelle façon de "consommer" les séries : en 2013, il a mis en ligne l'intégralité des épisodes d'une série à succès.

Netflix ne se contente pas de faciliter le visionnage de séries à la file. Il rend difficile de s'arrêter entre deux épisodes : 15 secondes après la fin du premier, le deuxième commence automatiquement. Et ainsi de suite. C'est au spectateur de prendre la décision d'arrêter.

Depuis trois ans, Netflix produit ses propres séries et les met en avant.

Ses **bandes annonces** pour le mois d'avril 2018 : des images blafardes ponctuées de scènes de crimes et de meurtres de masse, des armes à feu, du sang, des cris, des visages effrayants déformés par le maquillage ou par des effets spéciaux, des séquences de baisers torrides alternant avec des accusations de tromperie ("*Tu as couché avec le petit ami de ta meilleure amie*").

Rien que de la violence télévisuelle habituelle ? Non. Car l'action se déroule dans les couloirs d'un lycée, dans la cour ou dans une salle de classe. Et les personnages mis en scène sont tous des adolescents ou de très jeunes adultes.

Clairement, cette typologie de "héros" cible le public pré-adolescent et adolescent, susceptible de s'identifier avec les personnages. Dans les séries originales de Netflix, les adolescents sont la proie de violences inouïes dont ils sont soit victimes, soit auteurs.

Juste après les bandes-annonces "Nos 10 meilleures séries" commencent "Nos 10 meilleures séries pour adolescents" puis le "TOP 250". Cela donne la nausée.

Le Festival de Cannes 2018 a refusé, à juste titre, les séries Netflix : c'est aussi en raison de la médiocrité de ses productions que Netflix cible les ados.

Mais Martin Scorsese, le couple Obama et Gad Elmaleh, entre autres, ont déjà cédé aux dollars de Netflix (8 milliards investis en 2017, pour un chiffre d'affaires de 11 milliards et un bénéfice de 559 millions).

117 millions d'abonnés, dont 63 millions hors des USA, c'est déjà trop.

Comment Netflix est-il parvenu, ces dernières années, à séduire un si grand nombre d'abonnés ? En investissant dans ce qu'il appelle un "*budget pour faire des grands succès*". Si vous êtes abonné-e, sachez que son marketing inclut l'analyse par des algorithmes de vos avis pour améliorer son "pouvoir de recommandation", ainsi que l'utilisation de cobayes humains pour l'enregistrement et l'analyse des réactions physiques et émotionnelles face aux images : battements du cœur, changement de température du corps, transpiration, chair de poule... pour élaborer les prochains films et s'assurer que les téléspectateurs ne pourront plus décrocher de leur canapé.

En 2018, 1,3 milliard de dollars supplémentaires sont investis en recherche et développement.

Le succès de Netflix n'est donc pas le reflet de la qualité des films qu'il produit, mais le fruit de manipulations bien orchestrées !

La preuve que cette entreprise de "divertissement" sans foi ni loi est prête à tout, c'est qu'elle a lancé aux USA *The Push*, un programme dans lequel "*un homme est incité à en tuer un autre par un groupe d'acteurs*".

Et en mars 2018, pour coloniser le cerveau de nos jeunes et inciter les enfants au *binge watching*, certains films ou séries pour enfants étaient signalés par un cadenas rouge qui se déverrouillait une fois le programme visionné dans son intégralité. L'enfant recevait alors un badge. Ce "test" a suscité de telles critiques de la part des parents aux USA que Netflix a dû arrêter.

La plupart des adolescent-e-s d'aujourd'hui considèrent la violence des séries Netflix comme "*normale*", ce qui indique que la violence dans les séries a le même **effet insensibilisant** que la violence des jeux vidéo.

Les parents et les jeunes eux-mêmes sont rarement conscients que les séries, tout comme les jeux vidéos, sont *conçus pour être addictifs*, pour nous enchaîner jour et nuit devant l'ordinateur, la tablette ou le *smartphone*.

Dans le monde entier, les séries Netflix sont très regardées par les adolescents. Des lycéens anglais ont partagé sur Twitter ne pas pouvoir s'empêcher de visionner d'un seul coup les 13 heures d'épisodes d'une même série lancée par Netflix en période d'examen, au lieu de réviser. Ce temps a forcément été pris sur les études et sur le sommeil.

Ingurgitées en continu par un cerveau en cours de maturation, associées au manque de sommeil et, pour certains jeunes, à l'absorption d'alcool et de cannabis, ces images peuvent les faire basculer dans une psychopathologie, notamment après un choc affectif dans le monde réel : deuil, rupture sentimentale.

Netflix a réussi à attirer autant les filles que les garçons. Mais un jeune cerveau immergé dans les séries Netflix se fragilise. Cela peut le conduire à s'isoler, à s'enfermer, à subir un changement de personnalité, à tenter de se suicider, avec à la clé un internement psychiatrique ou la mort.

Après la diffusion de la saison 1 de *13 Reasons Why* ayant pour thème le suicide, le harcèlement et le viol, entre 900 000 et 1,5 million de recherches supplémentaires sur le suicide ont été comptabilisées sur Google, selon *Le Parisien* (voir aussi p. 46 et 80 du livre ***J'aide mes enfants à décrocher des écrans***).

Netflix le sait parfaitement, qui a osé faire précéder le lancement, le 18 mai 2018, de la saison 2 de la série *13 Reasons Why* d'un pseudo spot de prévention en *anglais*, non traduit ni sous-titré (ce qui a été fait depuis). Les liens mentionnés pour la France sur la page <http://13reasonswhy.info> ne fonctionnaient pas et aboutissent encore aujourd'hui à des **pages d'erreur** (consultés le 17 mai 2018 et le 17 octobre 2018). Le lien [13-Reasons-Why-Discussion-Guide-Season-1.pdf](#) menait à un document vide qui a été **comblé depuis**. En revanche, cette page de "prévention" comporte plusieurs liens bien actifs menant aux bandes-annonces de la saison 1 et de la saison 2 !

Durant le tournage, l'actrice principale a dû être soutenue par la présence de chiens sur le plateau, tellement certaines scènes sont difficiles à supporter.

Cette façon d'agir de Netflix, si elle n'est pas une "provocation, une propagande et une publicité pour le suicide", y ressemble grandement. En France, depuis plus de trente ans, ces faits sont prévus et réprimés par les articles 223-13 à 223-15 du Code pénal, créés par la loi 87-1133 du 31 décembre 1987, qui permettent aux pouvoirs publics de saisir la justice pour faire interdire la diffusion en référé (urgence) pour préserver la jeunesse que Netflix cible et agresse avec cette série.

Céline, 24 ans, est navrée et inquiète de voir que sa meilleure amie de 25 ans, qui avait déjà des tendances dépressives, s'est "totalement identifiée à l'héroïne", avec qui de surcroît elle présente une certaine ressemblance physique. Après avoir entièrement visionné la saison 1, Céline qualifie l'histoire de *13 Reasons Why* de "délires paranoïaques d'une adolescente en mal d'amour".

L'intervention des pouvoirs publics est d'autant plus indispensable que, dans bien des familles, les adolescent-e-s de tous âges regardent cette série à l'insu de leurs parents.

Les effets de l'imprégnation des jeunes cerveaux par la violence de Netflix se font également sentir par l'apparition de cas de harcèlement dans des établissements scolaires (collèges, lycées) qui en étaient auparavant exempts.

Et ce qui augmente aussi, c'est la gravité des sévices. Le 4 juin 2018, dans un collège près de Béziers, des jeunes de douze ans ont infligé à un "camarade" une agression sexuelle au moyen d'un bâton dans les fesses (et non d'un doigt comme dans le "jeu de l'olive" cité par la presse au moment des faits).

Lors d'une discussion avec un groupe de lycéennes, début juillet 2018, à propos de la série *13 Reasons Why*, la question leur a été posée : "Vous ne trouvez pas cela violent ?". Elles ont répondu : "Non... enfin si quand même, quand on la voit s'ouvrir les veines... Et puis, il y a la scène du bâton."

Les adolescents qui se sont livrés, dans la réalité, à cet acte barbare l'ont-il fait par imitation, parce que l'idée leur en est venue en visionnant cette scène dans la saison 2 de la série diffusée 18 jours plus tôt ? Une enquête policière permettrait de vérifier l'hypothèse, issue de la succession temporelle des deux événements, d'un lien direct entre la violence véhiculée par les séries originales de Netflix et la recrudescence et l'aggravation du harcèlement scolaire. (Mais les résultats de cette enquête ne seront connus que des familles des agresseurs et des victimes, et de leurs avocats...)

Le jeune cerveau, qui a beaucoup à apprendre entre la naissance et l'âge adulte, est câblé pour imiter. Il n'est donc pas surprenant qu'il imite ce qu'il voit. C'est la raison pour laquelle les adultes, parents et grand-parents doivent protéger les jeunes générations contre ces nouveaux dangers qui consistent à imprégner leur cerveau de scènes de violence.

L'OMS a annoncé le **18 juin 2018** que l'addiction aux jeux vidéo sera ajoutée à la liste de classification internationale des maladies qui entrera en vigueur en 2022. Il faudrait dès aujourd'hui y ajouter le *binge watching* et l'addiction au **visionnage de films pornographiques**.

L'apparition d'un nouveau mode de vie d'adolescents qui, au grand dam de leurs parents, ne quittent plus leur lit du matin au soir et du soir au matin, nouvel avatar du monde connecté et stade ultime de la dépression sans cause apparente, prouve qu'à force d'aller trop loin, notre société finira par atteindre un point de non-retour.

Le fondateur et unique associé de Netflix France, le milliardaire Reed Hastings, un ingénieur qui a mis au point un système pour accélérer la vitesse de streaming, se rengorge d'avoir eu un impact irréversible sur les habitudes de consommation audiovisuelle et se félicite de ce que "*même la BBC, pour son site internet, se convertit au binge watching*" !

Inspirés par les adolescents rescapés de la tuerie du lycée de Parkland en Floride en février 2018, qui se sont lancés dans une croisade contre la vente d'armes à feu aux USA, nous lançons un appel aux adolescents du monde entier pour qu'ils se rebellent et se liguent afin de faire obstacle à la stratégie manipulatrice et destructrice de Netflix dans les 190 pays où cette société est implantée.

(En France, en partenariat avec Altice, depuis le 12 juin 2017, et auparavant, depuis le 15 septembre 2014 ; accès illimité pour 8 à 15 euros par mois).

En 2011, Netflix perdait 800 000 abonnés. Faisons en sorte qu'à partir de 2018-2019 il en perde 8 millions par an. C'est facile : l'abonnement peut être arrêté à tout moment.

Parents et grands-parents, enseignants, éducateurs, pédiatres, psychologues, professionnels de la santé et de l'enfance, nous vous suggérons de jeter un œil sur les images de Netflix en vous posant la question : "Si j'avais vu de telles scènes toute ma jeunesse, pendant la construction de ma personnalité, quel adulte serais-je devenu-e ?"

Nous agissons pour faire cesser les agressions de Netflix contre le cerveau des enfants, des adolescents et des adultes !

Nous signons le Manifeste Contre Netflix en particulier et Contre la Violence sur les Écrans en général !

Sources de l'enquête :

- [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Parisien*, 13 mai 2018 : "13 Reasons Why : des spots de prévention contre le suicide pour la saison 2"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Konbini* : "Le binge watching favoriserait la dépression"
- [\[.doc\]](#) [\[.html\]](#) Dossier *Le Point* : "Dans l'antre de Netflix"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Point*, 31 mars 2017 : "Netflix cible les ados"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Point*, 3 avril 2017 : "Comment fonctionne Netflix"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Le Monde économie* : "La concurrence s'intensifie dans le streaming video"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Numerama* : "Netflix veut produire 31 séries originales en 2016"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Programme-tv.net* : "Netflix : séries, binge watching... : le bilan 2017 !"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Mashable France24* : "Netflix, bilan 2017 et previsions 2018"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Figaro*, 23 janvier 2018 : "Netflix : Nouveau gain record d'abonnés"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.htm\]](#) *Nextinpack* : "Avec 70 millions d'abonnés Netflix poursuit sa folle évolution"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Francetv Info* : "Festival de Cannes 2018 : Martin Scorsese à propos de Netflix : 'Le plus important est de continuer à faire des films'"
- [\[.pdf\]](#) *Le Figaro*, 23 mai 2018, "Barack et Michelle Obama vont produire des séries pour Netflix"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Numerama* : "Barack et Michelle Obama vont produire des films et séries pour Netflix"
- [\[.pdf\]](#) *Voici*, 2 mars 2018, "Netflix The Push On tombe bien bas Live in USA"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Point*, 15 mars 2018 : "Binge watching : Netflix provoque la colère des parents"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *RTL* : "Netflix a testé un système de trophées pour inciter les enfants au binge watching"
- [\[.pdf\]](#) David Grossman "Comment la télévision et les jeux vidéo apprennent aux enfants à tuer"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Numerama*, 18 mai 2018 : "13 Reasons why : La sortie de la saison 2 perturbe les examens de lycéens britanniques"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Psychologie sociale* : "Les dangers de l'imitation ou l'effet Werther"
- [\[.pdf\]](#) Faculté de médecine d'Angers, mémoire "Les épidémies de suicides : de l'effet Werther à l'effet Internet"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) Code pénal, articles 223-13 à 223-15 réprimant la provocation, la propagande et la publicité pour le suicide
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Parisien*, 16 avril 2017 : "13 Reasons Why : La série événement a suscité près de 8 millions de messages sur Twitter"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Parisien*, 5 mai 2017 : "13 Reasons Why : La série qui regarde les ados en face"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.php\]](#) *Le Parisien*, 12 mai 2017 : "Netflix La série 13 Reasons Why sur le suicide d'une ado fait débat"
- [\[.pdf\]](#) *L'Actu*, 3 mai 2018 : Netflix 13 Reasons Why Interview de l'actrice Katherine Langford"
- [\[.pdf\]](#) *Midi Libre*, 20 juin 2018 : Agression dans un collège près de Béziers
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *France Inter*, 6 janvier 2018 : "L'addiction aux jeux vidéo bientôt reconnue par l'Oms"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) *Le Parisien*, 7 et 8 juin 2018 : "Ados et porno"
- [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) *Le Monde*, 2 et 3 septembre 2018 : "Mon pieu tout puissant"
- [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) Infogreffe : Extrait Kbis Netflix Services France sas
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) France24 : "Ces jeunes Américains fer de lance du mouvement anti-armes à feu"
- [\[.doc\]](#) [\[.pdf\]](#) [\[.html\]](#) Mediamerica : "Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge"
- [\[.doc\]](#) [\[.html\]](#) Wikipedia : Netflix consulté le 9 mai 2018

Je signe le Manifeste Contre Netflix en particulier et Contre la Violence sur les Écrans en général !

foxyform



Haut de page

[Envoyer à un ami](#) **[Retour à l'accueil](#)** **[Nos publications](#)** **[Plan du site](#)** **[Espace lecteurs](#)**

© Copyright SantéPublique éditions 2006 - 2024 Titre et textes déposés
Reproduction même partielle interdite

13 raisons et de nombreuses polémiques

La série phénomène «13 Reasons Why» revient vendredi sur Netflix.

PAR ROBERTO GARÇON

Les cassettes n'étaient que le début... Par le biais d'une bande-annonce vite devenue virale, Netflix a annoncé l'arrivée de la saison 2 de «13 Reasons Why» pour le 18 mai. «J'ai adoré la première saison, elle démontre que la vie est loin d'être rose. Je serai la première à me jeter sur les nouveaux épisodes», clame Pauline, 19 ans.

La série, adaptée du roman américain «Treize Raisons», de Jay Asher, a débarqué sur Netflix en 2017, remportant un franc succès. La saison 1 se consacrait à la vie de Clay Jensen, un adolescent qui reçoit sept mystérieuses cassettes audio après le suicide de son amie Hannah Baker. Chaque cassette contient deux raisons qui ont poussé Hannah à commettre cet acte. «13 Reasons Why» traite de la problématique du harcèlement scolaire et n'hésite pas à explorer des thèmes sombres comme le viol et l'alcoolisme. Des sujets qui ont trouvé un écho chez certains téléspectateurs. «J'ai vraiment eu l'impression de revoir des situations du lycée à travers ce que vivait Hannah», confie Imane, 17 ans. «Ça m'a montré que ça arrive à plus de personnes que l'on ne le pense.»

La représentation graphique d'un suicide et d'un viol ainsi que le traitement de ces thématiques lourdes ont fait



Netflix précise désormais que la série «13 Reasons Why» peut être inappropriée pour des jeunes de moins de 17 ans.

leurs problèmes. » Un dispositif a également été mis en place sur le site de la fiction pour pouvoir contacter des organismes d'assistance compétents. Netflix a associé à «13 Reasons Why» le label TV-MA, qui précise que la série peut être inappropriée pour des enfants de moins de 17 ans. Une saison 2 à découvrir bientôt, donc, mais pour un public (très) averti.

polémique. Après la diffusion de «13 Reasons Why», entre 900 000 et 1,5 million de recherches supplémentaires sur le suicide ont été comptabilisées sur Google. «J'ai trouvé ça trop romancé. Le suicide dans la série est accompagné d'une sorte de vengeance malsaine. Cela ne donne pas de solution aux jeunes en difficulté, c'est davantage de la curiosité morbide, selon moi», explique Annabelle, 20 ans.

Un spot de prévention contre le suicide à l'entame d'un épisode

Après la volée de critiques négatives dont a fait objet la série, Netflix a mis en place des spots de prévention qui interviendront avant chaque début d'épisode. On peut y voir des acteurs du programme déconseiller aux jeunes souffrant de troubles psychologiques de le regarder. «Je pense

que c'est trop catégorique de faire ça, s'insurge Pauline. C'est exclure les personnes qui ont des soucis et leur rappeler

NETFLIX/BETH DUBBER

Consulté le 12 mai 2018

Binge Watching : décryptage de cette tendance de consommation

- [Binge watching : définition](#)
- [Binge watching, pourquoi ça marche ?](#)
- [Première apparition du binge watching](#)
- [Les conséquences du binge watching](#)

Nouveau phénomène d'addiction aux séries télévisées, le binge watching serait-il la drogue nouvelle génération ? Voilà tout ce qu'il faut savoir à propos de cette boulimie de séries télévisées et découvrez si vous en êtes déjà la victime !

Binge watching : définition

Le binge watching, la plupart des gens le pratique sans même le savoir. Il s'agit en réalité du fait de « consommer » des séries télévisées en continu et sans pouvoir s'arrêter. Ce terme est directement emprunté à l'expression américaine « binge drinking » qui signifie la consommation excessive d'alcool..

Ce phénomène existe depuis quelques temps déjà mais se généralise dans de nombreux foyers. Avec internet, mais surtout grâce aux applications permettant d'accéder à ce genre de contenus à tout moment, il devient facile de regarder un premier épisode puis de ne plus pouvoir arrêter son visionnage. S'il était coutume il y a encore quelques années d'attendre la semaine suivante pour pouvoir découvrir la suite des aventures de ses personnages préférés, aujourd'hui cela ne suffit plus au public. Le visionnage de ces nouveaux épisodes ne doit pas attendre et entraîne une surconsommation de séries. C'est ce que l'on appelle désormais le binge watching

Binge watching, pourquoi ça marche ?

Le constat est simple : les téléspectateurs ne veulent plus attendre. Terminée, la diffusion d'une série sur plusieurs semaines au rythme d'un ou deux épisodes par soirée, désormais les chaînes de télévision doivent s'adapter et proposer toujours plus de contenus à la suite. **Ce sont des plateformes comme Netflix qui ont changé la donne en proposant tous les épisodes de plusieurs séries d'un seul coup.** Les téléspectateurs ont donc la possibilité de choisir leur rythme, allant même parfois jusqu'à visionner la totalité du contenu d'une série en un week-end.

Autre nouveauté liée à ce type de phénomène, les utilisateurs de ces applications et les fans de séries télévisées ne supportent plus d'attendre une sortie française décalée par rapport à la diffusion américaine. Les chaînes sont donc contraintes de modifier leurs habitudes et de proposer les épisodes dès leur sortie à la télévision outre-Atlantique, tout cela afin d'éviter les piratages.

Première apparition du binge watching

S'ils sont désormais bien connus de tous, d'où viennent ce terme et surtout cette nouvelle pratique ? C'est en 2013 que Netflix (le géant américain de vidéo à la demande) met en ligne la totalité des épisodes inédits de sa série House of Cards. C'est alors que ses abonnés et tous les fans de streaming (le fait de visionner du contenu vidéo en ligne) et de téléchargement découvrent les nuits blanches à visionner l'intégralité d'une série.

D'autres ont commencé à pratiquer le binge watching grâce à des DVD qui leur ont donné envie de regarder leurs séries préférées en boucle. Ce phénomène apparaît alors comme une sorte de « beuverie » télévisuelle.

Les conséquences du binge watching

S'il peut sembler anodin à première vue, ce phénomène n'en est pas moins dangereux. Isolement, dépendance et extrême [fatigue](#) peuvent découler de ce type de comportements excessifs chez les plus fragiles. Il est d'ailleurs vu d'un très mauvais œil par les médecins qui redoutent d'observer des comportements addictifs chez un très jeune public. On peut également remarquer que de nombreux adeptes de cette pratique préfèrent rester chez eux à visionner des séries plutôt que de sortir et de rencontrer d'autres personnes. Ce type de comportements favoriseraient alors des [dépressions](#) et d'autres syndromes d'isolement.

Certains ajoutent également que cette frénésie de consommation ne permettrait pas aux spectateurs d'apprécier la série, ses personnages et son suspens à leur juste valeur. En « avalant » tous ces épisodes à la suite, le public ne savourerait plus le plaisir de s'évader grâce à la fiction. D'autres, en revanche, y voient un formidable moyen de se couper du quotidien et de mobiliser leur attention sur quelque chose de concret pendant plusieurs heures plutôt que de s'éparpiller à réfléchir à tout un tas de détails banals et sans importance. Ce serait alors une façon de se concentrer et de se détendre à la fois. D'ailleurs certains professionnels mettent en évidence que les fans de binge watching montreraient d'importantes capacités de concentration et de mobilisation intellectuelle.

Le binge watching, expression formée par le mot « binge », qui signifie "se saouler" ou plutôt "se goinfrer" dans ce cas précis, et le verbe « watching » pour regarder, évoque le fait de visionner en cascade et sans pouvoir s'interrompre un grand nombre d'épisodes d'une série, voire son intégralité. Toutefois, si ce nouveau phénomène fait considérablement parler de lui, il ne faut pas oublier que pour qu'il soit réel, il faut encore que la série tienne toutes ses promesses et sache captiver le spectateur.

par [Fanny Hubert](#) | 3 années ago

A still from the TV show 'Orange Is the New Black' showing two female inmates in orange jumpsuits behind prison bars. The woman on the left has dark hair and glasses, while the woman on the right has blonde hair. Both are looking towards the camera with serious expressions.

3

gavage télévisuel en bon français). Mais cette pratique pourrait bien favoriser la dépression, selon une récente étude américaine.

C'est le site [NPR](#) qui relaie l'information. Yoon Hi Sung, étudiant à l'université du Texas à Austin, a mené une recherche pour tenter de comprendre les effets du binge watching sur la santé. Et selon lui, *"les résultats montrent que ceux qui sont les plus déprimés regardent beaucoup de programmes."*

Sur les 316 personnes interrogées, 237 ont été diagnostiquées comme étant des "binge watchers". Et ceux-ci ont présenté plus de symptômes liés à la dépression, la solitude et l'incapacité à contrôler son comportement. Mais ce résultat est à nuancer. Il n'y a aucune preuve que le binge watching est à l'origine de ces états. On ne peut que suggérer un lien entre les deux.

Définir le binge watching

Pour pouvoir étudier le binge watching, il faut déjà définir ce que l'on entend par là. Sung et les autres chercheurs ont indiqué que visionner deux épisodes ou plus d'affilée peut être considéré comme du binge watching. Mais cela dépend de ce que vous regardez. Par exemple, deux épisodes de *Friends* n'ont pas la même durée qu'un seul épisode de *Game of Thrones*.

L'étude se base sur de nombreuses variables puisque les participants ont répondu à des questions très générales – sur leur salaire par exemple – et à des questions plus précises sur leur état émotionnel. Les chercheurs ont procédé de la même manière que les études permettant de découvrir un binge drinker (consommation excessive d'alcool) ou un binge eater (consommation excessive de nourriture). Il est donc difficile de tirer de véritables conclusions sur une étude à si petite échelle.

Mais pour Chad Bingo, un étudiant qui a travaillé sur une étude concernant le binge watching en 2014, il y a un lien de cause à effet entre binge watching et addiction :

Nous avons des réponses qui sont très similaires aux personnes qui arrêtent de trop manger ou de consommer de la drogue. Les effets secondaires ne sont pas présents mais le sentiment de besoin permanent, oui.

Netflix favorise cette pratique

L'avènement de Netflix a considérablement changé la manière de consommer les séries. La chaîne permet très facilement de regarder des épisodes à la suite. Quand le premier s'arrête, le second commence automatiquement 15 secondes après. C'est au spectateur de prendre la décision d'arrêter sa télé, ce qui s'avère parfois compliqué quand on veut à tout prix voir la suite.

Nous pensons principalement que le flux continu [des épisodes] encourage le binge watching. Ce que nous considérons comme une attitude d'addict, c'est quand presque tous les week-ends les gens se lèvent à 9h du matin et regardent des épisodes pendant 10 heures, continue Chad Bingo.

Mais ce serait faux de dire que le binge watching est mauvais pour la santé. Raj Devasagayam, professeur en charge de l'étude en 2014, estime au contraire que la capacité d'attention des adeptes est plutôt impressionnante. En regardant plusieurs épisodes à la suite et parfois de plusieurs séries différentes, il faut réussir à suivre les multiples histoires qui défilent.

Et consommer des séries peut être un moyen de communiquer avec des fans qui ont les mêmes centres d'intérêt ou de réunir son groupe d'amis devant la télé. Allez, on vous laisse retourner à votre gavage télévisuel.

Dossier consulté le 1^{er} juin 2018

http://www.lepoint.fr/pop-culture/dossiers/dans-l-antre-de-netflix/les-3-mesures-de-netflix-pour-renforcer-votre-addiction-06-04-2017-2117754_3394.php

[#Décryptage#Séries](#)

Les trois mesures de Netflix pour renforcer votre addiction

Coloniser les mobiles



A gauche, une série visionnée dans une technologie classique. A droite, la technologie HDR testée sur mobile. © Netflix

L'une des priorités de Netflix dans les années à venir ? Obtenir sur smartphone ou tablette la même qualité de visionnage que sur un écran de télévision ou d'ordinateur. Lors d'une conférence à San Francisco, Neil Hunt, l'un des cadres exécutifs du service, a expliqué que la plateforme concentrerait ses efforts pour rendre les contenus sur mobile plus attrayants. Aidé par [les laboratoires Dolby](#), le service mise notamment sur la technologie HDR, une méthode qui offre une gamme de couleurs plus détaillées et plus authentiques. Par exemple, avec la HDR, un feu est composé de milliers de nuances de orange, ce qui le rend plus chatoyant, presque réel, au point de vous donner un bon coup de chaud quand vous le regardez à l'écran. Cette technologie est déjà disponible sur certaines télévisions ou dans des salles de cinéma. Et quelques téléphones commencent à s'en équiper, tels que le Galaxy Tab S3, le [LG](#) G6 ou encore le Xperia XZ Premium.

Tout est une question d'outils pour raconter l'histoire la plus prenante, la plus réaliste. Nous voulons amener ça sur le portable. C'est le mode de vie des gens désormais.

« Le portable est le support idéal pour les longs voyages en train, les trajets en bus ou en avion. Nous avons constaté que de plus en plus d'abonnés utilisaient leur smartphone pour regarder des séries. Donc, nous sommes en train d'ajouter de nouvelles fonctionnalités pour rendre le portable encore plus attrayant. La première, vous la connaissez déjà, c'est la possibilité de télécharger le contenu avant de partir de chez soi, pour pouvoir ensuite le regarder hors ligne pendant les transports. Ensuite, nous travaillons avec les laboratoires Dolby sur la qualité de l'image, nous cherchons à ce qu'elle soit la plus captivante possible, même dans un train ou en voiture », explique Neil Hunt. « Tout est une question d'outils pour raconter l'histoire la plus prenante, la plus réaliste. Nous voulons amener ça sur le portable. C'est le mode de vie des gens désormais. »

Faire naître « une histoire d'amour »



Netflix remplace son système de notation : il suffira désormais de cliquer sur un pouce vers le haut ou vers le bas pour exprimer son sentiment. © Netflix

Pour noter une série, un documentaire ou un film, Netflix a enterré son système d'étoiles, remplacé par un pouce vers le haut ou vers le bas (à la manière du *like* de [Facebook](#)). Todd Yellin, vice-président de l'innovation produit, a pris cette décision après avoir testé ces « like » pendant quelques mois auprès d'un échantillon d'abonnés. Durant cette période d'essai, les équipes ont constaté une

augmentation des notes de plus de 200 %. Les utilisateurs ont plus le réflexe de cliquer sur un pouce que celui d'attribuer des étoiles. « C'est le langage d'Internet ! » se réjouit Todd Yellin.

Quand je rentre chez moi, je n'ai plus assez de cellules grises pour me demander si je vais plutôt regarder *Shameless* ou *Vampire Diaries*. Je veux que ce choix me soit facilité.

Et plus vous notez les programmes, plus l'algorithme devient précis dans sa recommandation personnalisée, plus vous allez passer du temps à regarder Netflix ! « Quand je rentre chez moi le soir, je n'ai plus assez de cellules grises pour me demander si je vais plutôt regarder *Shameless* ou *Vampire Diaries*. Je veux que ce choix me soit facilité. Comment me le rendre plus simple ? Comment impliquer ce large pourcentage d'utilisateurs qui veulent davantage coopérer au système de recommandation ? Cette fois, les choses sont claires, vous voulez plus de contenus de ce genre, alors vous cliquez sur le pouce vers le haut. Vous ne voulez plus de programmes de ce genre, alors vous cliquez sur le pouce vers le bas », détaille Todd Yellin.



Comme sur les sites de rencontres, le service indiquera désormais votre pourcentage d'affinité avec un programme. © Netflix

En plus de cette nouveauté, Netflix va installer un système de « match », de compatibilité, comme sur les sites de rencontres. L'algorithme indiquera désormais un pourcentage qui mesurera votre degré d'affinité avec le programme, à quel point vous risquez d'aimer ce contenu. « Nous essayons de créer des rencontres, de faire naître des histoires d'amour entre les utilisateurs et les films, les séries », conclut le vice-président.

Sonder votre cerveau



Netflix travaille à rendre ses contenus toujours plus captivants grâce à l'étude de vos réactions. © Netflix

Durant notre visite des locaux Dolby à San Francisco, nous pénétrons dans un étrange laboratoire : une femme est assise sur un canapé face à une télévision, coiffée d'un casque digne d'un film de science-fiction, composé de 69 capteurs sensoriels ! Le but de cette mise en scène ? Nous montrer comment Netflix étudie les réactions d'un téléspectateur face à un programme. L'écran de gauche (cf. image d'illustration) révèle quelles parties du corps s'animent, s'échauffent, durant le visionnage d'une série ou d'un film. Celui de droite (avec toutes les courbes indéchiffrables) note les battements de votre cœur, vos pics d'émotion et les changements de température de votre corps.

Ce casque permet même de détecter votre transpiration, le hérissément de vos poils ou la chair de poule. Bref, le but est de savoir ce qui vous fait vibrer, ce qui vous captive. Toutes ces informations sont soigneusement notées et gardées en mémoire pour l'élaboration de prochains contenus. Toujours dans le but d'offrir aux utilisateurs la meilleure expérience possible, la plus « immersive »,

comme aiment le répéter les cadres exécutifs de Netflix... Promis, vous ne décollerez plus de votre canapé !

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

A lire aussi



[Hastings : "Côté cinéma, Netflix est excellent partout, sauf en France"](#)

[Échecs critiques, spécificités territoriales, rien ne semble arrêter le géant du streaming. Nous avons tenté de passer au gril son insaisissable patron.](#)



[Netflix a-t-il remporté son pari français ?](#)

[Lancé voici plus de deux ans dans l'Hexagone, le service américain de vidéo à la demande par abonnement semble avoir décollé. Analyse.](#)

Hastings : "Côté cinéma, Netflix est excellent partout, sauf en France"



Reed Hastings, le PDG de Netflix, le 6 janvier 2016 à Las Vegas. © ROBYN BECK / AFP/ ROBYN BECK

Propos recueillis à Berlin par [Philippe Guedj](#)

Modifié le 30/03/2017 à 16:18 - Publié le 29/03/2017 à 11:05 | Le Point.fr

Échecs critiques, spécificités territoriales, rien ne semble arrêter le géant du streaming. Nous avons tenté de passer au grill son insaisissable patron.

Inflexible Netflix. Depuis cinq ans, la courbe de ses abonnés dans le monde explose – 23,5 millions en 2011, 69 millions en 2015, 93,8 millions fin 2016 –, tandis que son chiffre d'affaires a bondi de 175 % dans l'intervalle. Et ce n'est évidemment pas fini : « Netflix franchira ce printemps le seuil des 100 millions, avec trois ans d'avance sur ses propres prévisions », rappelle Pascal Lechevallier, patron de l'agence de consulting en nouveaux médias What's Hot. Portée, pour l'instant, par une dynamique vertueuse basée sur l'efficacité imparable de sa technologie, une stratégie d'expansion agressive et une communication tous azimuts, la firme de Los Gatos semble à l'épreuve des coups durs.

Même [la tornade de critiques négatives qui s'est abattue sur *Iron Fist*](#), sa dernière série Marvel, ne semble pas couper les jarrets du pur sang de la SVoD : Netflix ne communique toujours pas d'audiences conformément à ses principes, mais l'institut de veille numérique [Parrot Analytics](#)

affirme qu'*Iron Fist* est la seconde fiction Marvel [la plus regardée](#) du groupe, après *Luke Cage* et devant *Daredevil* et *Jessica Jones*.

À Berlin, lors d'une [grand-messe de présentation de ses programmes phares pour 2017](#), organisée le 1er mars dernier, Netflix a martelé sa ferme intention d'investir aussi Hollywood, comme en témoignaient les bandes-annonces événementielles de *War Machine* (avec [Brad Pitt](#)), *Okja* (avec [Tilda Swinton](#)) et *Bright* (avec [Will Smith](#)). C'est en marge de cette démonstration de force que nous avons rencontré [Reed Hastings](#), PDG et cofondateur du groupe, pour une interview où, fidèle à lui-même, ce grand communicant a manié en expert l'art de la pirouette et du désamorçage. Même au sujet du four critique de *Marseille*, dont le tournage de la saison 2 est imminent, le caïd du streaming glisse comme sur une patinoire. Inflexible Hastings, comme sa petite entreprise qui n'en finit pas de grimper.

Le Point Pop : Cette année, Netflix dépensera 6 milliards de dollars pour produire du contenu original. Quel est le but d'un investissement aussi énorme, éradiquer la concurrence ?

His way or Norway

A NETFLIX ORIGINAL SERIES

LILYHAMMER

ALL NEW EPISODES

DECEMBER 13

ONLY ON

NETFLIX



Le tout premier programme original de Netflix © Netflix

Reed Hastings : Depuis dix ans, Netflix mais aussi HBO, Amazon Prime et Hulu se sont développés. Personne n'éradique personne, vous assistez juste au fait que tout le secteur de la consommation d'images à la demande est en pleine croissance. Pour un chiffre d'affaires de 10 milliards de dollars, dépenser 6 milliards dans la production de contenu nous semble raisonnable. Notre boulot est de dépenser le mieux possible nos ressources pour rendre nos clients heureux. L'an dernier, nous avons 600 heures de nouveau contenu original ; en 2017, ce sera plus de 1 000 heures. On a fait du chemin depuis 2012, l'année de notre première création originale avec *Lilyhammer*, dont la première saison était composée de 12 épisodes de quarante-cinq minutes.

Vous êtes désormais proches des 100 millions d'abonnés. Quel est votre remède contre la mégalomanie ?

On jette un œil aux 2 milliards d'utilisateurs de YouTube ou aux 1,7 milliard d'inscrits sur Facebook... On est si petits en comparaison avec eux. Quand nous nous comparons à HBO, oui, nous nous sentons puissants. Mais, à côté des géants du Web, on est tout petits. Il faut juger correctement notre périmètre de comparaison pour rester humbles, c'est notre philosophie interne au quotidien.

Et votre philosophie en matière de création originale ?

Elle est de toujours prendre des risques créatifs, de donner le feu vert à des séries que tout le monde refuse : tout récemment, *13 Reasons Why*, une série très exigeante et risquée, qui parle du suicide adolescent et à cause de laquelle on se fait déjà critiquer par des gens qui pensent que nous glamourisons le suicide. Nous pensons, nous, qu'il s'agit d'un sujet important et que cette histoire provoquera un débat sain.

Avez-vous un long business plan à la Marvel Studios, qui communique sur des phases (1, 2, 3...) du calendrier ?

Non, notre stratégie, c'est surtout d'apprendre à nous adapter, à étudier de près chaque marché. On reste flexibles, on se fixe des objectifs de croissance de nos abonnés et des objectifs de territoires, mais on ne sait juste pas à l'avance comment on va le faire. Netflix gagne de l'argent depuis 2002, ce sont des profits modestes et notre dette reste très élevée, puisque nous opérons toujours des levées de fonds et que les investisseurs nous suivent.

Selon vous, le modèle Netflix a-t-il vraiment changé les habitudes de consommation de séries ?

Oui, dans la mesure où même la BBC, pour son site internet, se convertit au binge watching : les prochaines séries de BBC 1 seront disponibles à raison d'un épisode par semaine à l'antenne, et tous les épisodes d'un coup sur leur plateforme web iplayer. Mais vous savez, on n'a rien inventé : le livre était le médium originel du binge watching. Quand on veille tard le soir pour lire un maximum de chapitres, c'est la même chose. Nous avons simplement apporté cette idée à la télé.

Netflix ne communique pas son nombre d'abonnés par territoire, mais on tente quand même : combien d'abonnés, officiellement, en France ?

On s'en tient toujours au chiffre de 44 millions d'abonnés à l'international (Amérique latine + Europe). On ne donne jamais les chiffres par territoire, parce que justement tout le monde veut écrire à ce sujet... Et ça nous permet d'entretenir la spéculation, l'intrigue... exactement comme pour les audiences de nos séries qu'on ne communique pas. On aime entretenir le mystère !

UN SPECTACLE ORIGINAL NETFLIX

**GAD
ELMALEH**

**PART
EN
LIVE**



NETFLIX | LE 24 JANVIER

La France est réputée pour être un marché difficile pour vous. Quelles difficultés avez-vous surmontées depuis la création de Netflix France en 2014 ?

Pourquoi dites-vous cela ? Internet est très bien développé en France, les Français adorent les contenus... Le Paraguay, l'Argentine, avec leurs taux d'inflation records... ça, ce sont des territoires difficiles pour Netflix ! En comparaison, la France est un marché tranquille (rires). Bon, le vrai problème est la chronologie des médias concernant la diffusion des films. Notre programmation côté cinéma est excellente partout dans le monde, sauf en France où les films sont extrêmement protégés et où le secteur des exploitants est politiquement très puissant.

La chronologie des médias est plus une nuisance pour nos abonnés que pour nous.

Il y a beaucoup de lois uniques au monde en France et ça ne changera pas. Les négociations en cours portent juste sur un raccourcissement de la fenêtre de la SVoD à 2 ans ou 18 mois, mais ça n'ira pas plus loin. Cette chronologie imposée pour les films sur Netflix est plus une nuisance pour nos abonnés que pour nous. On est contraints de l'accepter et de faire avec, en nous concentrant sur les meilleures séries possible, comme *Mindhunter* de David Fincher. Nous comptons aussi fidéliser plus d'abonnés français avec les films Netflix, qui échappent à cette réglementation. Vous découvrirez, par exemple, en mai *War Machine* avec Brad Pitt, mais aussi des films de Joon-Ho Bong et de David Ayer.

Vous allez coproduire la série *Spy* avec Canal+ ... La hache de guerre est-elle enterrée pour de bon ?

C'est Canal+ qui avait choisi de faire grand bruit de l'arrivée de Netflix en France. De toute évidence, le management de la chaîne a changé depuis. Leurs abonnements sont en baisse, la situation n'est plus du tout la même. Je serais ravi de rencontrer Vincent Bolloré, d'ailleurs. Actuellement, nos équipes de contenus sont en négociations.

Quelles leçons Netflix a-t-il retenues de [l'échec critique de Marseille](#) en France ?



[Marseille](#) de Netflix © David Koskas/Netflix David Koskas/Netflix

La série a surtout été critiquée par les journalistes parisiens ; à Marseille ils l'ont adorée ! La seule leçon qu'on a retenue, c'est de découvrir qu'il y avait vraiment une rivalité artistique entre ces deux villes, ce qui fut vraiment une surprise pour nous. Sinon, l'autre leçon que nous retenons, c'est que le show de Gad Elmaleh marche très fort, il y a un vrai marché pour du stand-up...

Mais, sérieusement, pour *Marseille* ?

Nous avons obtenu un succès suffisant pour être convaincus de faire une saison 2 (en fait, Netflix diffuse systématiquement au moins deux saisons pour chacune de ses séries originales, NDLR). On ne regrette pas d'avoir embauché Gérard Depardieu, même si on aurait préféré avoir de bonnes critiques, bien sûr. *Marseille*, c'est comme nos films avec Adam Sandler : les critiques sont mauvaises, mais les gens les adorent. C'est de la « nourriture doudou ». C'est opératique, caricatural... un plaisir coupable ! Et ça n'a pas empêché les gens de venir la regarder en nombre suffisant pour nous.

Beaucoup de vos séries ont été louées pour leur progressisme. Netflix tente-t-il aussi de faire passer des idées par la fiction ?

Non, nous n'avons pas de programme progressiste. On essaie avant tout de faire des séries sur des personnages atypiques et forts, mais n'en est pas une entreprise de mouvements sociaux. Juste une entreprise de divertissement.

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

Ce qu'il faut savoir sur l'affaire Netflix-Festival de Cannes

FESTIVAL DE CANNES



La sélection de deux films Netflix au Festival de Cannes a suscité bien des remous dans le milieu du cinéma français © DR

Par [Philippe Guedj](#)

Publié le 11/05/2017 à 12:18 | Le Point.fr

Depuis des semaines, le milieu du cinéma français se déchire sur la sélection en compétition de deux films distribués par le géant de la SVOD. Explications.

C'est une affaire qui n'en finit pas d'épicer le prochain Festival de [Cannes](#), dont la 70e édition débute ce mercredi 17 mai : la sélection en compétition officielle de *Okja* et *The Meyerowitz Stories*, deux films distribués sous la bannière Netflix, a déclenché une violente controverse au sein des professionnels du cinéma français. Un feuilleton auquel le Festival a mis un terme provisoire avec un communiqué publié hier, qui apaise les tensions avec les exploitants français mais consterne d'autres parties du secteur. Résumé d'un feuilleton à rebondissements (et sûrement à suivre).

- **Épisode 1 : le Festival de Cannes provoque un scandale**

Le jeudi 13 avril, lors de la conférence de presse annonçant la sélection officielle du 70e Festival de Cannes, le délégué général [Thierry Frémaux](#) révèle que deux films financés par la plateforme de¹⁴

SVOD Netflix font partie des 18 prétendants à la palme d'or. Le coréen *Okja* de [Bong Joon-ho](#) et l'américain *The Meyerowitz Stories* de Noah Baumbach, financés par le géant du streaming, sont les deux premiers films en compétition cannoise à ne pas sortir en salle. Netflix les réserve logiquement pour ses abonnés, qui les découvriront respectivement le 28 juin prochain pour *Okja* et à une date non encore communiquée pour le film de Baumbach (qui, du coup, est pour l'instant moins au centre des débats).

C'est une politique maison différente d'Amazon, le concurrent de Netflix, qui s'est aussi lancé dans la production de films, mais autorise, lui, leur sortie en salle avant diffusion sur ses tuyaux (comme ce fut le cas avec *Manchester by the sea*) et se soumet donc à la réglementation en vigueur. Amazon est d'ailleurs également présent dans la compétition cette année avec le film *Wonderstruck* de [Todd Haynes](#). Concernant Netflix, Thierry Frémaux justifie cette « situation unique et inédite » (selon ses propres termes) par le fait que Bong Joon-ho et Noah Baumbach sont des cinéastes importants dont les films méritent simplement d'être sélectionnés. Sur [Twitter](#), les professionnels se déchirent. Jean Labadie, patron du distributeur Le Pacte, accuse Netflix de vouloir « la mort des salles », tandis que son concurrent Vincent Maraval, directeur de Wild Bunch, juge que « la présence d'un film Netflix ou Amazon en compétition à Cannes n'est que l'accompagnement naturel de l'évolution du monde ».

- **Épisode 2 : la Fédération nationale des cinémas français (FNCF) riposte**

Dans un communiqué, la [FNCF](#), organisation représentative des exploitants de salles, regrette que « ces deux films acquis ou financés par Netflix » aient été « retenus sans que le conseil d'administration (du Festival), dont elle est membre, ait été consulté ». Pour les exploitants, le Festival de Cannes bafoue par sa décision le statut roi de la salle de cinéma, protégé par une réglementation nationale assurant une stricte chronologie dans la diffusion des œuvres cinématographiques d'un média à l'autre. En France, les films sont d'abord exploités en salle, puis, quatre mois plus tard, en DVD, 10 à 12 mois sur les chaînes payantes, de 22 à 30 mois sur les chaînes gratuites et 36 mois pour les services de vidéo à la demande par abonnement (Netflix, Amazon, CanalPlay, etc.). Si *Okja* ou *The Meyerowitz Stories* sortaient d'abord dans un circuit de salles officiel, Netflix ne pourrait donc les diffuser qu'en 2020 sur son site.



Vendredi 14 avril 2017

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les salles de cinéma souhaitent que les films en compétition au Festival de Cannes s'inscrivent dans la réglementation de notre pays, fondement de l'exception culturelle

L

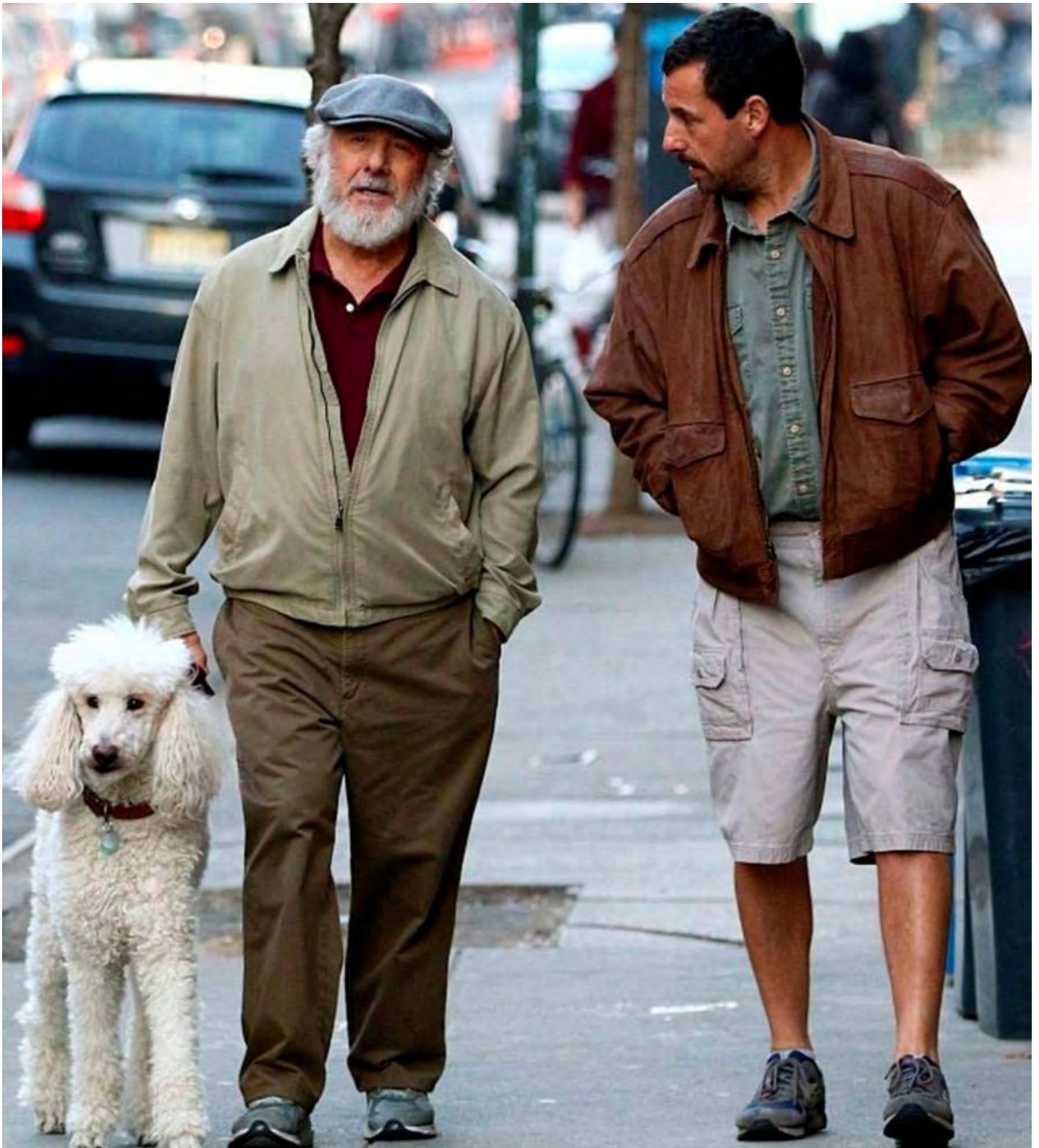
e communiqué de la FNCF © Capture d'écran

Pourquoi protéger nos salles de cinéma, selon les défenseurs de cette « chronologie des médias » ? Hormis les évidences culturelles et économiques, parce qu'il en va aussi de la santé de l'industrie du 7e art français, dont le financement repose en partie sur des taxes prélevées par le CNC sur chaque ticket de cinéma. Les tenants de cet écosystème vouaient déjà une rancœur tenace à Netflix qui, depuis son installation hors de France, s'est soustrait aux obligations de contribution à la machine dont s'acquittent tous les diffuseurs français.

Que Netflix reçoive en plus l'extrême onction cannoise avec les honneurs de la compétition relève, aux yeux des exploitants et de certains distributeurs français, d'un bras d'honneur insupportable et aussi d'une entorse supplémentaire à la réglementation : « Si des films du Festival de Cannes contrevenaient à la réglementation en vigueur sur la chronologie des médias, par exemple en étant diffusés sur Internet simultanément à une sortie en salle, ils seraient passibles de sanctions par le CNC ! » rappelle la FNCF, pour qui le fait que des films du Festival ne sortent pas en salle « remet en cause leur nature d'œuvre cinématographique ».

• **Épisode 3 : Netflix tente de désamorcer la crise**

Le 26 avril, Netflix assure dans un communiqué vouloir trouver un compromis et négocier avec les distributeurs français les solutions pour une sortie en salle limitée, tout en gardant ses abonnés comme priorité : « Nous sommes convaincus que les cinéphiles français n'ont pas envie de voir ces films trois ans après le reste du monde. Cela dit, nous réfléchissons à la possibilité de distribuer ces deux œuvres dans des salles de cinéma françaises pour une durée limitée, en même temps que leur sortie sur notre service, tout en respectant la chronologie des médias. »



Dustin Hoffman et Adam Sandler dans The Meyerowitz stories © Netflix

Concrètement, cela reviendrait pour Netflix et un distributeur associé à obtenir du CNC un « [visa temporaire](#) » exceptionnel, assurant au film une sortie très limitée en salle, à destination des cinéphiles, le même jour que la diffusion du film sur Netflix. À en croire le communiqué cannois d'hier, c'est raté. Selon nos informations, des « discussions » ont cependant toujours lieu entre plusieurs distributeurs, Netflix et le CNC, mais, selon une source proche du dossier, « rien ne bougera ».

• **Épisode 4 : Cannes ménage la chèvre et le chou**

Le 10 mai, alors que des rumeurs circulent depuis plusieurs jours sur l'éventuelle exclusion des deux films Netflix pour calmer la colère des exploitants, le Festival de Cannes coupe court aux ragots : *Okja* et *The Meyerowitz Stories* seront bel et bien « présentés en sélection officielle et en compétition ». Et il ajoute avoir « demandé en vain à Netflix d'accepter que ces deux films puissent rencontrer les spectateurs des salles françaises et pas uniquement ses seuls abonnés. De fait, (le Festival) déplore qu'aucun accord n'ait pu être trouvé ».

Dorénavant, tout film qui souhaitera concourir à Cannes devra s'engager à être distribué dans les salles françaises.

À ce jour, les raisons pour lesquelles les discussions sur une sortie en salle d'*Okja* sont dans l'impasse restent encore floues – est-ce du fait de Netflix, comme le sous-entend le Festival, ou plutôt en raison de blocages du CNC ? Dans son communiqué, le Festival redit en tout cas son soutien aux salles et, en conséquence, décide que, « dorénavant, tout film qui souhaitera concourir en compétition à Cannes devra préalablement s'engager à être distribué dans les salles françaises ». Une disposition qui s'appliquera dès 2018. Si le statu quo demeure, Netflix va donc probablement vivre son premier et dernier Festival de Cannes en 2017.

• **Épisode 5 : Tout le monde est fâché**

Contactée par Le Point Pop, la FNCF, par la voix de son délégué général Marc-Olivier Sebbag, « prend acte de la situation, qui est désormais clarifiée ». « Ces deux films ne sortiront pas en salle en France et nous trouvons regrettable que deux œuvres en compétition au Festival de Cannes ne puissent être vues que par les abonnés de Netflix en exclusivité. C'est une situation qui prend en otage les spectateurs et le Festival lui-même, dont nous savons qu'il s'est efforcé de proposer plusieurs alternatives à Netflix, qui les a toutes refusées. Au moins, la position du Festival de Cannes pour les années suivantes nous satisfait. »

D'aucuns déplorent le pas en arrière du Festival, qui « pénalise les petits auteurs, lesquels vont continuer à galérer pour tenter Cannes plutôt que d'accepter l'argent frais de Netflix, analyse un professionnel. De plus, le Festival risque à l'avenir de se priver d'œuvres d'auteurs qui se seront tournés vers Netflix et qui, eux, seront accueillis à Berlin, Venise, Sundance ou Tribeca... Tout ça, alors que cette nouvelle règle n'engage ni les distributeurs ni les salles à sortir correctement les films de la sélection. »

Peut-on accepter un passager clandestin qui profite de notre système ?

À la FNCF, on jure ne pas défendre des intérêts boutiquiers : « Nous acceptons les nouveaux entrants tels qu'Amazon, qui joue le jeu de la réglementation et discute avec nous. Mais, pour l'instant, nous n'attendons rien de Netflix, qui cherche à briser le consensus en fermant son bureau en France et ne paye pas ses taxes, explique Marc-Olivier Sebbag. Et aux distributeurs tentés de défendre Netflix, nous disons : *Pensez à la survie de l'exception culturelle française. Netflix se place explicitement en dehors de la réglementation fiscale et sectorielle, ainsi que de toute obligation*

d'investissement dans la production, tout en voulant profiter de l'écosystème français. Peut-on accepter un passager clandestin qui profite de notre système, tout en se positionnant contre lui ? »

- **Épisode 6 : Et maintenant, on fait quoi ?**

Sur Twitter, entre les anti et les pro-Netflix, la guerre reprend de plus belle. L'interminable accrochage depuis hier entre Jean Labadie (Le Pacte) et Vincent Maraval (Wild Bunch), deux membres d'une même profession mais radicalement opposés l'un à l'autre sur cette polémique, illustre à lui seul à quel point Netflix fracture le microcosme. Et, une fois de plus, le géant du streaming crée le débat !

[@LeCNC @Festival_Cannes](#) c'est votre chrono des médias qui empêche Netflix de montrer le film en salles. Ne renversez pas les rôles

— VINCENT MARAVAL (@MARAVALV) [10 mai 2017](#)

Pour Manuel Chiche, président du distributeur indépendant The Jokers, la décision cannoise de bannir de facto Netflix de ses prochaines compétitions est absurde et dessert le cinéma d'auteur : « Sans Netflix, *Okja* de Bong Joon-ho n'existerait probablement pas. Seul Netflix a eu le courage de mettre 50 millions de dollars pour le financer. Si c'est maintenant la FNCF qui décide de faire et défaire les sélections cannoises, très bien, mais qu'ils respectent alors leurs engagements de maintien des films en salle et qu'ils sortent aussi les films des autres sections parallèles (Un certain regard, La Quinzaine...) : 50 % de ces films ne trouvent jamais le chemin des salles et, là-dessus, on n'entend pas la FNCF. » Et Manuel Chiche de dénoncer, comme Maraval, « l'hypocrisie » des exploitants : « La seule chose qui les gêne vraiment, c'est de se dire que la palme d'or potentielle ne sera pas dans leurs salles. »

Quant à Reed Hastings, patron de Netflix, sa réaction n'a pas tardé. Sur Facebook, le milliardaire a posté le message suivant : « L'establishment fait rang serré contre nous. Regardez *Okja* sur Netflix le 28 juin, un film merveilleux que les salles de cinéma tentent de nous empêcher de montrer à Cannes en compétition. » Nul doute que le feuilleton va continuer à s'écrire pendant le Festival.

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

Netflix a-t-il remporté son pari français ?



Malgré l'échec de la série Marseille, Netflix aurait dépassé le million d'abonnés en France. © Netflix

Par [Philippe Guedj](#)

Modifié le 30/03/2017 à 16:18 - Publié le 28/03/2017 à 12:43 | Le Point.fr

Lancé voici plus de deux ans dans l'Hexagone, le service américain de vidéo à la demande par abonnement semble avoir décollé. Analyse.

Le 15 septembre 2014, Netflix débarquait dans les foyers français. Films, séries, documentaires, dessins animés... Des milliers d'heures de programmes à portée de clic, sur nos téléphones connectés, ordinateurs, tablettes ou smartphones, pour une fourchette d'abonnement à un tarif abordable, situé entre 8 et 12 euros, en fonction des formules. L'accession, enfin, de nos concitoyens fans de séries aux délices du « binge watching » grâce à la mise à disposition de saisons entières rendant possible le visionnage d'épisodes à la chaîne. Inventé en 2007 par l'Américain [Reed Hastings](#) sur la base d'une ancienne activité de location de DVD livrés à domicile par la poste, le service de vidéo à la demande par abonnement (SVoD en anglais) s'installait alors dans un climat de méfiance de la part de nos institutions et de fiévreuse agitation médiatique.

Les uns saluaient la diversification de l'offre d'images sur le marché français, les autres conspuaient ce [McDonald's](#) de l'audiovisuel suspecté d'abîmer, à terme, l'écosystème de l'industrie du cinéma. D'autres encore prédisaient au géant du streaming de faire « plouf » pour incompatibilité culturelle avec les Français, d'autant que plusieurs offres de SVoD tricolores existaient déjà, dont CanalPlay (plateforme de [Canal+](#)) et Filmo TV (service créé par le distributeur Wild Bunch).

Le marché français a été donné à Netflix sur un plateau



Reed Hastings et son numéro 2 Ted Sarandos, chef des contenus de Netflix. © Ahn Young-joon/AP/SIPA Ahn Young-joon/AP/SIPA / AP / Ahn Young-joon/AP/SIPA

Deux ans et demi plus tard, quel est le bilan ? En termes commerciaux, incontestablement positif. Même si Netflix ne communique aucun chiffre officiel par territoire, les experts du secteur, tels que Pascal Lechevallier, président de l'agence de consulting en nouveaux médias What's Hot, estiment qu'en [France](#) l'américain a déjà probablement dépassé le million d'abonnés. « C'est une réussite commerciale, surtout faute de combattants, explique-t-il. « À partir du moment où, voici sept ou huit ans, les acteurs français du marché n'ont pas pris la mesure de l'enjeu de ce qu'allait représenter la SVoD, ils ont laissé le terrain libre à Netflix. Quant à l'offre de SVoD en projet chez [France Télévisions](#), c'est un peu comme si on essayait de comparer un tracteur avec une fusée. »

Docteur en droit spécialiste de l'audiovisuel, Marc Le Roy, renchérit : « Le marché français a été donné à Netflix sur un plateau. TF1 et M6 ont reconnu que, stratégiquement, la SVoD n'était pas leur priorité, tandis que Canal+ s'est lancée trop timidement avec CanalPlay. Même les distributeurs de cinéma, tels Mk2, Pathé, Gaumont ou EuropaCorp, auraient pu essayer de s'associer pour créer une plateforme de SVoD, telle que Hulu aux États-Unis (service cocréé par Disney, Fox, NBC-Universal et Warner, NDLR). Mais personne n'a rien fait et aujourd'hui le retard est irrattrapable », analyse Marc Le Roy.



Amazon est le grand concurrent international de Netflix © DR

Moins ergonomiques, moins complets en volume sur l'offre cinéma-séries, mais surtout moins visibles médiatiquement que le géant de Los Gatos, CanalPlay, FilmoTV (pionnier de la SVoD en France) et quelques autres ne luttent évidemment pas à armes égales. Amazon, le grand concurrent international de Netflix, a également lancé ses filets SVoD sur l'Hexagone depuis décembre 2016 (le service Amazon Prime Video), [mais sa plateforme est unanimement jugée moins pratique](#) que celle de Reed Hastings.

Netflix a aussi gagné des points dans son art consommé de la promotion : « Netflix, c'est 700 millions de dollars en Recherche & Développement en 2016 et 900 millions de dollars d'investissement dans le marketing, dont 600 millions à l'étranger. C'est une politique de terre brûlée », précise Pascal Lechevallier. Dans un marché français où **61 % des consommateurs de SVoD ont moins de 35 ans** (source : Médiamétrie), Netflix a surtout conquis les jeunes.

Rond de serviette chez AlloCiné

Netflix serait devenue la « chaîne » des 15-18 ans, classe d'âge extrêmement active sur les réseaux sociaux : « Netflix a un impact irréversible sur la consommation audiovisuelle de cette génération pour qui la télé classique n'existe quasiment plus », nous explique Isabelle Tronchet, analyste chez Dynvibe, experte en veille stratégique sur les médias sociaux. « Délivrés de la contrainte de la pub et grâce à la portabilité du service, les ados sont libres de consommer sur Netflix ce qu'ils veulent, quand ils veulent, où ils veulent. **Ils sont devenus accros à la SVoD autant qu'à Twitter. Le temps de trajet en transports en commun n'a plus d'importance tant qu'ils peuvent le meubler en regardant leurs séries.** »

Netflix a un impact irréversible sur la consommation audiovisuelle de la jeune génération, pour qui la télé classique n'existe quasiment plus.

Symbole discret de l'habileté marketing du groupe : un onglet « Netflix » orne en permanence depuis deux ans la page d'accueil du site web *AlloCiné*, lui aussi très fréquenté par la jeunesse. Cet étonnant rond de serviette [en vitrine du site leader](#) sur le cinéma en France a été obtenu il y a deux ans par la plateforme SVoD, via un chèque record signé à Webedia, la régie publicitaire propriétaire d'*Allo Ciné*. Aucun des concurrents de Netflix dans l'Hexagone ne jouit du même privilège.

Campagnes d'affichage, spots publicitaires, somptueuses événements de présentation de leurs programmes ou de leur technologie à la presse (l'an passé à la Cité du cinéma à Paris, cette année à Berlin)... le service de SVoD ne recule devant aucun sacrifice. Sa mondialité finit par tenter certains producteurs et artistes tricolores, malgré l'hostilité d'une partie du secteur face à l'expatriation de l'américain à Amsterdam, pour se soustraire à la fiscalité française et aux obligations de financement d'œuvres françaises.

Un premier film français Netflix



Divines, de Houda Benyamina

Attiré par la perspective de toucher simultanément 193 territoires, le producteur de *Divines*, Marc-Benoit Créancier, a vendu les droits étrangers de son film à Netflix. Paradoxe : *Divines* est donc disponible sur toutes les plateformes étrangères du groupe... sauf en France, à cause du système de la chronologie des médias qui, pour protéger les salles de cinéma, empêche les services de SVoD de proposer à leurs abonnés des films sortis il y a moins de trois ans.

De son côté, Gad Elmaleh a cédé à Netflix l'exclusivité de la diffusion de son one-man-show, *Gad part en live* (visible depuis le 24 janvier en streaming) et évoque même la possibilité d'une série écrite pour la plateforme. Mieux encore : le site [Les Écrans.fr](#) a révélé que le tournage de la

comédie romantique *Je ne suis pas un homme facile*, premier long-métrage français financé par Netflix, signé Éléonore Pourriat avec Vincent Elbaz, venait tout juste de débiter à Paris. Le film ne sera donc pas distribué en salle, mais bien directement sur la plateforme, courant 2018. Une façon pratique de contourner la chronologie des médias.



Marseille, la toute première création française pour Netflix. © David Koskas/Netflix David Koskas/Netflix

Je ne suis pas un homme facile parviendra-t-il à faire oublier la désastreuse série *Marseille* et prouver qu'en matière de création française la plateforme de Reed Hastings sait proposer autre chose qu'un cache-misère pour amadouer les autorités ? Par ailleurs, forte de son succès sur les cibles jeunes, Netflix sera-t-elle en mesure d'atteindre un jour, en France, un seuil d'abonnés suffisant pour vraiment faire trembler à la fois les salles de cinéma et nos bonnes vieilles chaînes de télé en abolissant leurs frontières ? Pour l'instant, le service serait légèrement en dessous de ses objectifs.

À son arrivée en France, Reed Hastings avait annoncé vouloir « séduire un tiers des foyers français d'ici cinq à dix ans », soit 9,8 millions de personnes d'ici 2020 à 2025. Selon les prévisions du cabinet Futuresource Consulting, en 2019, Netflix aura atteint seulement 3 millions d'abonnés. Mais, d'après certains experts, l'entreprise se serait montrée trop ambitieuse et l'objectif de Reed Hastings serait tout bonnement irréaliste. Surtout, les autres prétendants au gâteau français de la SVoD, y compris le projet de France Télévisions, le petit nouveau Molotov et la nouvelle offre OCS Go concoctée par Orange et HBO, laisseront-ils la firme de Los Gatos conquérir l'Hexagone sans réagir ? Un suspense digne de *Game of Thrones* !

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

[#Enquête#Séries](#)

[Reportages, analyses, enquêtes, débats. Accédez à l'intégralité des contenus du Point >>](#)

A lire aussi



[Hastings : "Côté cinéma, Netflix est excellent partout, sauf en France"](#)

[Échecs critiques, spécificités territoriales, rien ne semble arrêter le géant du streaming. Nous avons tenté de passer au grill son insaisissable patron.](#)

http://www.lepoint.fr/pop-culture/dossiers/dans-l-antre-de-netflix/netflix-boulevard-du-crepuscule-hollywoodien-30-03-2017-2115907_3394.php

[Le Point Pop Dossiers Dans l'antre de Netflix](#)

Netflix, boulevard du crépuscule hollywoodien



Par notre envoyée spéciale à Los Gatos, [Mathilde Cesbron](#)

Modifié le 30/03/2017 à 16:01 - Publié le 30/03/2017 à 11:10 | Le Point.fr

Après les séries, la plateforme lance sa grande offensive pour concurrencer les studios, réformer le modèle de diffusion des films et conquérir le cinéma.

À Los Gatos, on ne parle que de ça : les nouveaux locaux de Netflix sur Sunset Boulevard, la célèbre artère bordée de palmiers qui loge le Tout-Los Angeles. 8500 mètres carrés qui suscitent bien des fantasmes et une grande fierté chez les employés du géant du streaming. Attachés de presse, ingénieurs, vice-présidents des contenus originaux, de l'innovation produit, des séries Marvel..., pas une personne croisée lors de notre visite au siège de la compagnie n'aura manqué de souligner l'existence de Cue, ce gigantesque immeuble inauguré mi-février, surplombé d'une terrasse ombragée tout confort.

« Cue fait partie intégrante de notre stratégie à long terme de créer un bureau et un studio à Hollywood pour attirer les producteurs les plus dynamiques de l'industrie », [annonçait](#) au *LA Times* Victor Coleman, l'un des nombreux cadres exécutifs de la plateforme. « Un bâtiment comme celui-là est une déclaration – de qui vous êtes, de ce en quoi vous croyez et de ce que vous comptez faire. C'est ambitieux, bien sûr, mais surtout magnifiquement fonctionnel », [renchérissait](#) dans les colonnes de *Variety* Ted Sarandos, le numéro 2 de Netflix. Message reçu 5 sur 5. Après avoir investi massivement dans les séries originales, voilà Netflix partie à la conquête du cinéma.

Accélération

Ça a démarré imperceptiblement avec l'acquisition, en 2013, des droits de quatre comédies inédites de l'humoriste Adam Sandler (il fallait bien commencer quelque part !). Puis est venu, en 2015, l'un des premiers longs-métrages produits maison et le tout premier à être diffusé simultanément dans les salles de cinéma américaines et sur la plateforme (alors que le délai pour passer de l'un à l'autre est normalement de quatre-vingt-dix jours aux [États-Unis](#)) : *Beast of No Nation*. Un film de guerre de belle facture qui récolta une nomination aux Golden Globes et remporta un Screen Actors Guild Award du meilleur second rôle.



[Brad Pitt](#) dans War Machine, produit par Netflix © FrancoisDuhamel FrancoisDuhamel

Mais le vrai coup d'accélérateur a été donné ces derniers mois. Netflix s'est offert [Angelina Jolie](#) ([First They Killed My Father](#)) mais aussi Brad Pitt et [Will Smith](#), dont les blockbusters respectifs ([War Machine](#) et [Bright](#)) étaient convoités par les studios traditionnels. Au festival du film indépendant de Sundance, en janvier dernier, le service a acheté les droits d'un nouveau long-métrage, *Mudbound*, un film d'époque plébiscité par les festivaliers et qui sortira pile pour les Oscars l'année prochaine. Signe que la plateforme de SVoD monte en puissance dans l'industrie du cinéma : avec son concurrent Amazon, ils étaient les deux acheteurs les plus prisés du festival.

Je me suis rendu compte que Netflix n'avait pas besoin de rendre l'argent emprunté.

Pourquoi les artistes sont-ils de plus en plus nombreux à choisir Netflix malgré l'accès réduit aux salles de cinéma que cela implique ? Le géant sait y mettre les formes. Il a dépensé environ 12 millions de dollars pour *Beasts of No Nation* là où un studio traditionnel offre en moyenne entre 3 et 5 millions de dollars pour ce genre de petite production indépendante. Avec ses 6 milliards de dollars d'investissement prévus cette année rien que pour la production de contenu original, Netflix prend de court la concurrence en proposant une offre premium, en déroulant des garanties et des conditions royales aux réalisateurs. « Je me suis rendu compte que Netflix n'avait pas besoin de rendre l'argent emprunté comme les studios. Jusqu'à présent, à chacun de mes films, je pensais dans un coin de ma tête *j e ne sais pas comment je vais me débrouiller pour générer suffisamment d'argent pour rembourser le studio* », confiait [Cary Fukunaga](#), le réalisateur de *Beasts of No Nation*.

Le business model de Netflix repose sur les revenus générés par ses abonnements et, contrairement aux autres studios, le box-office en salle n'est pas indispensable à un plan financier. Libérée de la contrainte des recettes traditionnelles, la plateforme laisserait aussi un contrôle créatif très large, voire total, aux réalisateurs (David Fincher avait, par exemple, eu carte blanche pour le pilote de *House of Cards*). Fait de plus en plus rare à Hollywood, surtout pour les petits cinéastes, Fukunaga a eu le final cut sur son long-métrage et a choisi de laisser à l'écran un certain degré de violence que d'autres auraient probablement dû censurer.

Netflix recrute son « Monsieur Cinéma »

Dernière preuve en date de l'offensive musclée que le géant est en train de mener, Netflix vient de recruter son « Monsieur Cinéma ». Scott Stuber, ancien vice-président de la production monde chez Universal, est une figure bien connue à Hollywood. Son rôle : flairer les films prestige (aidé du précieux algorithme de Netflix, bien sûr), qui feront frémir les Oscars, et se réserver les droits de diffusion dans le monde.



Martin Scorsese sera-t-il le prochain à céder aux sirènes de Netflix ? © PATRICK KOVARIK PATRICK KOVARIK / AFP

L'homme chipé à la concurrence a été recruté en mars et son premier coup de filet sera vraisemblablement [le prochain Martin Scorsese](#), *The Irishman*, avec Robert De Niro et Al Pacino. Les négociations sont toujours en cours (car la Paramount est aussi sur le coup), mais, si cette transaction à 100 millions de dollars se concrétise, elle pourrait définitivement propulser Netflix

dans la course aux Oscars. Dans l'immense vitrine à prix des locaux de Los Gatos, qui renferme une dizaine d'Emmy Awards et quelques Golden Globes (pour des séries), il ne manque plus qu'un oscar dans l'une des catégories phares (meilleur film, réalisateur ou acteur/actrice).

Ce que Netflix nous dit, c'est : Regardez, on s'entiche de sujets sérieux. On protège nos réalisateurs et leur vision. On jette de l'argent pour le faire. On est là pour vous, venez chez nous.

Décrocher la flamboyante statuette (comme son rival Amazon cette année avec *Manchester by the Sea*, oscar du meilleur acteur) est une étape cruciale de la stratégie Netflix. L'objectif ? Gagner encore davantage en notoriété et en légitimité. Reed Hastings veut convaincre les artistes qu'il est aussi bon qu'un Harvey Weinstein quand il s'agit de pousser un film dans la lumière. « Ce que Netflix nous dit, c'est : *Regardez, on s'entiche de sujets sérieux. On protège nos réalisateurs et leur vision. On jette de l'argent pour le faire. On est là pour vous.* C'est un jeu vieux comme le monde. Le message est : *Venez chez nous en premier, pas en deuxième ou en troisième. Nous vous protégerons.* C'est une façon pour eux de planter leur drapeau », explique un spécialiste des Oscars. Hastings nous le confirme : « Nous espérons faire aussi bien avec les films qu'avec nos séries originales. L'utilisateur se fiche des Oscars, mais c'est important pour les talents qui vont vouloir venir travailler pour nous. »

Boycotté par les salles

Reste que, pour l'instant, Netflix fait encore figure d'ennemi à abattre à Hollywood. « Les services de streaming sont dangereux... Nous avons peur d'eux », confessait récemment un producteur au [Financial Times](#). Les chaînes de salles de cinéma, dont AMC, la plus importante aux États-Unis, boycottent les films de la plateforme. *Beasts of No Nation* a ainsi été diffusé dans 31 salles seulement. Même sort pour la suite de *Tigre et dragon* d'Ang Lee en février dernier. Les propriétaires de salles de cinéma n'en démordent pas : le fait de sortir simultanément un film au cinéma et en ligne cause du tort à leurs affaires. Ils ne reçoivent pas l'argument de Netflix qui juge cette double diffusion largement profitable au public. « La distribution en salle est une industrie qui perdure et bénéficie aux studios, aux salles et aux spectateurs. La diffusion simultanée (sur une plateforme), quand l'expérience a été menée, réduit à la fois les profits des salles mais aussi ceux des studios », critique Patrick Corcoran, porte-parole de l'Association nationale des propriétaires de salles.

Les salles de cinéma sont en train d'étrangler le business model hollywoodien.



Reed Hastings au siège de Netflix, le 16 mai 2008 à Los Gatos. © Paul Sakuma/AP/SIPA Paul Sakuma/AP/SIPA / AP / Paul Sakuma/AP/SIPA

« Les salles de cinéma sont en train d'étrangler le business model hollywoodien. Il n'y a eu aucune innovation dans l'industrie du cinéma en cinquante ans », a fustigé en retour Reed Hastings, taxant ces dernières d'« oligopoles ». Lors d'une conférence de presse à Los Gatos mi-mars, il se plaignait encore : « Elles (les chaînes de cinéma) ne veulent pas partager avec nous. » Une chose est sûre, Amazon, qui, lui, respecte la chronologie de diffusion traditionnelle, n'a eu aucun mal à faire diffuser *Manchester by the Sea* en salle ni à concourir aux Oscars... *Beasts of No Nation*, pourtant fortement pressenti, n'a reçu aucune nomination. Snobisme calculé ?

Que l'on aime ou non ses manières, difficile pour autant de résister bien longtemps au rouleau compresseur. À l'instar de Canal+ en France, qui s'associe désormais à Netflix [pour la production d'une série](#), nombreuses sont les entreprises américaines qui commencent à céder à la sirène rouge. Il faut dire que, comme l'expose Pascal Lechevallier, patron de l'agence de consulting en nouveaux médias What's Hot, « Netflix n'est pas qu'un voyou qui profite des créations des autres, c'est un acteur qui sait développer une stratégie éditoriale et qui, désormais, écume les festivals pour y acheter les droits de distribution de films. Ils déroulent une stratégie qui, pour les gens de la profession, a un certain bon sens ». Le numéro 1 de la SVoD projette d'ouvrir dans l'année des

locaux supplémentaires à Sunset Boulevard. On voit mal le ciel s'assombrir pour Reed Hastings. Sauf si Apple, Google ou Facebook décidaient de le rejoindre dans sa cour de récré ?

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

Netflix veut vous embaucher comme traducteur de sous-titres



Netflix cherche à uniformiser son service de sous-titrage © Capture d'écran

Par [Bastien Hauguel](#)

Modifié le 05/04/2017 à 17:33 - Publié le 05/04/2017 à 10:59 | Le Point.fr

La plateforme de VOD vient de lancer un test en ligne accessible à tous pour s'adjuger les services d'experts de la traduction. Prêt à postuler ?

Sériephiles bilingues, cette annonce est pour vous ! Soucieux d'offrir à ses utilisateurs une qualité de traduction optimale qui puisse satisfaire toutes les nationalités, Netflix vient de faire appel à sa communauté pour trouver les meilleurs experts en la matière. Pour faire avancer le projet, la plateforme de vidéo à la demande a lancé [HERMES](#), une interface disponible en ligne qui se présente sous la forme d'un test en cinq étapes. Le candidat est soumis à des épreuves présentées sous la forme de QCM. Le but ? Évaluer sa capacité à comprendre l'anglais, à identifier les erreurs de langues, à traduire des expressions dans sa propre langue et, surtout, respecter les contraintes notoires liées au format et au rythme des sous-titres.

Le second objectif d'[HERMES](#) est de mettre sur pied une base de données regroupant tous les professionnels de la traduction pour les médias. Un manque flagrant dans le secteur selon Netflix :³²

« Il n'y a aucune législation professionnelle qui regroupe le nombre total de tous ces professionnels. Par exemple, il existerait entre 100 et 150 traducteurs professionnels anglais-néerlandais. Mais c'est une estimation très anecdotique puisque ce nombre vient d'une étude que nous avons menée lors de notre lancement aux [Pays-Bas](#). Nous ne savons pas combien ils sont réellement », constate le site de streaming [sur son blog](#). Avec HERMES, chaque traducteur sera ainsi référencé sur la plateforme avec un numéro H afin de mieux l'identifier.



NETFLIX

What language(s) can you work into and would like to be tested in? Please check all that apply.

* Currently the test is in English, testing your skills into the following languages:

☐ Arabic	☐ Danish	☐ Hindi	☐ Norwegian	☐ Swedish
☐ Brazilian Portuguese	☐ Dutch	☐ Hungarian	☐ Polish	☐ Portuguese (European)
☐ Bulgarian	☐ Finnish	☐ Indonesian	☐ Romanian	☐ Thai
☐ Castilian Spanish	☐ French (Parisian)	☐ Italian	☐ Russian	☐ Turkish
☐ Simplified Chinese	☐ German	☐ Japanese	☐ Slovak	☐ Vietnamese
☐ Traditional Chinese	☐ Greek	☐ Korean	☐ Spanish (Latin American)	☐ None of the above
☐ Czech	☐ Hebrew	☐ Malaysian		

Are you able to test from a source language (other than English) into another target language? If so, please indicate the language combination(s) here, (ex. Chinese to Korean)

Interface HERMES © Capture d'écran

En produisant des séries de qualité comme *Strangers Things*, *Narcos* ou [Orange is the New Black](#), Netflix a réussi au fil des années à toucher un public diversifié qui s'étale désormais aux quatre coins du globe. Les traducteurs ont ainsi la lourde tâche de satisfaire pleinement des milliers d'utilisateurs qui attendent patiemment les épisodes de leurs séries préférées. Toutefois, cette internationalisation du support et les durées immenses des produits du catalogue proposé rendent la tâche ardue et gargantuesque.

Depuis sa création, Netflix s'offre les services d'organisations externes pour recruter ses traducteurs. Mais cette stratégie ne permet pas d'obtenir une uniformisation qualitative. « Chaque organisation recrute, qualifie et mesure ses traducteurs différemment ; il est donc quasiment impossible pour Netflix de maintenir un standard de qualité à l'échelle de fiabilité que nous demandons pour soutenir notre croissance internationale », affirme le géant du streaming sur son blog. À long terme, Netflix espère ainsi remplacer son mode de fonctionnement actuel par ce dispositif HERMES et s'assurer sa propre autonomie. Mais attention, pour avoir assisté à certaines démonstrations lors de [notre](#)

[reportage à Los Gatos](#), on peut vous dire que le test de recrutement est extrêmement difficile. Être bilingue n'est pas forcément suffisant !

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

[#FlashActu#Séries](#)

13 Reasons Why, Riverdale, Netflix et les "screenagers"



13 Reasons Why, la nouvelle série phénomène de Netflix. © Netflix

PAR MATHILDE CESBRON

Publié le 31/03/2017 à 10:00 | Le Point.fr

Le leader du streaming légal développe depuis deux ans une approche très ciblée vers les adolescents et les jeunes adultes, son public privilégié.

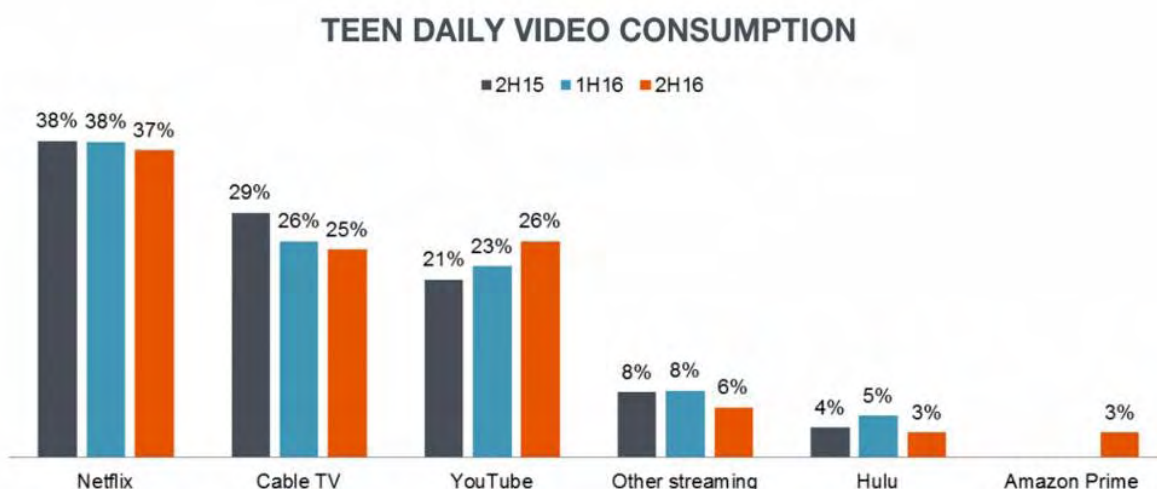
Stranger Things, *Riverdale* et maintenant *13 Reasons Why*... Attention, Netflix en veut à nos ados ! En l'espace de quelques mois, la plateforme de vidéo à la demande par abonnement (SVOD) a lancé trois séries originales visant en priorité ce que les Anglo-Saxons appellent les « teens » (les 13 à 18 ans) et les « tweens », (les jeunes adultes qui viennent d'entrer dans la vingtaine). L'objectif ? En faire de véritables « screenagers » (contraction de *screen*, écran, et *teenager*, adolescent ! Outre ces trois lancements, le service met à disposition de ce public sérievore d'anciens feuilletons populaires dont il a racheté les droits de diffusion : *Vampire Diaries*, *Pretty Little Liars*, *Gossip Girl*, *Skins*, *Jane the Virgin*, *Teen Wolf*... La liste est très longue ! Bref, tout est fait pour que le « teen » en question passe le plus clair de son temps sur Netflix.

13 Reasons Why, qui est diffusée à partir de ce vendredi, doit être le fer de lance de cette stratégie ciblée mise en place depuis maintenant deux ans par le leader de la SVOD. Produite par Selena Gomez, une ancienne égérie Disney Channel, elle représente un pari audacieux par sa tonalité et son sujet : le suicide chez les adolescents. On y voit une jeune fille d'une petite ville des États-Unis, a priori heureuse et sans histoires, mettre fin à ses jours en laissant treize cassettes audio qui racontent les treize raisons pour lesquelles elle a commis ce geste. Applaudie par la critique, *13 Reasons Why* trouve le moyen de traiter sérieusement les questions qu'elle aborde, tout en reprenant habilement les codes du "teen drama". Un peu comme son prédécesseur, Riverdale, qui se débrouille pour mixer *Gossip Girl*, *Dawson* et *Twin Peaks* !

Dans sa conquête du monde, l'Alexandre le Grand du numérique compte bien devenir le principal hub du divertissement pour la génération des millenials et post-millenials. Et de se poser en défenseur de la qualité en matière de programmes teen : « Dans le monde de la vidéo à la demande, les bonnes séries et films pour adolescents avec un bon scénario sont rares », expliquait au New York Times Erik Barmack, vice-président des programmes indépendants chez Netflix. « C'est à la fois un défi et une opportunité. Notre but est de proposer un contenu aussi large que l'expérience humaine. » Le service compte ravir à ses concurrents, YouTube, MTV ou Disney Channel, cette terre adolescente trop longtemps négligée. L'année dernière, Netflix a ainsi misé sur un programme avec pour héroïne l'humoriste youtubeuse adulée Miranda Sings et un autre avec le jeune Dallas Cameron, devenu star des réseaux sociaux grâce à ses "vines" (les courtes vidéos de Twitter).

Netflix préféré à Youtube

Les efforts auront payé puisque la plateforme de Reed Hastings a déjà remporté le concours de popularité. Selon une étude parue en octobre 2016, Netflix dépasse la télévision câblée classique (25 %) et s'impose comme le service vidéo préféré des ados aux États-Unis, devant YouTube (37 % contre 26 %). Un autre sondage, réalisé en mars 2016 sur les 13-24 ans (aux États-Unis toujours), indique que les teens et tweens sont 51 % à déclarer ne pas pouvoir vivre sans Netflix.



La société bordelaise Dynvibe, experte en veille stratégique sur les médias sociaux, nous explique que la firme de Los Gatos est LA « chaîne » des 15-18 ans, cœur de cible à s'exprimer sur les agora virtuels : « Netflix a un impact irréversible sur la consommation audiovisuelle de cette génération pour qui la télé classique n'existe quasiment plus », indique Isabelle Tronchet, analyste chez Dynvibe. « Délivrés de la contrainte de la pub et grâce à la portabilité du service, les ados sont libres de consommer sur Netflix ce qu'ils veulent, quand ils veulent, où ils veulent. »

Génération N ?

Bref, Netflix est en passe de devenir une addiction chez les jeunes, alimentée par le « binge watching », cette pratique qui consiste à visionner plusieurs épisodes à la suite, grâce à la mise en ligne de saisons intégrales. En Amérique, 90 % des 20-33 ans s'adonnent au binge watching et 87 % des 14-19 ans consomment en moyenne six épisodes d'affilée. En France, les chiffres sont moins élevés mais tout de même : chez les 15-24 ans, 90 % des amateurs de fictions tricolores consomment au moins deux épisodes d'affilée, 59 % en alignent trois. « Le temps de trajet en transports en commun n'a plus d'importance tant qu'ils peuvent le meubler en regardant leurs séries », souligne Isabelle Tronchet. La génération Z, celle des natifs post-2000, a de plus en plus des allures de générations N.



Cette année, Netflix a également produit une autre série pour adolescents, Riverdale, où le meurtre d'un lycéen vient perturber les petites intrigues de l'école. © Diyah Pera Diyah Pera / The CW Network

Pendant ce temps, la télévision traditionnelle encaisse les coups. Pour ne citer qu'un exemple, MTV, jadis chaîne par excellence des adolescents, a encaissé une baisse de 17 % de son audimat aux États-Unis au second trimestre de 2016. « C'est une transformation des médias. Mais je suis convaincu que peu de monde le comprend vraiment », explique au *New York Times* David B. Pakman, qui étudie le comportement des adolescents vis-à-vis des médias.

Netflix, lui, l'a bien compris et accentue l'offre familiale à la fois pour créer de nouvelles générations d'abonnés mais aussi pour attirer les abonnements des parents qui s'appuient sur l'avis de leurs enfants. « 40 % des familles affirment regarder ensemble des séries et des films en tout genre, chaque jour de la semaine », révèle [Business Insider](#). Le rêve de l'ogre du streaming ? Produire le *Harry Potter*, le *Hunger Games* ou le *Game of Thrones* de la télévision par Internet. Ce qui finira bien par arriver.

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

Le Point Pop_Séries

Derrière votre écran, comment fonctionne Netflix ?



Que se passe-t-il quand vous cliquez sur votre série préférée ? Toute une machinerie se met en route dans le "cloud"... © BERND VON JUTRCZENKA / DPA Picture-Alliance/AFP/ BERND VON JUTRCZENKA

PAR GUERRIC PONCET

Modifié le 03/04/2017 à 14:56 - Publié le 03/04/2017 à 12:28 | Le Point.fr

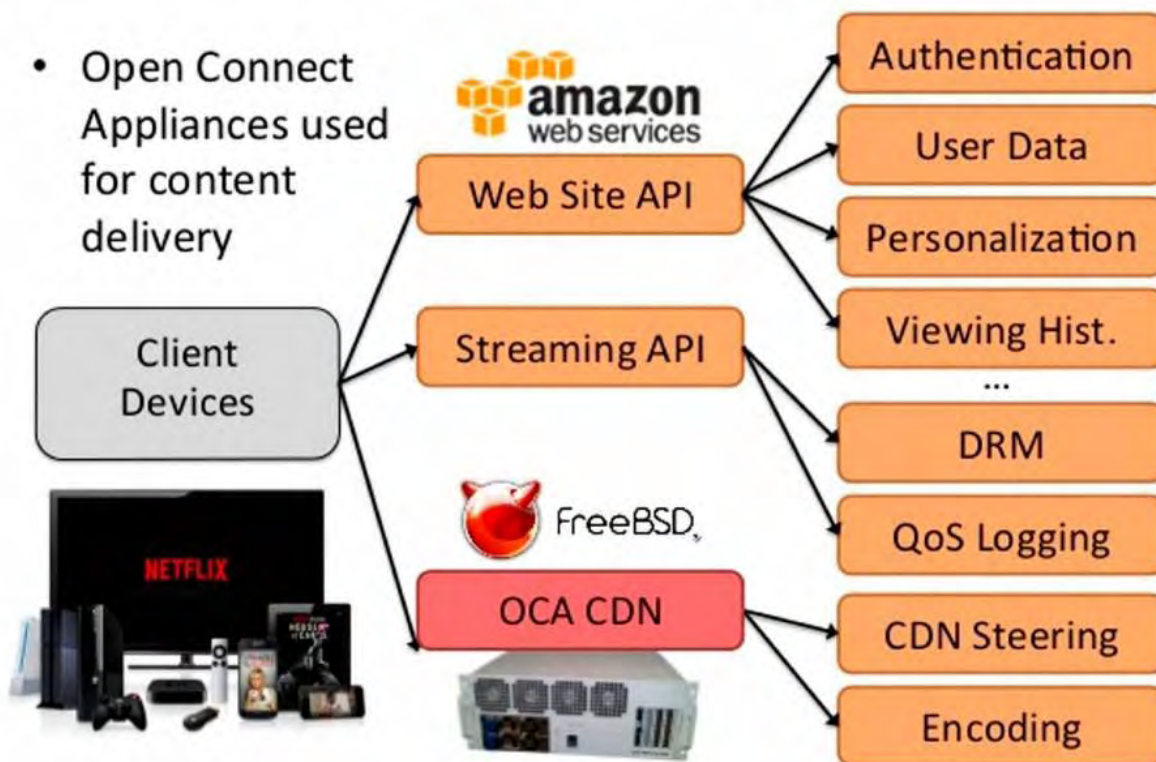
Le service de vidéo à la demande s'associe aux fournisseurs d'accès et à Amazon Web Services pour optimiser une infrastructure monumentale.

Le client n'y voit que du feu, et pourtant, derrière son écran, toute une machinerie s'active pour lui délivrer son film ou sa série. Netflix, le géant mondial de la vidéo à la demande par abonnement (SVOD) avec 93,8 millions d'abonnés (il vise 100 millions ce printemps), a déployé son propre réseau Open Connect directement chez les opérateurs, afin de placer les contenus au plus près des abonnés. Concrètement, cela signifie que les milliers de films, séries ou documentaires sont dupliqués et hébergés sur des serveurs Open Connect partout dans le monde. La plateforme de vidéos gratuites de Google, YouTube, dispose d'un système équivalent pour répliquer les vidéos les plus regardées.

Sur Netflix, il n'est pas rare que des millions d'abonnés soient connectés en même temps, et que la charge grimpe en un instant, le défi est donc de taille. En janvier 2016, Netflix diffusait 125 millions d'heures de vidéo par jour, alors qu'il ne comptait « que » 75 millions d'abonnés. « Les heures de pointe sont en général proches de celles de la TV classique, essentiellement le prime time », nous explique un porte-parole de Netflix. Petite différence toutefois avec l'écran « à l'ancienne » : en fin de semaine, les abonnés ont tendance à regarder massivement des séries (« binge-watching »), le dimanche soir étant « le moment le plus chargé ».

Un flux pour chaque abonné

Netflix Services



© Netflix

À chaque fois qu'un abonné de Netflix demande à visionner une vidéo, le serveur le plus proche la lui envoie en direct (en streaming), pour peu qu'il dispose bien de la version linguistique demandée. Chaque internaute génère un flux propre de données, à l'inverse de la diffusion TV hertzienne où le même flux est utilisé par tous. Avec la généralisation de la haute définition, les flux internet sont encore plus importants pour chaque utilisateur, le poids des fichiers augmentant considérablement avec la qualité de l'image et, dans une moindre mesure, du son.

Même si les heures de pointe n'ont pas lieu au même instant partout dans le monde, il est impossible de jouer avec les fuseaux horaires, par exemple pour qu'un serveur en Europe desserve les États-Unis pendant la nuit. Et ce pour une raison simple : chaque centre de données dessert une zone géographique précise, pour éviter un temps de latence trop élevé et des encombrements sur les câbles sous-marins intercontinentaux. C'est bien pour cela que Netflix est obligé de s'installer₂

directement chez les opérateurs : plus le contenu est proche de l'abonné, moins il doit parcourir de chemin et passer de « péages » (les interconnexions entre opérateurs sont parfois payantes). En France, Netflix nous confie qu'il dispose de « plusieurs douzaines de serveurs Open Connect à Paris, plus quelques autres en régions ».

Quand la machine s'enraye...



netflix avait été victime d'une panne en octobre 2016 après une cyber-attaque. © Capture d'écran Netflix

Ce fonctionnement décentralisé est très pratique, souple et relativement résilient (un serveur proche peut prendre la relève d'un autre qui tomberait en panne, s'il n'est pas déjà à pleine charge). Mais ce modèle peut aussi se retourner contre Netflix. Lorsque [l'Internet occidental a été touché par une cyberattaque majeure en octobre 2016](#), Netflix a été indisponible plusieurs heures parce qu'il utilisait des prestataires touchés par l'attaque. Et si un bug ou une mise à jour entraîne des redémarrages de services, même problème : les clients grondent, car ils ne peuvent pas lancer le dernier épisode de leur série favorite pile au moment où le livreur arrive avec les plateaux de sushis.

Une fois que la machine s'enraye, il faut du temps pour la redresser : comme lors d'une coupure d'eau ou d'électricité, tous les abonnés veulent utiliser le service à pleine charge dès qu'il est de nouveau disponible, entraînant des pics de consommation qui ne facilitent pas le retour à la normale.

À l'inverse des contenus vidéo, pour ses bases de données client ou son site internet, Netflix s'appuie à 100 % sur le réseau d'Amazon Web Services (AWS), la filiale « cloud » du géant américain de la vente en ligne. Cette démarche est relativement paradoxale, dans la mesure où les données les plus sensibles de l'entreprise sont confiées à un tiers, alors que les serveurs administrés par les équipes propres de Netflix se cantonnent à la diffusion des vidéos.

Consultez notre dossier : [Dans l'antre de Netflix](#)

http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/18/la-concurrence-s-intensifie-dans-le-streaming-video_5202481_3234.html

La concurrence s'intensifie dans le streaming vidéo

Netflix continue de dominer le secteur, mais les rivaux et les nouveaux entrants n'ont pas dit leur dernier mot.

LE MONDE ECONOMIE | 18.10.2017 à 09h54 • Mis à jour le 18.10.2017 à 10h33 | Par Jérôme Marin (San Francisco, correspondance)

image: http://img.lemde.fr/2017/10/18/0/0/545/768/534/0/60/0/7c12d9d_8747-ogndz5.gm7ufk1emi.jpg

Le PDG d'Hulu, Mike Hopkins et sa femme, Sheri, après avoir remporté un Emmy Award, le 17 septembre, à Los Angeles, dans la catégorie « meilleure série », pour « The Handmaid's Tale ». VIVIEN KILLILEA / AFP

En attirant 5,3 millions d'abonnés supplémentaires au troisième trimestre, Netflix confirme que son succès ne se dément pas. La plate-forme américaine de streaming vidéo compte désormais près de 110 millions de clients dans [le monde](#), dont plus de 1,5 million en [France](#). Et, à Wall Street, son action frôle son plus haut niveau historique. Pourtant, Netflix fait face à une intensification de la concurrence, en particulier aux Etats-Unis. Sûre de sa force, la société a annoncé, début octobre, une hausse de ses prix, portant son principal abonnement, qui permet de [regarder](#) deux programmes simultanément, à 11 dollars ou 11 euros, contre 10 actuellement.

Lire aussi : [Netflix, le nouveau nabab d'Hollywood](#)

Cette augmentation doit lui [permettre](#) d'accroître ses dépenses dans les contenus, tout en maintenant ses marges. L'entreprise prévoit de [dépenser](#) entre 7 milliards et

8 milliards de dollars en 2018 (entre 6 milliards et 6,8 milliards d'euros), contre 6 milliards en 2017, pour [acquérir](#) des droits de diffusion et, surtout, pour [financer](#) ses propres films, séries, documentaires et émissions. « *Notre futur dépend principalement de nos contenus originaux* », prédit Reed Hastings, son fondateur et patron, faisant le pari que les prix ne joueront pas un rôle important face à la richesse du catalogue.

Changement de stratégie

Lire aussi : [Au Canada, la « taxe Netflix » n'aura pas lieu](#)

Mais l'américain Hulu cherche à [capitaliser](#) sur le choix de son rival, en ôtant 1 dollar à son abonnement de base, désormais fixé à 6 dollars par mois. Depuis le printemps, la plate-forme a retrouvé des ambitions, portée par le succès de sa série « The Handmaid's Tale », qui lui a permis de [doubler](#) son rythme de recrutement d'abonnés. Mi-septembre, Hulu est devenu le premier service de streaming à [remporter](#) un Emmy dans la catégorie « meilleure série ».

Lire aussi : [Le PDG de HBO : « Nous n'essayons pas d'être Netflix ou Amazon »](#)

S'il n'a pas encore réussi à véritablement [concurrencer](#) Netflix, [Amazon](#) ne baisse également pas les bras. Le géant du commerce en ligne vient de [changer](#) de stratégie, mettant l'accent sur des programmes plus grand public, capables de [faire](#) le buzz, comme certaines séries de Netflix ou de HBO. Dans un futur proche, deux nouveaux compétiteurs se dresseront devant Netflix. Début août, Disney a annoncé qu'il ne renouvellerait pas le partenariat qui le lie à la plate-forme jusqu'à la fin de 2018. A la place, il prévoit de [lancer](#) un service concurrent, alimenté par son gigantesque catalogue de films, de dessins animés et de séries. Le 10 octobre, [Apple](#) a signé un contrat avec l'une des [sociétés](#) de Steven Spielberg pour [produire](#) une nouvelle version de sa série de science-fiction « Histoires fantastiques ». Une première étape, estiment les observateurs, vers le lancement d'une offre de streaming.

En savoir plus sur http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/18/la-concurrence-s-intensifie-dans-le-streaming-video_5202481_3234.html#QkB6PHZWfTvvdCj.99

- <https://www.numerama.com/pop-culture/133992-netflix-va-produire-deux-fois-plus-de-series-originales-en-2016.html>

Netflix veut produire 31 séries originales en 2016

• [Julien Cadot](#) - 08 décembre 2015

Netflix souhaite renforcer sa production originale de contenu en 2016, pour proposer jusqu'à 31 séries tout au long de l'année.

Quand nous avons rencontré le responsable de l'innovation chez Netflix, il nous avait confirmé que l'ambition de la chaîne, à termes, c'était de pouvoir fournir une saison d'une série originale par semaine à ses clients. Pour arriver à cela et garder une qualité constante sur ses productions, Netflix mise beaucoup sur l'international et souhaite produire des séries locales qui seront diffusées dans tous les pays qui ont un accès à la plateforme de streaming.

Cette année, Netflix a sorti 16 séries originales et compte en produire 31 l'année prochaine. Cela laisse encore une marge pour arriver à une sortie hebdo, mais c'est déjà pas mal, d'autant que la chaîne s'est aussi renforcée sur les autres contenus : une douzaine de documentaires d'excellente qualité sont sortis l'an passée et une dizaine de one man show. Pour 2016, Netflix souhaite avoir en plus une 10 films originaux et 30 séries pour enfants, qui font partie de leur stratégie.

Ted Sarandos, responsable du contenu chez Netflix qui s'est exprimé hier sur ces sujets a affirmé qu'il « *ne savait pas si c'était plus dur que ce qu'il estimait, mais que le chemin n'était clairement pas balisé.* » En cause, un changement majeur dans la distribution : les studios avec lesquels Netflix travaille ont l'habitude de vendre les droits de leurs productions au niveau régional. Pour Netflix, seules des licences internationales ont du sens puisqu'ils sont présents dans 80 pays et souhaitent mettre leurs productions à disposition de leurs clients de manière simultanée.

« **CE CONTENU ORIGINAL RESTE LA CLEF DE LA CROISSANCE POUR NETFLIX** »

Et ce contenu original reste la clef de leur croissance : aujourd'hui, Netflix est dans une phase difficile dans certains pays, France incluse, puisque la compagnie a renoncé à devenir une bibliothèque et s'est donc débarrassée de pas mal de films qu'elle ne possédait pas tout en n'ayant peut-être pas encore suffisamment de stock avec ses propres productions. 2016 devrait corriger cela.

WHO'S WHO

NETFLIX
Plateforme de SVoD
TV DU FUTUR

- BUSINESS

LIRE LA FICHE

- NETFLIX
- STREAMING

Netflix : séries, binge watching... Le bilan 2017 !

Publié le 11 déc. 2017 à 12h17

[Stéphanie Fuzeau](#)

Stranger Things : quelles sont les références de la série ?

Séries les plus binge watchées, binge racées, jour où Netflix a été le plus regardé... Découvrez le premier bilan 2017 de la plateforme du géant américain.

2017 tire sur sa fin. L'occasion pour chacun de tirer le bilan de l'année écoulée. C'est ce qu'a fait **Netflix**. Combien de séries les abonnés ont-ils regardé ? Combien d'heures cela représente-t-il ? Quelles sont les séries les plus populaires ? Réponse avec la rétrospective **Netflix**.

Les chiffres font tourner la tête. En 2017, les abonnés **Netflix** ont regardé plus de 140 millions d'heures de contenu chaque jour dans le monde. Cela équivaut tout de même à plus d'un milliard d'heures de contenu par semaine !

Le catalogue **Netflix** regorge de séries. Mais pas que... Cette année, un abonné a visionné en moyenne 60 films sur la plateforme en ligne. Dans la liste des pays accros à la plateforme du géant américain, la palme revient au Mexique. Quant au jour où les abonnées ont le plus *binge watché* dans le monde, c'est le 1er janvier 2017. Quoi de mieux en effet que de rester allongé sous la couette toute la journée devant la télé ou l'ordi, autrement dit de *Netflix and Chill*, après avoir festoyé et enflammé le *Dance Floor* toute la nuit ? En France, c'est le dimanche 29 octobre que Netflix a été le plus regardé. Une affluence sans doute due à la sortie deux jours plus tôt de la saison 2 de ***Stranger Things***.

>>> [Stranger Things \(Netflix\) : date, intrigues, casting... toutes les infos sur la saison 3](#)

Netflix a beaucoup été regardé en 2017. Mais quels sont les comportements des abonnés ? En 2017 le mort d'ordre semble avoir été : toujours plus vite. A son arrivée, **Netflix** nous avait fait découvrir le Binge Watching [*Regarder une série dans son intégralité sans avoir à attendre la diffusion d'un épisode chaque semaine*], cette année place au Binge Racing [*Binge Watcher une série dans un temps le plus court*]

possible]. Et à ce classement, c'est la série *Defenders* de Marvel qui occupe la première marche du podium, devant *The Seven Deadly Sins* et *Santa Clarita Diet*. *Marseille* est un surprenant quatrième.

Séries les plus binge racées en 2017

1. ***Marvel's The Defenders***
2. ***The Seven Deadly Sins***
3. ***Santa Clarita Diet***
4. ***Marseille***
5. ***Chewing Gum***
6. ***Gilmore Girls : Une nouvelle année***
7. ***Atypical***
8. ***Stranger Things***
9. ***Friends from college***
10. ***Orphan Black***

**Basé sur plus de 60 000 réponses d'abonnés Netflix du 24 au 30 octobre 2017.*

Sondage incluant de nouveaux shows ou des lancements de nouvelles saisons de série originales Netflix, du 1er novembre 2016 au 1er novembre 2017.

<http://mashable.france24.com/divertissement/20180123-bilan-chiffres-2017-netflix-previsions-2018>

avec [France 24 : L'actualité internationale 24h / 24](#)

Les chiffres à retenir de l'impressionnant bilan de Netflix en 2017



DAVID PAUL MORRIS/BLOOMBERG VIA GETTY IMAGES



PAR LOUISE WESSBECHER

23 JANVIER 2018

Qu'on se le dise, Netflix vient de vivre le meilleur trimestre de toute son histoire jusqu'ici, tant en terme de nombre d'abonnés que de sa capitalisation en bourse.

Netflix a publié lundi 22 janvier, à l'attention de ses actionnaires, le [bilan du quatrième trimestre de l'année 2017 et ses projections pour le début de l'année 2018](#). On a sélectionné les chiffres les plus impressionnants à retenir de la croissance exponentielle de ce géant de l'industrie culturelle qui n'était, il y a 20 ans, qu'un service de location de DVD :

- **117 millions d'abonnés**

Le nombre d'abonnés de la plateforme est sans doute le chiffre le plus fort de ce bilan. Netflix a terminé l'année avec 117 millions d'abonnés, parmi lesquels 54 millions aux États-Unis et surtout 63 millions à l'international. Un total qui a largement dépassé les prévisions des analystes – et qui devrait poursuivre sa progression alors que le service de SVOD est désormais présent dans 190 pays. Netflix prévoit de passer le cap des 120 millions d'abonnés au cours du premier trimestre 2018.

VOIR AUSSI : [Si vous saviez tout ce que fait Netflix pour que vous regardiez "Stranger Things"](#)

L'augmentation du prix des abonnements acté à l'automne dernier n'aura donc pas découragé les intéressés. Le pouvoir d'attractivité des "phénomènes 'The Crown', 'Black Mirror' et '[Stranger Things](#)'" mais aussi des nouveautés "[The Punisher](#)" et "Mindhunter" a fait ses preuves, analyse Netflix. "Pour la deuxième année consécutive, Netflix occupe trois places du top 5 des séries les plus recherchées dans le monde."

- **11 milliards de chiffre d'affaires**

Forcément, l'arrivée de tous ces nouveaux abonnés sur la plateforme, qui y passent aussi de plus en plus de temps, dope les investissements et les profits de Netflix. "En 2017, nous avons augmenté nos revenus de 36% pour atteindre un chiffre d'affaires de 11 milliards de dollars (...) clôturant pour la première fois avec une contribution positive annuelle de l'international aux résultats", précise le document fourni aux actionnaires.

Au global, le bénéfice net de Netflix a triplé par rapport à 2016, atteignant les 559 millions de dollars. "Notre stratégie, c'est grosso modo de réinvestir tous nos bénéfices aux États-Unis pour financer notre expansion internationale", a spécifié Reed Hastings lors d'une [interview](#) accompagnant la publication de ce bilan.

- **100 milliards de dollars de valeur en bourse**

Un engouement populaire et des résultats plus que satisfaisants : il n'en fallait pas plus pour que la capitalisation boursière de Netflix dépasse, brièvement mais pour la première fois de son histoire, les 100 milliards de dollars, dans la nuit de lundi à mardi, précise l'AFP. Depuis environ un an, le prix des actions n'a pas cessé de grimper : aujourd'hui une action de Netflix vaut autour de 230 dollars alors qu'elle n'en valait que 130 dollars en janvier 2017, comme le montre ce graphique réalisé par [TechCrunch](#).

- **8 milliards d'investissement pour les contenus**

Mais ces très bons résultats n'ont pas que pour effet de remplir le compte en banque de Reed Hastings et de ses actionnaires. "Avec une augmentation plus importante que prévue de notre nombre d'abonnés (entraînant plus de revenus), nous prévoyons désormais de dépenser entre 7,5 et 8 milliards de dollars pour les contenus en 2018", rapporte le document. Ce montant record d'investissements englobe l'acquisition ainsi que la production de contenus originaux que Netflix veut de plus en plus diversifiée pour sa cible internationale.

Et 1,3 milliard pour la recherche et développement

Après les succès de ["Dark" \(Allemagne\)](#), ["Suburra" \(Italie\)](#) ou ["The Day I Met El Chapo" \(Mexique\)](#), "plus de 30 séries originales internationales verront le jour, avec des projets en France, en Pologne, en Inde, en Corée et au Japon". Face à son "important et grandissant pourcentage d'abonnés en Europe", Netflix vient d'ailleurs d'intégrer le Français Rodolphe Belmer, ancien PDG de Canal+, à son conseil d'administration.

Bien-sûr chez Netflix, l'investissement dans la production et l'acquisition de contenus ne va pas sans un investissement marketing : "Nous voulons du bon contenu, et nous voulons le budget pour en faire des grands succès". La plateforme prévoit notamment d'investir environ 1,3 milliard de dollars en recherche et développement, de quoi optimiser encore un peu plus [ses analyses de data](#) et son pouvoir de recommandation.

MOTS-CLÉS : [NETFLIX](#), [STREAMING](#), [CINÉMA](#), [TÉLÉVISION](#), [ÉCONOMIE](#), [CULTURE](#)

Voir aussi sur Mashable avec France 24



Audacieux, Netflix atteint un nouveau record d'abonnés

- Par [Pierre-Yves Dugua](#)
- Mis à jour le 23/01/2018 à 08:24
- Publié le 22/01/2018 à 23:49

Le pionnier du streaming va investir huit milliards de dollars dans de nouvelles productions cette année.

Netflix fait recette. Une fois de plus, les analystes ont sous-estimé l'attrait du public pour les programmes originaux offerts par le leader de la vidéo à la demande. Les résultats de la firme de Los Gatos (Californie) pour le quatrième trimestre, annoncés lundi soir après la clôture, pulvérisent les anticipations.

» LIRE AUSSI - Netflix confirme sa croissance phénoménale

Le pionnier du streaming a recruté 8,33 millions d'abonnés de plus au cours des trois derniers mois de l'année 2017. C'est deux millions de plus que prévu. Désormais, Netflix se targue de disposer de 117,6 millions de clients dans le monde. 2017 marque sa meilleure année en termes de recrutement de nouveaux clients.

Même sur son marché d'origine, les États-Unis, a priori le plus proche de la saturation, la croissance est encore honorable. Netflix a presque décroché deux millions d'abonnés supplémentaires, ce qui représente un total de plus de 54 millions. Ce succès est indiscutablement lié à la lassitude d'un nombre croissant d'Américains pour les bouquets des chaînes câblées dont les tarifs ne cessent de grimper. C'est aussi le résultat de l'offre de programmes de haute qualité, sans publicité, alors que les réseaux traditionnels continuent de produire des séries et émissions de télé-réalité nettement moins fédératrices.

Le titre bondit à Wall Street

À l'international, Netflix explose avec 6,36 millions d'abonnés supplémentaires en trois mois, soit un peu plus que les cinq millions attendus par les experts. Consciente du fait que l'avenir de Netflix se situe dans sa capacité à séduire les publics de la planète entière, et pas simplement ceux qui s'intéressent à la culture américaine, l'entreprise californienne va augmenter son offre de séries en langues autres que l'anglais. 30 nouvelles sont attendues en 2018.

» LIRE AUSSI - Netflix affiche d'insolentes performances à l'international

À l'image d'Amazon qui fait passer la rentabilité au second rang, en misant d'abord sur la croissance de ses parts de marché, Netflix dégage des bénéfices modestes et consomme énormément de liquidités. Son chiffre d'affaires trimestriel grimpe ainsi d'un tiers pour atteindre 3,29 milliards de dollars, mais ses profits ne sont que de 185,5 millions de dollars. Pour autant, cela représente un triplement des bénéfices par rapport à l'exercice 2016.

Wall Street est ravi de cette audace. Le cours de Netflix, sur le marché de gré à gré après la clôture du Nasdaq, a bondi de 9,8% lundi soir. Depuis le début de l'année, l'action a décollé de 19%. La capitalisation de Netflix atteint pratiquement 100 milliards de dollars, soit quatre fois celle de CBS, le réseau télévisé le plus regardé des États-Unis, et 25% de plus que celle de Time Warner, leader mondial de communication.

La rédaction vous conseille

- [Netflix dépasse les 100 millions d'abonnés](#)
- [L'ogre Netflix engrange toujours plus d'abonnés](#)

Les cours des valeurs sur Figaro Bourse

NETFLIX

325,18\$ **+1,59%**

- [Cours& graphique](#)
- [Dernières actus boursières](#)
- [Données financières](#)

Pierre-Yves Dugua

Auteur - [Sa biographie](#)

[Suivre](#)

Avec 70 millions d'abonnés, Netflix poursuit sa folle évolution

Par [Kevin Hottot](#)

le mercredi 27 janvier 2016 à 17:30

Netflix a présenté cette semaine ses résultats pour le quatrième trimestre. Le géant américain de la SVOD est toujours en pleine forme et vient de passer le cap des 70 millions d'abonnés payants dans le monde. Présent dans le monde entier, il vise désormais la place de premier service vidéo payant mondialisé.

Les affaires vont plutôt bien pour Netflix cette année. Ses activités n'ont cessé de croître et les bénéfices, bien que maigres, sont toujours au rendez-vous. De plus, avec l'ouverture du service dans 190 pays (à l'exception notable de la Chine), les perspectives sont plutôt encourageantes pour l'entreprise.

70 millions d'abonnés, et moi et moi et moi ?

Avant de rentrer dans le dur côté financier, il convient de noter que cette année, Netflix a enregistré une forte croissance de son nombre d'abonnés payants. Celui-ci est passé de 54,5 millions fin 2014 à 70,8 millions au 31 décembre 2015, soit une progression de 30 % en 12 mois.

Cette hausse, Netflix la doit un peu au marché américain, où il compte désormais 43,4 millions de clients, contre 37,7 millions un an plus tôt, mais surtout à l'international où le service rencontre de plus en plus de succès. 10,6 millions de nouveaux clients hors États-Unis sont ainsi venus rejoindre le géant de la SVOD l'an passé. Une performance plus qu'honorable.

6,7 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel

Mécaniquement, avec une telle progression du nombre d'abonnés, le chiffre d'affaires de l'entreprise suit la même courbe. Au dernier trimestre, les revenus de Netflix s'élevaient donc à 1,82 milliard de dollars, contre 1,48 milliard un an plus tôt, soit une hausse de 23 %. Le bénéfice net s'élève quant à lui à 43 millions de dollars, contre 83 millions au quatrième trimestre de 2014, se réduisant approximativement de moitié.

Sur l'ensemble de l'année, la variation est du même ordre de grandeur. En 2014, Netflix enregistrait un chiffre d'affaires de 5,50 milliards de dollars, pour un bénéfice net de 267 millions de dollars.

Cette année, les revenus ont grimpé à 6,78 milliards de dollars (+ 23 %) tandis que les bénéfices ont fondu à 123 millions de dollars (- 54 %).

Principale cause de cette réduction des profits, l'extension à l'international de la société. Si les revenus de la SVOD aux États-Unis permettent à la société de dégager de coquets bénéfices opérationnels (1,375 milliard de dollars l'an passé), en dehors de chez l'Oncle Sam, c'est un peu plus compliqué.

Les opérations internationales de Netflix affichent en effet des pertes opérationnelles de 333 millions de dollars en 2015, deux fois plus élevées qu'en 2014. Mais les résultats sont là : [le service est présent dans pas moins de 190 pays](#).

Un service mondialisé qui doit (pour le moment) faire respecter des frontières

De quoi en faire un service mondialisé, capable de financer des contenus partout dans le monde, et de les diffuser partout dans le monde. Si les séries, les spectacles et les documentaires sont pour le moment le gros de la production maison, rien n'empêchera le géant de chercher à proposer des contenus qui ont un peu plus « l'aspect TV » afin de concurrencer directement le petit écran.

Devra-t-on s'attendre à des talk-show ou à des jeux sur [Netflix](#) ? L'avenir nous le dira. Pour le moment, l'urgence est ailleurs : la gestion des frontières. Car dans la gestion de ses contrats, le service de SVOD doit encore faire avec les règles qui lui sont imposées et avoir un catalogue différent dans chaque pays.

Cela implique aussi de respecter les engagements vis-à-vis des ayants droit, et donc de faire respecter ces « frontières ». Ainsi, si le partage d'un compte entre plusieurs personnes ne pose pour le moment pas de problème, ce n'est pas le cas de ceux qui utilisent des VPN ou d'autres solutions pour accéder au catalogue d'autres pays.

Quand ceux-ci étaient encore en nombre limité, cela ne constituait sans doute pas une réelle menace. Mais avec l'industrialisation permise par certains et des services comme Smartflix, [Netflix](#) ne pouvait sans doute pas rester sans réagir. Il a donc été décidé que la chasse aux utilisateurs de VPN allait être faite.

Les solutions seront sans doute complexes à mettre en place et les cas de faux positifs vont sans doute se multiplier. Cela [a déjà fait réagir](#) les éditeurs de solutions de VPN. Il faut dire qu'ils pourraient perdre une manne financière importante si l'accès à [Netflix](#) venait à être coupé à leurs clients.

Reste qu'il sera sans doute facile de contourner le problème, et [Netflix](#) pourrait, comme d'autres, décider d'appliquer le catalogue en fonction de la nationalité du compte et de la carte bancaire utilisée. Mais à terme, la solution est sans doute de négocier un droit de diffusion mondial pour une

bonne partie de ses contenus, vidant au passage d'autant le potentiel des chaînes locales de s'approvisionner en séries et autres documentaires.

6 milliards de dollars pour les contenus en 2016 : rien de neuf sous le soleil

Lors du CES, Netflix a d'ailleurs fait savoir au monde que l'entreprise comptait dépenser 6 milliards de dollars pour l'acquisition de contenus en 2016. Présentée telle qu'elle la nouvelle pouvait laisser entendre que le géant de la SVOD allait accélérer ses investissements dans ce domaine, en pratique cela n'est pas vraiment le cas.

Comme nous le notions lors des résultats du trimestre précédent, l'entreprise a déjà mis un grand coup de collier de ce côté-là en 2015. En effet, sur l'ensemble de l'année, Netflix a déboursé très exactement 5,772 milliards de dollars pour ses « *ajouts de contenus pour le streaming* », soit 1,999 milliard de plus qu'en 2014. En d'autres termes, Netflix a déjà fait les efforts nécessaires cette année, il ne lui reste plus qu'à maintenir ce cap, tout en laissant sa base d'abonnés grandir.

Il reste cependant à voir si ces investissements qui étaient suffisants pour convenir aux besoins d'un nombre relativement restreint de marchés, permettront d'en faire autant avec 190 pays aux habitudes de consommations parfois très différentes. Réponse dans les prochains trimestres. Mais comme le précise Ted Sarandos, le responsable des contenus de Netflix : « *Plus on propose de contenus différents, plus on a de chances de tomber sur quelque chose d'indispensable à quelqu'un, qui devient alors susceptible de s'abonner* ».

Time Warner Cable aimerait couper le robinet des contenus

Lors d'une entrevue organisée avec un journaliste de Re/Code et un analyste de Morgan Stanley en marge de la présentation des résultats, la direction de Netflix a fait savoir que la nature des investissements dans les contenus variera, afin de se tourner de plus en plus vers des programmes originaux produits par l'entreprise. Un choix en partie dicté par le fait que certains grands producteurs de contenus ont de moins en moins envie de faire affaire avec le géant de la SVOD, Time Warner en tête.

Le câblo-opérateur américain a en effet fait savoir en novembre dernier, lors de la présentation de ses résultats trimestriels qu'il n'excluait pas de changer de stratégie vis-à-vis des contenus qu'il produit. « *Nous évaluons plusieurs options, dont conserver nos droits plus longtemps ou retarder certaines licences pour notre contenu. Cela pourrait effectivement amener la fenêtre de diffusion de nos contenus sur nos réseaux sur une période pluriannuelle, plus cohérente avec la syndication traditionnelle* », expliquait ainsi Jeff Bewkes, le PDG de Time Warner.

Concrètement, Time Warner veut rendre l'accès à ses meilleurs contenus moins faciles via Amazon, Hulu ou Netflix, parce qu'elle ne veut pas encourager ses abonnés à souscrire aux offres concurrentes, alors que les mêmes programmes sont disponibles plus tôt dans des bouquets de chaînes maison, vendu à prix d'or. Une idée que d'autres chaînes câblées (AMC, HBO...) pourraient être tentées de suivre elles-aussi. On comprend ainsi mieux pourquoi Netflix annonce fièrement vouloir produire plus de 600 heures de contenus maison cette année et vouloir à terme, proposer plus de contenus originaux que de contenus sous licence.

Netflix « pas pressé » de s'établir en Chine

Il reste une question épineuse pour Netflix, celle du marché chinois. Celui-ci renferme plusieurs centaines de millions de clients potentiels pour le service de SVOD, une manne inespérée pour soutenir sa croissance, pour l'instant totalement inexploitée, à cause de ses particularités.

Pour s'établir dans l'empire du milieu, Netflix doit établir un partenariat avec un acteur local, par exemple sous la forme d'une coentreprise. Or de l'aveu de Reed Hastings, de nombreuses discussions sont en cours à ce sujet, mais le PDG de Netflix ne semble pas avoir trouvé chaussure à son pied et ne veut rien précipiter.

« Nous regardons cela sur le long terme. Les discussions peuvent prendre des années ou aboutir plus vite mais nous voulons prendre notre temps. L'exemple le plus clair reste celui de l'iPhone, où Apple a mis plusieurs années à obtenir les autorisations nécessaires, et aujourd'hui, c'est quand même un énorme marché pour eux », ajoute le dirigeant. *« C'est comme cela que nous voyons les affaires, en regardant des décennies devant nous. Maintenant nous devons être patients, continuer de construire nos relations sur place, écouter et apprendre. Nous ne sommes pas pressés ».*

À Wall Street, ces résultats ont été quoi qu'il en soit très bien accueillis, l'action Netflix profitant d'une hausse de 3,7 % en deux séances d'affilée. Le géant américain de la SVOD est désormais valorisé à près de 44 milliards de dollars, soit plus du double qu'un an plus tôt.

franceinfo

VIDEO. Martin Scorsese à propos de Netflix : "Le plus important est de continuer à faire des films"

Le réalisateur américain a défendu, mardi à Cannes, la plateforme Netflix qui a financé son dernier film.

Yann Bertrand Gilles Gallinaro Radio France

Mis à jour le 09/05/2018 | 10:03

publié le 09/05/2018 | 06:12

Le Festival de Cannes 2018 a choisi, mercredi 9 mai, d'honorer un immense cinéaste. Martin Scorsese recevra le Carrosse d'or, récompense remise chaque année par la Société des réalisateurs de films. Pour l'occasion, la Quinzaine des réalisateurs va notamment projeter *Mean Streets*, le film qui a révélé le réalisateur américain à Cannes en 1974, deux ans avant sa Palme d'or pour *Taxi Driver*.

Martin Scorsese participera ensuite à une "conversation" avec des cinéastes. Il sera peut-être question de son prochain film, *The Irishman*, financé par Netflix. La plateforme à la demande est "persona non grata" sur la Croisette mais, pour le réalisateur américain, c'est tout simplement un nouveau monde qui permet de continuer à entendre la voix de jeunes cinéastes.

"Tirer profit de la technologie"

"Aujourd'hui, où sont les réalisateurs ? Et les financements ?, interroge Martin Scorsese. Il faut bien que les nouvelles voix, les regards différents, soient soutenus d'une manière ou d'une autre."

Aujourd'hui, je pense que si j'étais un jeune américain, je ne pourrais pas travailler avec un studio.

Martin Scorsese

"Quand j'étais gamin, j'allais au cinéma une ou deux fois par semaine, raconte le réalisateur américain. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. À l'époque, dans les années 1970, nous n'imaginions même pas que nos films puissent être montrés à la télévision. Et si c'était le cas, ils étaient remontés jusqu'à l'absurde. J'insiste : on

n'aurait jamais pensé diffuser un film entier sans publicité à la télévision. Il faut tirer profit de la technologie et des circonstances. Mais, le plus important : il faut continuer à faire des films."

Une position qui tranche avec celle de Thierry Frémaux. Pour l'édition 2018, le délégué général du festival a décidé que tous les films sélectionnés à Cannes devront être ensuite diffusés au cinéma. Une règle qui n'a pas plu à Netflix qui a, en conséquence, retiré tous ses films de cette édition cannoise.

A LIRE AUSSI

- EN IMAGES. Pour l'ouverture du Festival de Cannes, la Croisette s'amuse
- Martin Scorsese et Cate Blanchett déclarent ouvert le 71e Festival de Cannes
- Pas de selfies, pas de Netflix, pas de séries : le Festival de Cannes assume ses contre-pieds à la modernité
- VIDEO. Festival de Cannes : "Nous n'avons plus le choix, quelque chose va changer" pour les femmes, assure Penélope Cruz
- Cannes : début du 71e Festival

L'HISTOIRE

Barack et Michelle Obama vont produire des séries pour Netflix

Yes, they can. Après huit ans dans les couloirs de la Maison-Blanche, les Obamas entament une reconversion professionnelle, de l'autre côté des caméras. Le couple a annoncé lundi la signature d'un contrat pluriannuel avec le géant Netflix pour la réalisation de « séries, documentaires et reportages ». Pour parfaire leur panoplie de magnats de l'audiovisuel, Barack et Michelle Obama ont même créé leur propre société de production, Higher Ground Productions.

Pas d'influence anti-Trump au programme, selon des proches du couple. Malgré tout, certains abonnés craignent une orientation politique de la plateforme de streaming et appellent au boycott.

Des soupçons nourris par le soutien de Reed Hastings, son PDG, pour Hillary Clinton lors de l'élection présidentielle. Netflix peut se pavaner. Avec ce coup de communication d'envergure, le géant américain assoit peu à peu son influence. Et son tableau de chasse a de quoi faire des envieux. Il s'est offert de grands noms comme Martin Scorsese en 2017 et Ryan Murphy, le producteur des séries à succès *Glee* et *American Horror Story*, pour 300 millions de dollars en 2018. À présent, Netflix recrute ni plus ni moins qu'un ancien président. Le montant du contrat n'a pas été révélé.

Une chose est certaine : en 2018, la plateforme casse sa tirelire avec 8 milliards de dollars d'investissement. Façon corne d'abondance, elle promet 1000 productions originales cette année, un record ! ■

MARIUS FRANÇOIS



Barack et Michelle Obama vont produire des films et séries pour Netflix



Marie Turcan - 21 mai 2018 - Pop culture

La plateforme américaine de SVOD a annoncé ce 21 mai 2018 que l'ancien président des Etats-Unis et sa femme Michelle Obama ont signé un accord pour produire plusieurs types de contenus originaux exclusifs, sur plusieurs années. Un gros coup pour les deux parties.

Barack et Michelle Obama vont produire des contenus exclusifs pour Netflix, a annoncé la plateforme dans un tweet surprise ce lundi 21 mai 2018.

« *Le président Barack Obama et Michelle Obama ont accepté un contrat sur plusieurs années pour produire des films et des séries pour Netflix* », affirme le gazouillis, et précise que ces contenus pourront être « *potentiellement des séries de fiction ou non, des documentaires, des séries de documentaires ou des longs-métrages.* »



Netflix US

@netflix

President Barack Obama and Michelle Obama have entered into a multi-year agreement to produce films and series for Netflix, potentially including scripted series, unscripted series, docu-series, documentaries, and features.

18:00 - 21 mai 2018

Le couple présidentiel a créé la société Higher Ground Productions pour produire ces contenus, a rapporté le New York Times quelques minutes plus tard.

« **CULTIVER ET AGRÉGER DES VOIX INSPIRANTES ET TALENTUEUSES** »

« *L'une des joies les plus simples que nous ayons ressenties au cours de notre mandat au service du public a été de croiser tant de personnes fascinantes, et les aider à faire connaître leurs expérience à un public plus large* », a justifié Barack Obama dans un communiqué.

Michelle Obama et Barack Obama. Wikimedia Commons/The White House

« C'est pour cela que Michelle et moi sommes si enthousiastes à l'idée de travailler en partenariat avec Netflix — nous espérons cultiver et agréger des voix inspirantes et talentueuses, capables de générer plus d'empathie et de compréhension entre les gens, et de pouvoir les aider à partager ces histoires avec le monde entier. »

Dans un communiqué partagé par un autre compte Netflix, le directeur des contenus Ted Sarandos a ajouté : *« Barack et Michelle Obama font partie des figures publiques les plus respectées et reconnues. Ils ont une position unique pour découvrir des histoires de personnes qui font bouger les choses au sein de leur communauté et veulent rendre le monde meilleur. »*



[We Are Netflix](#)

[@WeAreNetflix](#)

"Barack and Michelle Obama are among the world's most respected and highly-recognized public figures and are uniquely positioned to discover and highlight stories of people who make a difference in their communities and strive to change the world for the better," - Ted Sarandos

Netflix US

[@netflix](#)

President Barack Obama and Michelle Obama have entered into a multi-year agreement to produce films and series for Netflix, potentially including scripted series, unscripted series, docu-series, documentaries, and features.

[18:01 - 21 mai 2018](#)

Cette nouvelle peut sembler surprenante, mais elle fait échos à des rumeurs qui circulaient depuis quelques semaines. Le 8 mars dernier, [le New York Times](#) révélait déjà que Barack Obama était en discussion avec la plateforme de vidéo à la demande par abonnement américaine. *« M. Obama ne compte pas utiliser ces programmes sur Netflix pour critiquer directement le président Trump ou les conservateurs »*, avait affirmé le quotidien américain, citant des sources proches du dossier. Il s'agirait avant tout de produire des *« histoire inspirantes »*.

Netflix a aujourd'hui 125 millions d'abonnés dans le monde. La plateforme s'est fixée pour objectif de produire [700 nouveaux contenus exclusifs](#) en 2018. Pour cela, elle a misé jusqu'ici sur des talents de l'industrie audiovisuelle, comme Shonda Rhimes ou Ryan Murphy, que la plateforme a signé pour [des centaines de millions de dollars](#). Du côté du couple Obama, personne n'a communiqué sur le montant du contrat signé avec Netflix.

LIVE IN USA



ON TOMBE BIEN BAS

Le mentaliste et créateur d'expériences télévisuelles Derren Brown explique le concept de son nouveau programme choc où un homme est poussé à en tuer un autre par un groupe d'acteurs : « La question que nous allons nous poser est simple : pouvons-nous être manipulé par la pression sociale pour commettre un meurtre ? Est-ce que sous la pression d'un groupe, un homme peut pousser un autre être humain dans le vide ? Bienvenue dans The Push ! »

THE PUSH **22/02** **NETFLIX**

http://www.lepoint.fr/monde/binge-watching-netflix-provoque-la-colere-des-parents-15-03-2018-2202866_24.php

Actualité International

« Binge watching » : Netflix provoque la colère des parents

En proposant des cadeaux aux enfants qui visionnent des séries, Netflix a voulu tester une nouvelle fonctionnalité qui n'aura pas duré longtemps, selon les informations de RTL.

PAR 6MEDIAS

Modifié le 16/03/2018 à 06:21 - Publié le 15/03/2018 à 21:02 | Le Point.fr

En proposant des cadeaux aux enfants qui visionnent des séries, Netflix a voulu tester une nouvelle fonctionnalité qui n'aura pas duré longtemps.

© RYAN ANSON / AFP/ RYAN ANSON

Gagner des badges pour chaque vidéo que vous aurez visionnée ! Tel était le message transmis par [Netflix](#) pour inciter les enfants au « binge watching », traduisez : « visionnage boulimique » (selon la Commission générale de terminologie et de néologie). Une expression issue de « binge drinking », pour « beuverie ». Pendant quelques jours, la plateforme américaine a expérimenté ce concept aux [États-Unis](#), rapporte [RTL](#) qui cite le média américain [Variety](#). Dans une section réservée aux enfants, certains films ou séries étaient signalés par un cadenas rouge. Une fois le programme visionné dans son intégralité, le cadenas est déverrouillé et l'enfant reçoit un badge. Mais la plateforme numéro un du streaming vidéo a rapidement mis un terme à son expérimentation puisqu'elle a été la cible de nombreuses critiques.

L'addiction des enfants dans toutes les têtes

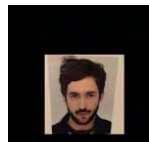
En effet, des parents ont dénoncé la démarche de Netflix en pointant du doigt le risque d'alimenter [l'addiction aux écrans de leurs enfants](#). En effet, selon une étude réalisée par l'agence Santé publique France, en 2017, les enfants passaient 4 h 11 par jour devant un écran. Un temps d'exposition aux écrans considérable qui traduit une dépendance de plus en plus répandue chez les petits. En France, 5 % des adolescents seraient accros.

Pour se défendre, Netflix assure que c'était juste un test. « Nous testons une nouvelle fonctionnalité auprès de certains enfants pour introduire des objets à collectionner, proposer une expérience plus interactive et plus ludique, et offrir aux enfants l'occasion de discuter des programmes qu'ils aiment. » Mais face à la gronde de plus en plus importante, la plateforme a arrêté plus tôt que prévu son expérimentation. « Nous avons terminé le test des badges et avons décidé de ne pas déployer cette fonctionnalité pour les enfants », a expliqué un porte-parole de Netflix, dont RTL se fait l'écho. Néanmoins, ce porte-parole a tenu à rappeler que Netflix n'en était pas à sa première expérimentation et qu'il continuerait pour faire évoluer la plateforme.

Netflix a testé un système de trophées pour inciter les enfants au "binge watching"

Le géant du streaming a expérimenté une nouvelle fonctionnalité auprès du jeune public pour récompenser les enfants qui visionnent des séries.

Les enfants ont passé plus de 4 heures par jour en moyenne devant un écran en France en 2017 Crédit : Pixabay



[Benjamin Hue](#)

Journaliste RTL

PUBLIÉ LE 15/03/2018 À 15:51

Netflix étudie la possibilité de "gamifier" le visionnage de vidéos pour inciter les enfants au "binge watching". La plateforme numéro un du streaming vidéo a expérimenté pendant quelques jours aux États-Unis un système de récompense auprès du jeune public, rapporte le site américain [Variety](#) dans un article publié le 9 mars.

Dans la section réservée aux programmes pour enfants, une option a permis à un certain nombre d'utilisateurs de **gagner des badges pour chaque vidéo visionnée** en entier. Les programmes concernés étaient signalés par un petit cadenas rouge à déverrouiller en les visionnant en intégralité. Il s'agissait uniquement de films et séries pour enfants. Netflix a finalement interrompu l'expérience après quelques jours seulement après avoir essuyé de nombreuses critiques.

Les utilisateurs pouvaient déverrouiller des badges en visionnant les programmes

Crédit : Variety

Un risque d'addiction

Le système essayé par Netflix est directement inspiré du jeu vidéo. Il s'agit d'**une technique de "gamification"**. L'utilisateur est invité à débloquent des récompenses symboliques en réalisant une prestation, un défi relevé dans un jeu vidéo, le visionnage d'une vidéo dans le cas de Netflix. Les badges collectés s'affichent sur le profil de l'utilisateur pour montrer son avancement dans le jeu et récompenser son assiduité.

Pour Netflix, c'est **un moyen supplémentaire de capter l'intention de ses abonnés**, et plus particulièrement des plus jeunes, en les incitant à débloquent davantage de récompenses, avec le risque d'alimenter leur addiction aux écrans. Selon une étude réalisée par l'agence Santé publique France en 2017, [les enfants passent 4h11 par jour devant un écran](#). Une exposition susceptible de générer une addiction. En France, au moins 5% des adolescents sont accro aux écrans. Une dépendance [dénoncée par certains professionnels de la santé infantile](#).

La fonctionnalité abandonnée dans l'immédiat

La démarche a été critiquée par de nombreux internautes sur les réseaux sociaux. ["Comme si ce n'était pas assez difficile de décrocher mon fils de Netflix"](#), a ainsi commenté un père américain sur Twitter. Netflix a justifié la mise en place test auprès de Variety en ces termes : "Nous testons une nouvelle fonctionnalité auprès de certains enfants pour introduire des objets à collectionner, proposer une expérience plus interactive et plus ludique et offrir aux enfants l'occasion de discuter des programmes qu'ils aiment".

Face aux inquiétudes soulevées par l'expérience, **la société a finalement fait machine arrière le 14 mars**. "Nous avons terminé le test des badges et avons décidé de ne pas déployer cette fonctionnalité pour les enfants", a indiqué un porte-parole de la compagnie à plusieurs médias américains dont [Buzzfeed](#), tout en rappelant que Netflix menait régulièrement des expérimentations pour mieux répondre aux attentes de ses utilisateurs.

<http://variety.com/2018/digital/news/netflix-patches-1202722727/>

Netflix Is Testing Patches to Gamify Bingeing for Kids

By [Janko Roettgers](#)

[@jank0](#)

March 9, 2018

[Janko Roettgers](#)

Senior Silicon Valley Correspondent [@jank0](#) [FOLLOW](#)

Janko's Most Recent Stories

- [Hulu Brings Live TV Guide, Vertical Video Player to Mobile Apps](#)
- [Roku Displayed FBI Warnings Instead of Netflix, YouTube Apps in Multi-Hour Outage](#)
- [YouTube Starts Testing Incognito Mode for Mobile Apps](#)

[VIEW ALL](#)

CREDIT: TWITTER USER [@JOSWILSON](#)

[Netflix](#) has been testing a gamified streaming experience for children with a subset of its audience over the past few weeks, letting them collect so-called patches for watching episodes of select shows. The test was first spotted by users on Twitter, and has since been confirmed by a [Netflix](#) spokesperson, who sent *Variety* the following statement:

“We are testing a new feature on select kids titles that introduces collectible items for a more interactive experience, adding an element of fun and providing kids something to talk about and share around the titles they love. We learn by testing and this feature may or may not become part of the Netflix experience.”

Eligible shows are being marked with red locks for users who are part of the test. However, collecting patches doesn't actually unlock any additional content, and is more of a reward in itself. That seems to confuse at least some users on Twitter, who can't quite figure out what to do with their “Series of Unfortunate Events” patches.

[Kaley Belakovich](#) @KaleyBelakovich

What the heck are #Netflix patches?!

[5:44 AM - Feb 24, 2018](#)

Some Twitter users also seem to be concerned that this type of gamification could promote too much TV viewing among kids. “As if getting my son to stop watching Netflix wasn't hard enough,” [remarked one Dad](#). Not all feedback is negative, however. “Netflix patches: making me feel like a binge watching girl scout,” [tweeted another user](#).

And some tweets seem to suggest that the patches are indeed working, for better or for worse:

RELATED

Netflix's Ted Sarandos on the Streamers' Cannes Film Festival Debut **'Wild Wild Country': Ma Anand Sheela Talks New Online Support and Criticism** **After Netflix Docuseries**

[Mia](#) @mrsmiamac

You now get badges for watching certain Netflix kids shows and yeah, it's totally working considering we've watched all 6 episodes of Trolls at least 3 times today.

[12:19 AM - Mar 8, 2018](#)

[See Mia 's other Tweets](#)

Netflix is known for obsessively testing potential new features, not all of which end up being part of its service. The company is also conducting thousands of interviews with users every year, and at times finds that people don't really use the service like they say or think they are.

Case in point: [During a press briefing this week, Netflix employees recalled](#) that U.S. users had told them over and over again that they would prefer to watch foreign originals with English subtitles as opposed to dubbed versions. However, when Netflix tested dubbing as the default option for a foreign show, it found that it led to more viewing than subtitled versions of the same show.

Update: 4:13pm: This post was updated with a statement from Netflix.

insérer : David-Grossman-comment-la-television-et-les-jeux-video-apprennent-aux-enfants-a-tuer.pdf

<https://www.numerama.com/pop-culture/375431-13-reasons-why-la-sortie-de-la-saison-2-perturbe-les-examens-de-lyceens-britanniques.html>

13 Reasons Why : la sortie de la saison 2 perturbe les examens de lycéens britanniques

[Marie Turcan](#) - 18 mai 2018 - [Pop culture](#)

Netflix vient de mettre en ligne la très attendue deuxième saison de sa série « 13 Reasons Why » ce vendredi 18 mai 2018. Or, cela correspond pile à la période d'examens de nombreux d'élèves britanniques soulevant des questions sur le choix de date de diffusion de la série.

Netflix vient de mettre en ligne [la deuxième saison de 13 Reasons Why](#), la série à succès très populaire auprès des adolescents, ce vendredi 18 mai 2018. Manque de chance : cela tombe en plein en période d'examens pour des centaines de milliers d'élèves britanniques qui doivent passer leurs [GCSEs](#).

Cet acronyme, qui signifie « certificat général de fin d'étude secondaire », correspond à des examens aussi importants que le baccalauréat en France et qu'ils passent aux alentours de 16 ans. Or le passage des GCSEs a débuté ce lundi 14 mai.

« *Est-il juste de sortir la nouvelle saison de 13 Reasons Why en plein pendant la saison des examens ?* » s'interroge ainsi le magazine [culturel britannique Radio Times](#). Si la télévision, a toujours été une source de distraction, surtout en période de révisions, le média souligne une différence de taille avec Netflix : la plateforme de SVOD met en ligne tous les épisodes d'une saison, ce qui favorise le *binge-watching*.

Dans le cas de *13 Reasons Why*, la saison deux contient 13 épisodes d'une heure, soit près de 13 heures potentielles de visionnage.

« Je ne peux pas regarder sans me sentir coupable »

Sur Twitter, plusieurs élèves anglais ont souligné combien ils allaient devoir faire preuve de résistance et d'abnégation pour finir de passer leurs examens avant d'oser entamer le deuxième volet de la série.

Priorities :

Gcses< 13 reasons why

— bΛmbĭnö (@txzadxm) [May 18, 2018](#)

Can't wait watch 13 reasons why S2 without feeling guilty about it [#gcse](#) problemssss
pic.twitter.com/Xg7IsZRQ9g

— Jess moran (@jessmoranx) [May 17, 2018](#)

(« Je ne peux pas regarder 13 Reasons Why saison 2 sans me sentir coupable à propos des GCSE »)

can't even watch 13 reasons why properly until after exams cry for me :((

— grace || gcses (@gracegudgeonx) [May 18, 2018](#)

(« Je ne peux pas regarder 13 Reasons Why saison 2 correctement jusqu'à la fin de mes exams, pleurez pour moi : »)

Should I do work for MY GCSE maths exam or watch 13 reasons why

— N (@cutechoni) [May 18, 2018](#)

(Sondage : « Est-ce que je devrais réviser mon examen de GCSE en mathématiques ou regarder 13 Reasons Why ? »)

me dodging 13 reasons why spoilers during this GCSE exam season [#13ReasonsWhy](#)
[#GCSEs2018](#) pic.twitter.com/xEaMFibHA4

— raysofio (@raysofio) [May 17, 2018](#)

(« Moi en train d'éviter les spoilers de 13 Reasons Why pendant la saison des examens »)

13 Reasons Why a eu un succès retentissant (et surprise) après la sortie de sa première saison en 2017. La série, qui montrait le harcèlement et les agressions subies par une jeune adolescente, la poussant au suicide, a toutefois été jugée difficile à regarder par certaines associations de parents. Depuis, Netflix prévient ses spectateurs à chaque fin de bande-annonce : « *Si vous, ou quelqu'un que vous connaissez, a besoin d'aide pour trouver de la documentation pour vous aidez, rendez-vous sur 13reasonswhy.info* ». ».

Les dangers de l'imitation ou l'« effet Werther »

Dossiers de lecture

Les dangers de l'imitation ou l'« effet Werther »

Publié dans Dossiers de lecture

Les phénomènes d'imitation sont souvent bénéfiques et indispensables pour le développement des individus. Cependant, il arrive que la conduite des autres ait des conséquences néfastes sur celui qui les observe.

En effet, le sociologue Phillips a étudié les statistiques relatives aux suicides aux Etats-Unis dans les années 1947 et 1968.

Il a démontré qu'il existait un lien entre la publicité faite autour d'une histoire de suicide et le nombre de personnes qui mettaient fin à leur existence peu de temps après la diffusion de ce fait.

En effet, dans les deux mois qui suivaient la diffusion du suicide d'une personnalité connue et respectée du public, il comptait en moyenne 58 suicides de plus que d'ordinaire.

C'est ce que l'on appelle « l'effet Werther ».

Phillips explique ce phénomène surprenant par le phénomène d'imitation. Certains individus en mal de vivre décideraient que le suicide est, pour eux aussi, une bonne solution.

Tout se passe comme si les obstacles personnels ou moraux qui les empêchaient de mettre à exécution cette issue tragique étaient alors désinhibés.

L'effet Werther a depuis été retrouvé et vérifié. Cela pose le problème de la médiatisation faite autour des suicides de personnalités.

Un autre auteur du nom de Cialdini s'est aperçu d'une chose encore plus surprenante au niveau des statistiques.

Il semble qu'après la médiatisation d'un cas de suicide sensationnel, le nombre de crash d'avion de ligne ou privés augmente de près de mille pour cent.

Le même constat se fait quant à la montée en flèche des accidents de la route. En fait, pour ce qui est des accidents mortels, ils se multiplient seulement dans les régions où l'annonce du suicide a fait l'objet d'une importante médiatisation.

Plus la médiatisation (télévision, journaux...) est forte, plus l'augmentation du nombre d'accidents est élevée. Il semble donc que ce soit bien la publicité faite autour du suicide qui provoque aussi bien des accidents de voiture que d'avion.

Une autre constatation est surprenante :

Lorsque le fait divers relate le suicide d'une seule personne, ce sont uniquement les accidents qui n'impliquent qu'une seule personne qui augmentent de façon significative.

A l'inverse, lorsque le fait divers concerne un suicide combiné au meurtre, ce sont seulement les accidents impliquant plusieurs personnes qui augmentent.

Selon Cialdini, tous ces accidents seraient en fait des « cas dissimulés de suicide imitatif ». Plutôt que de se donner la mort de façon directe et apparente, les personnes à l'origine de ces accidents agiraient de façon moins directe.

Qu'il s'agisse du pilote d'avion qui ne respecte pas les instructions de la tour de contrôle ou du conducteur de voiture qui double sans prudence ou encore du passager qui gêne le conducteur, tous ces constats relèvent, selon l'auteur, d'une même explication générale qui n'est autre que la preuve sociale.

La preuve sociale est une forme de persuasion qui provoque une adhésion automatique et donc non réfléchie de la part des individus.

Le principe de la preuve sociale veut que les gens déterminent le bien fondé de leur comportement en regardant ce que font les autres. Souvent sans gravité, il peut, on vient de le voir, avoir des effets pervers.

Les gens qui se donnent la mort directement ou dans un accident déterminent leur comportement à partir des actes d'autres personnes, comme eux, en difficulté. La similarité est un facteur essentiel dans le comportement d'imitation.

En fait, le principe de la preuve sociale fonctionne très bien si deux conditions sont réunies.

- Lorsque l'on observe le comportement des gens qui nous sont semblables d'une part
- et lorsque nous nous trouvons dans un état d'incertitude d'autre part. Pour prendre un exemple simple, si on se trouve dans un supermarché pour acheter de la lessive et que l'on se retrouve dans un grand rayon avec une multitude de produits différents et que l'on ne sait lequel choisir, il y a de fortes chances pour que l'on suive le choix d'un client qui a pris tel produit plutôt qu'un autre.

Pour reprendre notre exemple de départ, l'individu qui apprend la nouvelle du suicide d'une personnalité se sent proche d'elle dans la mesure où, comme elle, il se sent en difficulté. Phillips a par ailleurs montré que l'âge entre le suicidé et la future victime sont fortement corrélés.

Pour conclure

Le principe de preuve sociale semble particulièrement étendu puisqu'il influe jusqu'à notre décision de se donner ou non la mort. Ainsi, l'impact de la publicité donnée aux suicides a une influence et semble donner à l'acte une certaine légitimité. Aussi, d'autres recherches de Phillips semblent démontrer que la médiatisation d'actes de violence stimulerait les homicides imitatifs.

Inserer : memoire-universite-angers-epidemies-de-suicide-effet-werther.pdf

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006417794&cidTexte=LEGITEXT000006070719&dateTexte=20090812>

Consulté le 17 octobre 2018

Chemin :

[Code pénal](#)

- [Partie législative](#)
 - o [Livre II : Des crimes et délits contre les personnes](#)
 - [Titre II : Des atteintes à la personne humaine](#)
 - [Chapitre III : De la mise en danger de la personne](#)
 - [Section 6 : De la provocation au suicide](#)

Article 223-13

- Modifié par [Ordonnance n°2000-916 du 19 septembre 2000 - art. 3 \(V\) JORF 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002](#)

Le fait de provoquer au suicide d'autrui est puni de trois ans d'emprisonnement et de 45000 euros d'amende lorsque la provocation a été suivie du suicide ou d'une tentative de suicide.

Les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 75000 euros d'amende lorsque la victime de l'infraction définie à l'alinéa précédent est un mineur de quinze ans.

Liens relatifs à cet article

Cité par:

[Code de procédure pénale - art. 2-3 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 223-15 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 223-15-1 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 223-17 \(V\)](#)

Codifié par:

[Loi 92-684 1992-07-22](#)

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006417796&cidTexte=LEGITEXT000006070719>

Chemin :

Code pénal

- [Partie législative](#)
 - o [Livre II : Des crimes et délits contre les personnes](#)
 - [Titre II : Des atteintes à la personne humaine](#)
 - [Chapitre III : De la mise en danger de la personne](#)
 - [Section 6 : De la provocation au suicide](#)

Article 223-14

- Modifié par [Ordonnance n°2000-916 du 19 septembre 2000 - art. 3 \(V\) JORF 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002](#)

La propagande ou la publicité, quel qu'en soit le mode, en faveur de produits, d'objets ou de méthodes préconisés comme moyens de se donner la mort est punie de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende.

Liens relatifs à cet article

Cité par:

[Code de la famille et de l'aide sociale. - art. 60 \(Ab\)](#)

Codifié par:

[Loi 92-684 1992-07-22](#)

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006417797&cidTexte=LEGITEXT000006070719>

Chemin :

Code pénal

- [Partie législative](#)
 - o [Livre II : Des crimes et délits contre les personnes](#)
 - [Titre II : Des atteintes à la personne humaine](#)
 - [Chapitre III : De la mise en danger de la personne](#)
 - [Section 6 : De la provocation au suicide](#)

Article 223-15

Lorsque les délits prévus par les [articles 223-13 et 223-14](#) sont commis par la voie de la presse écrite ou audiovisuelle, les dispositions particulières des lois qui régissent ces matières sont applicables en ce qui concerne la détermination des personnes responsables.

Liens relatifs à cet article

Cite:

[Code pénal - art. 223-13 \(V\)](#)

Codifié par:

[Loi 92-684 1992-07-22](#)

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006070719&idArticle=LEGIARTI000020630937>

Chemin :

Code pénal

- Partie législative
 - o Livre II : Des crimes et délits contre les personnes
 - Titre II : Des atteintes à la personne humaine
 - Chapitre III : De la mise en danger de la personne
 - Section 6 : De la provocation au suicide

Article 223-15-1

- Modifié par [LOI n°2009-526 du 12 mai 2009 - art. 124](#)

Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues par l'article [121-2](#), des infractions définies à la présente section encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues par l'article [131-38](#) :

1° (Abrogé) ;

2° Les peines mentionnées aux 2° à 9° de l'article [131-39](#) ;

3° La peine mentionnée au 1° de l'article 131-39 pour l'infraction prévue au deuxième alinéa de l'article [223-13](#).

L'interdiction mentionnée au 2° de l'article 131-39 porte sur l'activité dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise.

Liens relatifs à cet article

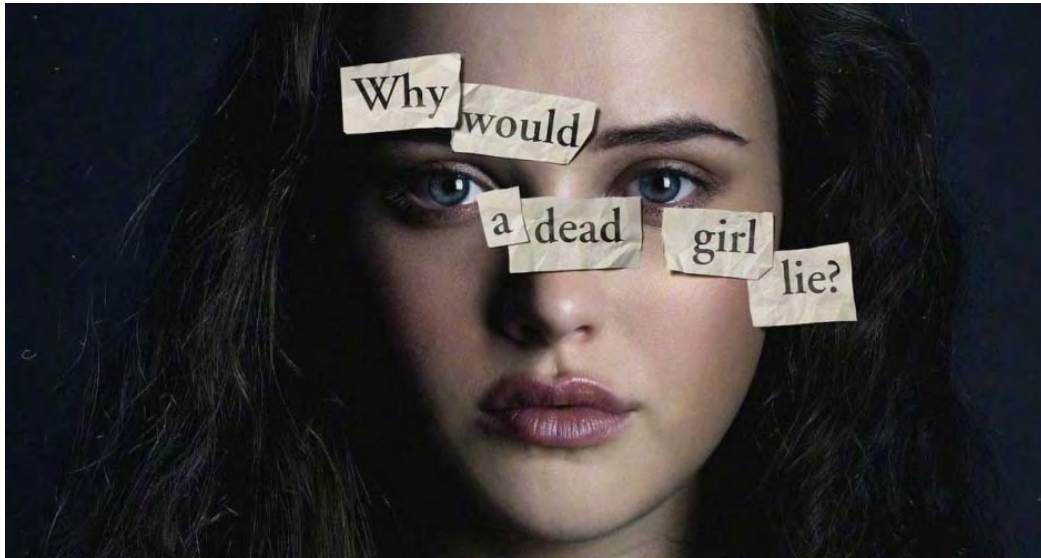
Cite:

[Code pénal - art. 121-2 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 131-38 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 131-39 \(V\)](#)

[Code pénal - art. 223-13 \(V\)](#)



Pourquoi une fille morte mentirait-elle ?

Netflix «13 REASONS WHY» : LA SÉRIE ÉVÉNEMENT A SUSCITÉ PRÈS DE 8 MILLIONS DE MESSAGES SUR TWITTER

Par **Anne-Charlotte Dancourt**, 16 avril 2017 | 20h46

La série Netflix co-produite par Selena Gomez provoque des débats sur le harcèlement et le suicide chez les adolescents et les jeunes adultes.

La série «13 Reasons Why» lancée le 31 mars pourra bientôt rejoindre la sainte trinité des séries au succès phénoménal tout comme ses grandes soeurs «Game of Thrones» et «The Walking Dead». Et qui dit série regardée par tout le monde dit débat, surtout que «13 Reasons Why» traite de sujets sensibles : le suicide et de [harcèlement](#).

La série adaptée d'un roman de Jay Asher raconte l'histoire d'Hannah Baker, une lycéenne américaine qui se suicide sans laisser d'autres explications que sept cassettes sur lesquelles sont enregistrées 13 messages (Un sur chaque face) dont chacun explique une cause de son suicide. Des enregistrements destinés à 13 personnes différentes, qu'elle juge responsable de son envie d'en finir avec la vie.

Fan, mèmes et sujets lourds

D'après [Le Monde](#), la série a suscité près de 8 millions de messages sur Twitter depuis le début de sa diffusion et la naissance d'un fandom (l'équivalent d'un fanclub, une communauté de fans) sur Tumblr où gifs, théories et avis à propos de la série sont entre autre postés. Et surtout, ils y échangent leurs impressions et leurs ressentis quand aux thèmes traités.

Pourtant ,certains voient dans ce scénario une manière erronée et parfois trop simpliste de traiter le suicide. D'après *The Daily Beast* par exemple, l'un des principaux problème est de «perpétuer l'idée que les amis et la famille des personnes qui se suicident auraient pu ou dû faire plus, ce qui est une méconnaissance de la manière dont fonctionnent la maladie, la dépression, le suicide et le deuil». D'autres expliquent que la série et/ou le livre leur ont fait du bien, certains estimant même que l'oeuvre leur a «sauvé la vie».

Bex Taylor-Klaus, but spoozier

@IBexWeBex

.@jayasherguy 's #13ReasonsWhy saved my life in high school. Watched the first ep of the @13ReasonsWhy series and felt the same love.

18:38 - 13 avr. 2017

L'autre point d'achoppement est une déclinaison de mèmes qui circulent sur les [réseaux sociaux](#). Intitulés «Welcome to your tape», ils mettent en scène une fausse discussion où Hannah demande par exemple où est son dernier nuggets. Son interlocuteur lui répond qu'il l'a mangé, Hannah lui lâche donc «Welcome to your tape» (phrase qui introduit toutes les faces des cassettes dans la série), sous entendant qu'elle s'est suicidée à cause de cette discussion.

#memes Welcome to your tape...<https://t.co/5tYcuJvQLpic>.twitter.com/SXqP8rJWj2
— MillenialQuotes (@MillenialQuotes) 13 avril 2017

Des plaisanteries qui ne font pas rire certains internautes pour qui le suicide ne devrait pas donner lieu à des blagues. Certains rapprochant même ces mèmes du harcèlement que la série dénonce, en minimisant les raisons pour lesquelles l'héroïne s'est suicidée et en la faisant passer pour une personne fatigante qui prend tout à cœur.

C'est Britney, Plage@Hypolipemie

Les vanes avec "Hannah: welcome to your tape" je les vis méga mal, le suicide c'est pas drôle
00:47 - 14 avr. 2017

Voir les autres Tweets de C'est Britney, Plage

Sur le même sujet :

VIDEO. «Game of Thrones» : une nouvelle bande-annonce avec trois des héros

13 reasons why : la série événement sur le harcèlement

«Friends» en comédie musicale ? Vous en rêviez, Broadway va le faire !

13 Reasons Why : La série qui regarde les ados en face

>Le Parisien>Week-End>Culture|Tanneguy de Kerpoisson|05 mai 2017, 12h46|MAJ : 05 mai 2017, 16h00|0



La lycéenne Hannah Baker (Katherine Langford) s'est suicidée pour treize raisons.
Beth Dubber/Netflix

LE PARISIEN MAGAZINE. Sombre et réaliste, *13 Reasons Why*, sur Netflix, révolutionne la fiction télé en abordant les sujets les plus graves avec des lycéens pour héros.

Pom-pom girls surexcitées, premiers de la classe complexés, sportifs bodybuildés... A en juger par ses personnages, *13 Reasons Why* ressemble à n'importe quelle série américaine pour ados, légère et acidulée. Erreur ! Cette fiction réaliste, sombre et d'une qualité rare, qui bouscule le genre, est en passe de devenir un phénomène de société. Le roman dont elle est adaptée, publié par l'Américain Jay Asher en 2007, avait lui-même fait sensation, puisqu'il s'est vendu à 2,5 millions d'exemplaires aux Etats-Unis. En France, le livre s'est déjà écoulé, sous le titre *Treize raisons*, à 30 000 exemplaires depuis la diffusion du premier épisode de la série, le 31 mars sur Netflix. Soit davantage en un mois que depuis sa sortie en 2010 !

Humiliation, trahison, viol...

De retour du lycée, Clay Jensen, 17 ans, trouve une boîte contenant des cassettes audio. Il met son casque, écoute... C'est la voix d'Hannah Baker, une élève qui a mis fin à ses jours deux semaines plus tôt. « Installe-toi bien car je vais te raconter l'histoire de ma vie. Ou plutôt pourquoi ma vie s'est arrêtée. Et si tu écoutes ceci, tu en es l'une des raisons. » Cyber-harcèlement, humiliation, viol... Ces raisons, treize précisément, Clay les découvrira au fil des épisodes. Et nous avec lui. Pour parler de sujets aussi graves, le créateur de la série, Brian Yorkey, auteur de multiples pièces de théâtre à succès, s'est bien entouré.

La réalisation des deux premiers épisodes a été confiée à Tom McCarthy. Son *Spotlight*, meilleur film aux Oscars 2016, suivait un groupe de journalistes d'investigation sur la piste de prêtres pédophiles. Déjà un sujet de société sensible. La chanteuse et actrice de 24 ans Selena Gomez, coproductrice de la série, s'est engagée elle aussi avec fougue dans ce projet après avoir été bouleversée par cette histoire de harcèlement scolaire. Et l'équipe a su donner à *13 Reasons Why* le réalisme qu'elle méritait. « C'est l'une des premières fois qu'une série dépeint vraiment la vie d'un lycéen, confirme Thibaut de Saint Maurice, professeur de philosophie et spécialiste des séries télé. Je le vois avec mes élèves. L'adolescence est une période difficile, au cours de laquelle on peut facilement basculer vers la dépression. »



Parmi les sujets abordés par *13 Reasons Why*, le cyber-harcèlement figure en première place

Le programme porte un regard si juste sur la réalité de l'âge ingrat que des millions de jeunes à travers le monde se retrouvent déjà pour en parler en ligne. En un mois, *13 Reasons Why* est devenue la fiction télé la plus commentée de 2017 sur Twitter. Exemple de réaction : « Après avoir fini #13ReasonsWhy, je ne peux que vous encourager à regarder, si ce n'est pas déjà fait. Ce n'est malheureusement pas une fiction. » Avec 11 millions de messages la mentionnant, la série se paie le luxe de dépasser des poids lourds durablement installés comme la saga *The Walking Dead*, diffusée depuis 2010. Et les deux interprètes principaux profitent aussi de cet emballement. Inconnus avant la diffusion de la série, Dylan Minnette (Clay) et Katherine Langford (Hannah) avaient respectivement 2,7 millions et 3,4 millions de fans sur leurs comptes Instagram fin avril.

(Commentaire d'Annie Lobé : La phrase « Ce n'est malheureusement pas une fiction » indique une réelle identification du jeune qui l'a écrite, alors que précisément ils S'AGIT D'UNE FICTION dérivant d'un roman, avec des personnages inventés).

Prise de conscience

Un engouement qui fait de la production de Netflix un phénomène de société dans beaucoup de pays. Au Brésil, des associations de prévention du suicide ont signalé à des journaux locaux que le nombre d'appels avait doublé depuis la mise en ligne de la fiction. En France, Willy Pierre, président de l'association de lutte contre le harcèlement scolaire Les Parents, confirme : « Tous les jours, des adultes me disent que *13 Reasons Why* leur a fait prendre conscience du danger qui guette leurs adolescents. Certains me confient qu'ils vont essayer de mieux communiquer avec eux. » Prise en charge par l'association, Mélissa, 16 ans, en seconde à Maubeuge, dans le nord de la France, est victime de harcèlement depuis plusieurs années. Elle espère que beaucoup de ses camarades verront la série. « C'est difficile à regarder mais nécessaire, dit-elle. Je pense qu'elle devrait être diffusée dans les écoles pour faire comprendre à ceux qui colportent des rumeurs, qui vannent sans réfléchir, qu'ils peuvent véritablement blesser quelqu'un. »

[13 Reasons Why, en intégralité sur Netflix, à partir de 7,99 € par mois](#)

Commentaire d'Annie Lobé : Cette page est une véritable publicité déguisée pour Netflix avec un lien vers la page Abonnement de Netflix.

Un virage pour Selena Gomez

En 2011, les studios Universal acquièrent les droits du livre *13 Reasons Why*, en vue de l'adapter au cinéma avec Selena Gomez (photo) dans le rôle principal. Le projet n'aboutit pas, mais la star des ados, sensible au sujet du harcèlement, propose en 2015 à Netflix et Paramount d'apporter son aide – et celle de sa mère, la productrice Mandy Teefey – pour une adaptation en série. L'affaire est conclue. Et c'est ainsi que l'ex-vedette des programmes Disney Channel est devenue coproductrice de cette oeuvre sombre et violente.

Commentaire d'Annie Lobé : Selena Gomez “coproductrice”, cela signifie qu'elle gagne de l'argent quand les adolescents regardent cette série. Si elle avait connaissance des recommandations de l'Oms en la matière, elle ne se serait peut-être pas associée à ce projet ? qui va à leur rencontre.



Retrouvez cet article dans Le Parisien Magazine du vendredi 5 mai. A lire en intégralité [ici](#).

Commentaire d'Annie Lobé : Le Parisien profite également du succès de cette série Netflix pour faire sa propre publicité, ce qui est rare dans ses pages Internet

[CultureNetflixSelena Gomez13 reasons whyActu](#)

Sur le même sujet

> [«13 Reasons Why» : Netflix et Selena Gomez confirment la saison 2](#)

> [Netflix : inquiétudes autour de la série «Thirteen Reasons Why» sur le suicide d'une ado](#)

Netflix : la série «Thirteen Reasons Why» sur le suicide d'une ado fait polémique

>[La Parisienne](#)>[Minute pop culture](#)>[Culture](#)|Victor Fortunato (@vfortunato1) avec AFP|12 mai 2017, 7h59|MAJ : 15 mai 2017, 11h37|0



Dylan Minnette et Katherine Langford, les deux héros de «Thirteen Reasons Why». (AFP/ Mark RALSTON.)

Inquiétudes et appels à la vigilance aux Etats-Unis. Moyen d'aborder les sujets les plus graves, y compris le suicide, avec les ados dans d'autres pays. La série «Thirteen Reasons Why», véritable phénomène de société, ne laisse personne indifférent.

Les appels à la vigilance se multiplient aux Etats-Unis autour [de la série «Thirteen Reasons Why» de la plateforme Netflix, construite autour du suicide d'une adolescente](#), par crainte que son contenu n'influence de jeunes téléspectateurs. Dans d'autres pays, au Brésil comme en France, [les associations de prévention du suicide parlent d'une série nécessaire pour libérer la parole](#).

«Je vais vous raconter l'histoire de ma vie, plus particulièrement pourquoi elle s'est terminée», explique dans la série Hanna Baker sur chacune des 13 cassettes qu'elle a enregistrées avant de mettre fin à ses jours. Depuis sa mise en ligne fin mars, [ce récit en 13 épisodes, adapté du roman de l'écrivain américain Jay Asher, est devenu un phénomène](#) auprès du jeune public.

«Thirteen Reasons Why» : la bande-annonce (Série Netflix 2017)

Netflix ne publie jamais de chiffres d'audience, mais plus de 11 millions de tweets sur le programme, produit par l'actrice et chanteuse Selena Gomez, ont été postés en quelques semaines seulement. «Thirteen Reasons Why» n'est pas à proprement parler une série pour adolescents. On y assiste au suicide d'Hanna Baker, ainsi qu'à des scènes de viol. Netflix lui a associé le label «TV-MA», indiquant que son contenu «peut être inapproprié pour des enfants de moins de 17 ans».

Les multiples précautions et avertissements de Netflix

La plateforme a également rajouté un avertissement qui apparaît avant le début du visionnage de la série, qui vient en plus de celui déjà inclus au début des trois épisodes les plus marquants. A également été mis en ligne un programme d'une demi-heure dans lequel acteurs, producteurs et experts en santé mentale expliquent la démarche adoptée dans la préparation de «Thirteen Reasons Why». L'ensemble se voulait d'ailleurs davantage une réflexion sur le harcèlement, la sexualité des adolescents et la notion de consentement, plutôt que sur le suicide.

Mais malgré ces précautions, beaucoup s'inquiètent des conséquences possibles sur de jeunes internautes qui viendraient à visionner un ou plusieurs épisodes de la série. «Nous recommandons que des jeunes vulnérables, tout particulièrement ceux qui ont pu penser au suicide, ne regardent pas cette série», indique l'Association nationale des psychologues scolaires (NASP) sur son site. «Ce récit fort pourrait donner à des téléspectateurs impressionnables une vision romancée des choix que font les personnages», poursuit la NASP, «ou avoir des fantasmes de vengeance». Sollicité par l'AFP, Netflix n'a pas donné suite.

Déconseillée aux moins de 15 ans selon un psychiatre

La Jed Foundation, une organisation basée à New York (nord-est des Etats-Unis) et dédiée à la lutte contre le suicide chez les adolescents, a publié, en anglais et en espagnol, une réflexion sur la série, conjointement avec l'association de prévention SAVE. «Les cassettes d'Hannah font porter aux autres la responsabilité de son suicide», explique la note, publiée au moment de la mise en ligne de la série. Mais «un suicide n'est jamais la faute des survivants».

Pour Victor Schwartz, psychiatre qui travaille pour la Jed Foundation, les enfants de moins de 15 ans ne devraient pas regarder ce programme. Pour les plus âgés, il conseille un visionnage en groupe ou avec un adulte, ainsi d'éviter de regarder plusieurs épisodes d'affilée. «Pour les personnes sujettes à une anxiété aiguë ou à la dépression, ayant des pensées suicidaires, cette présentation peut jouer un rôle déclencheur et augmenter leur propre risque de suicide», avertit Victor Schwartz.

Le suicide, deuxième cause de mortalité chez les 10-24 ans

Avec près de 6.000 décès, le suicide était la deuxième cause de mortalité chez les 10-24 ans en 2015 aux Etats-Unis, selon le Centre national de prévention et de contrôle des atteintes physiques.

Responsable des écoles de la petite ville de Dobbs Ferry, au nord de New York, Lisa Brady a décidé d'écrire une lettre aux parents pour leur parler de la série. Elle souhaitait les alerter, alors que beaucoup ignoraient l'existence de ce programme déjà culte, du fait que «tous les enfants voulaient (le) regarder» et leur conseiller, s'ils souhaitaient y autoriser leurs enfants, de le visionner avec eux.

La fille de Michael Jackson, Paris (19 ans), qui a fait une tentative de suicide il y a quatre ans, a posté elle aussi un message d'avertissement sur son compte Instagram, tout en donnant, par ailleurs, une opinion plutôt positive de la série. «S'il vous plaît», a-t-elle écrit, «ne regardez cette série qu'avec prudence, et gardez à l'esprit qu'elle peut vous donner des idées noires.»

La série peut au contraire favoriser la prise de conscience

Si aux Etats-Unis les inquiétudes sont nombreuses, dans d'autres pays où l'engouement pour la série est indéniable on met en avant les aspects positifs de «Thirteen Reasons Why». **Au Brésil, des associations de prévention du suicide ont signalé à des journaux locaux que le nombre d'appels avait doublé depuis la mise en ligne de la fiction.** En France, Willy Pierre, président de l'association de lutte contre le harcèlement scolaire Les Parents, confirmait début mai au Parisien Magazine : «Tous les jours, des adultes me disent que *13 Reasons Why* leur a fait prendre conscience du danger qui guette leurs adolescents. Certains me confient qu'ils vont essayer de mieux communiquer avec eux.»

Prise en charge par l'association Les Parents, Mélissa, 16 ans, en seconde à Maubeuge, dans le nord de la France, est victime de harcèlement depuis plusieurs années. Elle espère que beaucoup de ses camarades verront la série. «C'est difficile à regarder mais nécessaire, dit-elle. Je pense qu'elle devrait être diffusée dans les écoles pour faire comprendre à ceux qui colportent des rumeurs, qui vannent sans réfléchir, qu'ils peuvent véritablement blesser quelqu'un. »

Commentaire d'Annie Lobé : En assimilant harcèlement et suicide, la série de Netflix ne fait du bien ni à ceux qui sont harcelés ni à ceux qui ont des idées suicidaires pour d'autres raisons que le harcèlement.

Dans la réalité des faits, les suicides d'adolescents sont nombreux mais il est exceptionnel que le harcèlement conduise un adolescent au suicide (ou, dit autrement, il est exceptionnel que la raison du suicide soit le harcèlement).

En raison de l'effet Werther (imitation), la série Netflix peut avoir pour effet d'augmenter le nombre de cas de suicide d'adolescents causés par le harcèlement. Elle n'a donc pas un effet préventif mais incitatif si elle est visionnée par des adolescents.

Seuls des adultes équilibrés, des professionnels de l'enseignement et des éducateurs chevronnés peuvent visionner cette série sans dommages. Pas les adolescents.

Voir à ce sujet le mémoire de la faculté de médecine d'Angers Les épidémies de suicide : De l'effet Werther à l'effet Internet, qui inclut les recommandations de l'Oms :

<http://www.santepublique-editions.fr/objects/memoire-universite-angers-epidemies-de-suicide-effet-werther.pdf>

Sur le même sujet

[> 13 Reasons Why : La série qui regarde les ados en face](#)

[> 13 reasons why : la série événement sur le harcèlement](#)

[> «13 Reasons Why» : la série événement a suscité près de 8 millions de messages sur Twitter](#)

CV

Katherine Langford est née en Australie en 1996. À 19 ans, elle décroche le rôle d'Hannah dans la série *13 Reasons Why*, dont la première saison est diffusée sur Netflix en mars 2017.

Depuis le 30 avril dernier, une bande annonce de la saison 2 circule, mais Netflix garde le secret sur la date précise de diffusion. La jeune actrice sera au ciné dans *Love Simon*, le 27 juin.

“Avant ce rôle, j'avais conscience des dangers des réseaux sociaux”

Aviez-vous été victime de harcèlement avant d'incarner Hannah, cette jeune fille qui met fin à ses jours, dans *13 Reasons Why*?

Katherine Langford: Non. J'ai eu la chance d'avoir une scolarité sans problèmes. Mais avant ce rôle, j'avais déjà conscience des ravages que pouvaient entraîner les réseaux sociaux. Le cyberharcèlement touche de plus en plus de monde. Selon une étude menée aux États-Unis, les ados connectés plus de cinq heures par jour ont 66 % de risques en plus que ceux qui se limitent à une heure de développer des symptômes dépressifs pouvant conduire au suicide. C'est pire chez les filles: leur taux de suicide a augmenté de 65 % entre 2010 et 2015.

Il a même été multiplié par deux depuis la fin des années 1990...

Et ce n'est qu'un début. Le smartphone, les écrans, les tablettes, les montres connectées... ont pris un poids considérable dans la vie des jeunes. Ne pas faire partie de cette confrérie de connectés, c'est prendre le risque d'être exclu. Avec son ordinateur ou son téléphone, quelqu'un peut vous affecter et vous briser en moins de 140 caractères.

Est-il vrai que certaines scènes de la série ont été si dures à tourner que vous aviez des chiens sur le plateau pour déstresser?

Oui, c'est arrivé. On appelle ça une *dog therapy*. L'animal amène un bien-être. Il tempore l'angoisse, l'agressivité, et apporte une aide psychologique. La présence de ces boules de poils sur le plateau de la série nous permet vraiment de nous détendre après des scènes où nous délivrons des émotions fortes. Pour la scène du suicide d'Hannah, par exemple, ces chiens nous ont fait un bien fou. C'est toujours éprouvant de tourner ce genre de choses.

Comment vous étiez-vous préparer à cette scène?

La production et moi en avons beaucoup parlé. J'ai aussi discuté avec des professionnels de santé. J'ai notamment travaillé avec un psychiatre spécialiste des adolescents. Je devais comprendre comment on peut en arriver à cette extrémité.

Entretien réalisé par Frank Rousseau, notre correspondant à Hollywood



Netflix

POURQUOI L'ACTU N'EST-IL PAS VENDU EN KIOSQUE ?

- La distribution chez les marchands de journaux coûte plus cher. L'ACTU serait à 1 euro.
- Recevoir L'ACTU chez soi, le matin, c'est plus pratique. S'abonner : www.playbacpresse.fr

l'actu **playBac**
PRESSE

Play Bac Presse SARL*,
14 bis, rue des Minimes, 75140 Paris Cedex 03

Rédaction : 14 bis, rue des Minimes, Paris III*

ABONNEMENTS. ADRESSE : L'ACTU - CS 90006 -
59718 LILLE CEDEX 9. TÉL : 0625 093 303 (0,15€ TTC/MIN).
FAX : 03 20 12 11 12. E-MAIL : ACTU@CBA.FR

Direction de la publication : Jérôme Saltet
Directrice de la diffusion, du marketing
et des partenariats : Catherine Metzger
Rédacteur en chef : François Dufour
Réd. en chef adjoint : Olivier Gassel
Réd. en chef technique : Nipul Ahangama
Walawage - Responsable fabrication :
Micheline Lotellier - Secrétaire de rédaction :
Patrick Chatellier - Icono : Loriane Pavan
Dessinateur : Bridoulot - Révision : Hélène Soula
Abonnements : Mélanie Jalans - Publicité/partenariats :
Marina Duprez (m.duprez@playbac.fr) - Créa/promotion :
A. Sueur. Relation lecteurs : lectu@playbac.fr Twitter: @lactu

CIC : 30066 10808 0001061001 31 - *Gérant Jérôme Saltet,
Groupe Play Bac, François-Jérôme, Financière G. Burnus. Comité
de direction : F. Dufour, J. Saltet, C. Metzger. Dépôt légal : mai 1997.
CPPIAP n° 0618 C 89742. Loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les
publications destinées à la jeunesse. Conception : Mignon-Media.
Imprimerie : Rotocolor - Origine du papier : Suisse - Taux de
fibres recyclées : 85 % - Eutrophisation : Ptot 0,006 kg/tonne

Jeu de l'olive : un collégier victime d'agression sexuelle

Biterrois. Une plainte a été déposée. L'auteur présumé des faits, 11 ans, a été exclu de l'établissement.

Le 4 juin dernier, un élève de 12 ans du collège de Saint-Gervais-sur-Mare, au nord-ouest de Béziers, a été victime au sein de l'établissement du "jeu de l'olive" (pratique malsaine consistant à enfoncer un doigt dans les fesses). Un phénomène qui inquiète et qui a tendance à se répandre dans les cours de récréation.

Selon France Bleu Hérault, le médecin traitant a constaté l'agression sexuelle. La victime a eu un jour d'ITT. Une plainte a été déposée à la gendarmerie de Bédarieux pour agression sexuelle sur enfant de moins de



torat de Montpellier aurait proposé deux solutions : envoyer le collégien dans un établissement situé à 42 km de son collège actuel ou payer les frais de scolarité à domicile en attendant que cette histoire soit oubliée. « *Nous ne savons pas ce que mon fils fera lors de la prochaine rentrée* », explique la mère, désespérée.

« Nous envisageons de déménager »

« *Nous envisageons de déménager. Je trouve que c'est honteux car, comme souvent, c'est la victime qui part et non ceux*

QUESTION



« Explique limite at

D'où vient cet

Au départ, c'est les "tiraillades" qui ont lieu dans les écoles. C'est une forme de comportement de groupe. Quand

13 ans.

C'est en fin de matinée que la mère du collégien a retrouvé son fils qui ne parvenait plus à s'asseoir. En larmes, il a expliqué ce qui lui était arrivé. « Mon fils a été sali, explique la mère de la jeune victime. Il a été la cible de brimades et de coups dès le début de l'année scolaire. Jamais, le corps enseignant n'a réagi. Le jour des faits, ils ont enfoncé un bâton dans les fesses de mon fils alors que toute la classe se rendait à un cours de sport. Par chance, le professeur a tout de suite ramené tous les élèves dans l'établissement et en a avisé la direction ».

Exclusion définitive

Depuis les faits, l'agresseur présumé, âgé de 11 ans, a été exclu définitivement du collège. Celui qui aurait eu l'idée de ce "geste" a écopé de dix jours d'exclusion. « J'ai tout de suite pris attache avec le proviseur qui gère le collège de Bédarieux et de Saint-Gervais. Il a pris des mesures d'exclusion. Dès le

■ Un jeu malsain qui sévit dans les cours de récréation.

J.-M. M.

lendemain, nous étions victimes d'insultes et de menaces de la part d'élèves qui ne verraient plus leur copain... », précise la mère de la victime.

« Ce phénomène a pris de court tout le monde dans cet établissement, indique, sous couvert d'anonymat, un professeur du

collège. L'élève qui a été exclu est aussi un gosse à problèmes. Nous allons faire de la prévention sur les risques, mais il est inquiétant de voir ces jeux prendre autant d'ampleur. »

Depuis les faits, la victime serait pointée du doigt dans le collège. Selon la mère de famille, le rec-

Un lycéen condamné

En janvier, en Meurthe-et-Moselle, un lycéen de 18 ans avait été placé en garde à vue, puis jugé en comparution immédiate pour avoir mis un doigt dans l'anus d'un camarade à travers ses vêtements, dans un lycée de Jarny. Une pratique appelée "jeu de l'olive", selon Le *Républicain lorrain*, qui avait révélé l'affaire.

Lors de l'audience au tribunal correctionnel, les magistrats ont rappelé que cet acte « est un acte sexuel. Et lors- que cela se produit sans le

qui sont à l'origine des ar- mes. Comme mon fils est fragile, il a été la cible de certains élèves violents qui l'ont frappé à trois reprises depuis le début de l'année. Mais de cette violence, personne ne veut en parler pour ne pas nuire à l'établissement. En plus, les gens ont peur. Ils préférèrent se taire », ajoute la mère du collégien agressé.

Joint par téléphone mardi, le rectorat a précisé : « Nous accompagnons la famille de la victime depuis que nous avons eu connaissance des faits. Toutes les solutions sont ouvertes pour que la victime reste ou pas dans son établissement. C'est la famille qui va choisir. »

Concernant la lutte engagée contre le "jeu de l'olive", « nous menons des actions au quotidien pour lutter contre ces agissements. Pour y parvenir, nous mettons en œuvre des actions très diverses susceptibles de sensibiliser au mieux les élèves. »

JEAN-PIERRE AMARGER
jpamarger@midilibre.com

Quel comportement des adultes doiver avec les enfants et auteurs ?

La question de la parole des importante. Il s'a la limite absolue chir : le corps d adultes doivent fait qu'on a pas l cher le corps de leur consenti pas nier ce que entendre sa par pas banaliser ces fois, est-ce que sont rendu comp faisaient ? La pr ces comporte d'internet où le o nu un objet. Les des images, sans ment. Il faut let sens, parler de à l'autre. La ques tion ne peut pas de la question d

24 HEURES D'ACTUALITÉ DANS LA RÉGION

Région

l'olive : un collégien et d'agression sexuelle

été déposée. L'auteur présumé des faits, 11 ans, a été exclu de l'établissement.



torat de Montpellier aurait proposé deux solutions : envoyer le collégien dans un établissement situé à 42 km de son collège actuel ou payer les frais de scolarité à domicile en attendant que cette histoire soit oubliée. « Nous ne savons pas ce que mon fils fera lors de la prochaine rentrée », explique la mère, désespérée.

« Nous envisageons de déménager »

« Nous envisageons de déménager. Je trouve que c'est honteux car, comme souvent, c'est la victime qui part et non ceux qui sont à l'origine des drames. Comme mon fils est fragile, il a été la cible de certains élèves violents qui l'ont frappé à trois reprises depuis le début de l'année. Mais de cette violence, personne ne veut en parler pour ne pas nuire à l'établissement. En plus, les gens ont peur. Ils préfèrent se taire », ajoute la mère du collégien agressé.

Joint par téléphone mardi, le rectorat a précisé : « Nous accompagnons la famille de la victime depuis que nous avons eu connaissance des faits. Toutes les solutions sont ouvertes pour que la victime reste ou pas dans son établissement. C'est la famille qui va choisir. »

Concernant la lutte engagée contre le « jeu de l'olive », « nous menons des actions au quotidien pour lutter contre ces agissements. Pour y parvenir, nous mettons en œuvre des actions très diverses susceptibles de sensibiliser au mieux les élèves. »

JEAN-PIERRE AMARGER
jpamarger@midilibre.com

QUESTIONS À



**ÉLISABETH
NICE-POINTIS**
Assistante sociale
dans l'Hérault

« Expliquer la limite absolue »

D'où vient cette pratique ?

Au départ, c'est un jeu de « vestiaires » qui a dérivé dans les écoles. C'est une sorte de code de comportement dans un groupe. Quand on l'intègre, si ce « jeu » fait partie des rites, ce n'est pas vécu comme une agression. Ce qui n'est pas le cas ici.

Quel comportement les adultes doivent-ils avoir avec les enfants, victime et auteurs ?

La question de l'autorité et de la parole des adultes est importante. Il s'agit d'expliquer la limite absolue à ne pas franchir : le corps de l'autre. Les adultes doivent insister sur le fait qu'on a pas le droit de toucher le corps des autres sans leur consentement. Il ne faut pas nier ce que l'enfant vit et entendre sa parole. On ne doit pas banaliser ces actes. Toutefois, est-ce que les auteurs se sont rendu compte de ce qu'ils faisaient ? La propagation de ces comportements vient d'internet où le corps est devenu un objet. Les enfants voient des images, sans accompagnement. Il faut leur donner un sens, parler de ce que ça fait à l'autre. La question de l'émotion ne peut pas être séparée de la question du corps.

Un jeu malsain qui sévit dans les cours de récréation. J.-M. M.

« Demain, nous étions victimes d'insultes et de menaces de la part d'élèves qui ne veulent plus leur copain... », précise la mère de la victime. Le phénomène a pris de court le monde dans cet établissement, indique, sous couvert d'anonymat, un professeur du

collège. L'élève qui a été exclu est aussi un gosse à problèmes. Nous allons faire de la prévention sur les risques, mais il est inquiétant de voir ces jeux prendre autant d'ampleur. » Depuis les faits, la victime serait pointée du doigt dans le collège. Selon la mère de famille, le rec-

Un lycéen condamné

En janvier, en Meurthe-et-Moselle, un lycéen de 18 ans avait été placé en garde à vue, puis jugé en comparution immédiate pour avoir touché un doigt dans l'anus d'un camarade à travers ses vêtements, dans un lycée de Lorraine. Une pratique appelée « l'olive », selon *Le Journal du dimanche*, qui avait été l'affaire.

À l'audience au tribunal correctionnel, les magistrats ont rappelé que cet acte était un acte sexuel. Et lors-

qu'il a été condamné à 35 heures de travail d'intérêt général. Le consentement de la personne, c'est un viol. Le lycéen a toutefois été relaxé pour l'agression sexuelle, mais condamné pour violence dans un établissement scolaire. Il a écopé de 35 heures de travail d'intérêt général.

En avril, dans la Sarthe, une plainte a été déposée à la suite d'un jeu malsain qui a dérapé. Le jeu serait celui de l'olive. Cinq lycéens à l'origine de l'agression présumée ont été immédiatement expulsés de l'établissement.

L'addiction aux jeux vidéo bientôt reconnue comme maladie par l'OMS

Publié le samedi 6 janvier 2018 à 15h26

par [France Inter avec](#), [Véronique Julia](#)

L'Organisation mondiale de la santé va inscrire la pratique excessive de jeux vidéo dans sa 11e liste de Classification internationale des maladies. Une affection qui sera définie par trois critères très précis mais dont les causes sont aujourd'hui encore largement débattues.

La notion même "d'addiction" fait débat, certains spécialistes préférant parler de "pratique excessive" des jeux vidéo (photo d'illustration) © Maxppp / Gérard Launet

Le "gaming disorder", trouble de l'addiction aux jeux vidéo, va être reconnu par l'Organisation mondiale de la santé et sera ajouté à la 11e liste de la Classification internationale des maladies (CIM), qui sera publiée en juin prochain, a précisé vendredi un porte parole de l'OMS, confirmant ainsi une information cette semaine du magazine américain *Psychology Today*.

Cette classification en maladie n'étonne pas les spécialistes de l'addiction, vu l'importance des écrans dans nos vies désormais, même si le sujet divise la communauté scientifique. En France, l'Académie de médecine préfère parler d'ailleurs de "pratique excessive" plutôt que d'addiction.

Trois symptômes définis

Les critères retenus par l'OMS sont précis. Pour être considéré comme addict, le joueur devra présenter, pendant au moins une année, trois symptômes : un mauvais contrôle de son rapport au jeu, en terme de fréquence notamment, une priorité donnée au jeu par rapport aux autres activités de la vie quotidienne et une persistance au jeu malgré les conséquences négatives qui en découlent, en terme de relation aux autres notamment.

Si la reconnaissance de cette addiction en tant que maladie n'était pas gagnée il y a quelques années, Jean-Pierre Couteron, psychologue addictologue et président de la fédération Addiction, relève que le sujet est de plus en plus documenté et plaide pour cette reconnaissance.

Le "gaming disorder" fait pourtant débat, car si certains estiment que l'addiction vient de l'objet, et donc du jeu, d'autres estiment que le trouble est d'abord inhérent à la personne, avec des pathologies préexistantes.

Cette reconnaissance en maladie aura au moins un avantage, celui de permettre une meilleure prise en charge médicale de ces troubles. Elle incitera ou contraindra aussi peut-être les fabricants à éditer des jeux qui rendent moins captifs et moins addicts.

Ados et porno : l'inquiétante dérive

> [Société](#) | Christine Mateus | 07 juin 2018, 20h32 | MAJ : 08 juin 2018, 6h58 | 26



Un rapport pointe les risques de l'addiction au porno pour les jeunes consommateurs. LP/Arnaud Dumontier

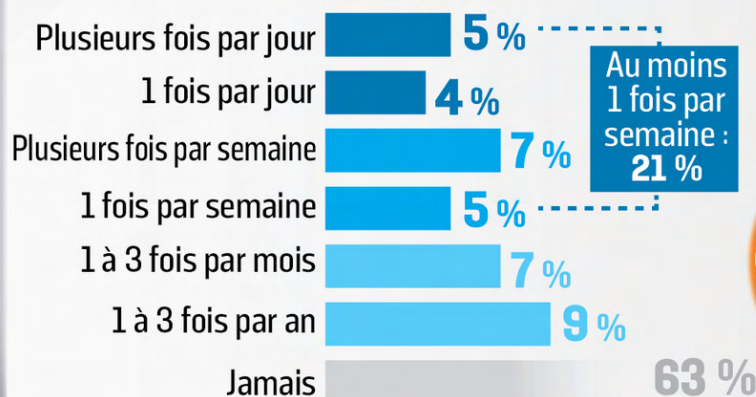
Nos ados sont-ils devenus accros au porno ? Une vaste enquête remise ce vendredi aux parlementaires révèle un phénomène alarmant.

« Il n'y a jamais eu autant d'individus si proches d'un danger potentiel. » De quelle épée de Damoclès parle le politologue Dominique Reynié ? Des vidéos X. « Chez les 14-15 ans, 8 % regardent du porno plusieurs fois par jour dont 5 % de filles. Ils font leur apprentissage de la sexualité dans les pires conditions », s'alarme-t-il.

Ces résultats proviennent d'une vaste enquête sur les jeunes et les addictions (alcool, tabac, cannabis, écrans...) que nous dévoilons. Parmi ces comportements à risque, le porno, donc.

Une addiction bien présente

Fréquence à laquelle les jeunes de 14 à 24 ans regardent des films ou des photographies à caractère pornographique :



46 %
des garçons en
ont déjà visionné,
contre **28 %** des
filles

92 %
des jeunes consi-
dèrent qu'il est facile
d'accéder
à ces contenus

Méthodologie : enquête Ipsos pour le Fonds Actions Addictions, la Fondation Gabriel Péri et la Fondation pour l'innovation politique. Réalisée en ligne du 30 mars au 5 avril 2018, sur un échantillon de 1 000 jeunes âgés de 14 à 24 ans représentatif de cette population.

SOURCE : RAPPORT D'ENQUÊTE « LES ADDICTIONS CHEZ LES JEUNES (14-24 ANS) ».
LP/INFOGRAPHIE - ANAÏS RENAUD.

Réalisés par la Fondation pour l'innovation politique, que Dominique Reynié préside, le [Fonds actions addictions](#) et la fondation Gabriel-Péri, ces travaux pointent les risques pour les jeunes consommateurs : crises d'anxiété, troubles du sommeil, perte de l'estime de soi, [représentation faussée des rapports sexuels](#)...

LIRE AUSSI > [Ados et porno : les parents se voilent la face](#)

Des habitudes qui peuvent aller jusqu'à l'addiction, c'est-à-dire une consommation qu'on ne peut plus maîtriser.

Une consommation effrénée

L'enquête sera remise ce vendredi aux parlementaires alors qu'un plan national de mobilisation contre les addictions est en cours de finalisation. Objectifs ? Que le gouvernement ne rate pas le coche et saisisse l'urgence. Ces experts d'horizon divers le jurent : il ne s'agit pas de jouer les pères la pudeur, de faire paniquer les parents ou culpabiliser les ados qui consultent ces sites ponctuellement.

Mais le fait est que des [millions de contenus sont aujourd'hui à disposition](#), de façon permanente, sans restriction d'âge et sans aucune forme de contrôle. Plus grave encore : on assiste à une escalade dans la diffusion de pratiques de plus en plus extrêmes. Ce que confirme [Ovidie, actrice X](#) devenue réalisatrice de documentaires, dans son récent ouvrage, « A un clic du pire »*. Elle y dénonce un « Far West », « une pornographie accessible aux enfants qui s'est dégradée avec les années » et invite surtout les parents à ne pas faire la politique de l'autruche en en parlant avec leur progéniture.

Une mise en garde unanime

La semaine prochaine, le Collège national des gynécologues et obstétriciens tirera à son tour le signal d'alarme sur les dangers de cette exposition chez les plus jeunes. La mise en garde est d'autant plus unanime que l'âge de la première visite sur ces sites recule : 14 ans et 5 mois, soit trois mois de moins qu'en 2013 d'après une étude Ifop pour l'Observatoire de la parentalité et de l'éducation numérique.

LIRE AUSSI > [«On voit ce qui fait plaisir aux filles»](#)

Il semble en effet loin le temps où les adolescents devaient louvoyer, en pleine nuit, pour regarder le film mensuel diffusé en crypté sur Canal + ou s'échanger des cassettes vidéo ou des revues sous le manteau. Désormais, ces images sont à la portée de tous. Et, avec l'accès au smartphone de plus en plus tôt, peu de chance que cela change... si rien ne change.

* « A un clic du pire, la protection des mineurs à l'épreuve d'Internet », d'Ovidie, aux éditions Anne Carrière.

L'enquête sur les addictions chez les jeunes est disponible à partir de ce vendredi matin sur [fondapol.org](#), [gabrielperi.fr](#) et [addictaide.fr](#)

[SociétépornographieaddictionadolescentJeunes et addictions](#)

<http://www.leparisien.fr/societe/ados-et-porno-les-parents-se-voilent-la-face-07-06-2018-7759449.php>

Ados et porno : les parents se voilent la face

> [Société](#)|Christine Mateus avec Aymeric Renou|07 juin 2018, 21h56|MAJ : 08 juin 2018, 7h00|1

1Les parents minimisent la fréquence de visionnage de vidéos pornographiques chez leurs enfants. LP/Rachel Bottoni

Seulement 7 % des parents imaginent que leurs enfants regardent du porno au moins une fois par semaine.

Parents, vous avez des œillères... Lorsqu'on aime, on juge mal. C'est un fait. Mais le décalage entre la réalité et votre perception peut entraîner un défaut de vigilance dangereux. Et pour le porno, certains refusent même de s'y intéresser.

« Oh, c'est son jardin secret », lance Dona, en parlant de son fils Yanis âgé de 17 ans. Et pour sa fille de 14 ans, est-elle attentive sur une éventuelle consultation de sites pornos ? « Les filles ça n'en regarde pas, enfin ! »

LIRE AUSSI > [Ados et porno : l'inquiétante dérive](#)

« Plus jeune, j'ai vu des films X - qui étaient d'ailleurs à mon père - et mes parents ne m'ont jamais fait la morale là-dessus. Je ne le ferai pas non plus à mon fils, tranche David, père d'un ado de 13 ans. Lorsque je me suis fait prendre, ça a été un bon moment de honte pour moi et pour ma mère aussi, qui m'a surpris. Je ne voudrais pas gêner mon fils à mon tour. S'il a des questions, je suis prêt à y répondre. Mais anticiper, ça non ! »

«Fallait ruser lorsque j'étais ado»

Âgé de 47 ans, nous lui faisons remarquer qu'il est tout de même beaucoup [plus facile d'avoir accès au porno](#) aujourd'hui. « C'est vrai, reconnaît-il. Fallait ruser lorsque j'étais ado. En fait, il faudrait trouver un moyen efficace pour bloquer les sites aux mineurs ».

Tous les comportements à risque sont sous-estimés par les parents, sauf les drogues. Avec une originalité pour le porno toutefois. Si ces derniers imaginent le pire, en exagérant l'exposition de leurs enfants, ils minimisent en revanche la fréquence de ces visionnages.

1

52 % pensent ainsi que leurs enfants en ont déjà vu, alors que « seulement » 37 % des jeunes l'ont fait. Mais là où le bât blesse, c'est qu'ils ne sont que 7 % à se figurer que leurs enfants en regardent au moins une fois par semaine alors qu'ils sont trois fois plus nombreux à le dire (21 %). Moins nombreux certes, mais plus assidus.

« J'ai été jeune et je sais les sollicitations des copains. La cigarette, l'alcool et le porno sont, qu'on le veuille ou non, des rites sociaux chez les garçons. Je m'y suis un peu résolu pour mon fils de 15 ans même si je l'ai interrogé sur sa consommation de tabac lorsqu'il est rentré un soir en sentant la cigarette, explique Julien, consultant en transformation digitale. Il me dit le faire occasionnellement. Je n'ai pas insisté. Le porno ? J'imagine qu'il en regarde, mais je ne sais pas à quelle fréquence. Je n'ose pas lui en parler, sa mère non plus. Par pudeur je crois. »

Conseils : surveillez au moins l'historique

Il est difficile d'empêcher un ado de consulter du porno sur son smartphone, par des moyens technologiques.

Autant l'avouer tout de go : impossible d'empêcher à 100 % et de façon préventive un ado d'aller, via son smartphone ou sa tablette, consulter des images et vidéos pornographiques. Les logiciels de contrôle parental les plus performants pourront, au mieux, limiter l'accès à certains sites. Mais les réseaux sociaux, et plus encore les smartphones des copains et copines seront eux toujours à disposition...

LIRE AUSSI > [Le porno vu par des ados : «On voit ce qui fait plaisir aux filles»](#)

Inutile également de miser sur les logiciels « espion », comme Mspy ou encore Spyzie pour ne citer que les deux plus connus, qui promettent monts et merveilles en fournissant des rapports complets sur l'activité numérique d'un utilisateur. En plus d'être chers (comptez entre 30 et 40 euros d'abonnement mensuel), ils se révèlent inefficaces si l'on en croit les nombreux commentaires d'utilisateurs sur les forums de discussion.

La solution la plus radicale est encore, pour un pré-ado (à partir de la sixième), d'opter pour un téléphone portable simple, limité aux appels et SMS. Pour les plus « grands », équipé eux d'un smartphone connecté, une surveillance régulière, avec leur accord, de l'historique des sites web consultés pourra limiter les dégâts et, encore mieux, susciter un débat autour du sujet de la pornographie.

[Société pornographie addictions adolescents site porno](#) [Contrôle parental](#)

<http://www.leparisien.fr/societe/le-porno-vu-par-des-ados-on-voit-ce-qui-fait-plaisir-aux-filles-08-06-2018-7759935.php>

Le porno vu par des ados : «On voit ce qui fait plaisir aux filles»

> [Société](#) | Christine Mateus | 08 juin 2018, 6h39 | 0

1 Les adolescents ont désormais accès très facilement aux contenus pornographiques. Getty Images/iStockphoto

15 % des 14-17 ans affirment en regarder au moins une fois par semaine. Des adolescents se sont confiés sur leur relation à la pornographie.

Rires gênés, œillades en coin à l'adresse des copains qui en disent long. Difficile pour des ados de parler d'une chose aussi intime, le tabou des tabous, à une adulte qui pose ces questions : « Est-ce que vous regardez du porno et à quelle fréquence ? ».

Blocage, ça botte en touche et ça vane. Allons voir ailleurs et posons la question différemment à des personnes seules cette fois : « 15 % des 14-17 ans affirment en regarder au moins une fois par semaine. Qu'est-ce cela t'inspire ? Tu penses que c'est un pourcentage réaliste ? ».

LIRE AUSSI > [Ados et porno : l'inquiétante dérive](#)

Paris XXe, Emir, un lycéen de 16 ans fait mine de réfléchir. « Vous voulez dire un film en entier ou juste des scènes ? ». « Juste des scènes » suffira. « Bah oui et je pense que c'est même plus ». Plus ? « Des fois, lorsque vous allez sur Internet, vous avez des messages disons... bizarres qui s'affichent seuls ». « Et tu cliques dessus ? ». « Parfois... pour voir. Pour me marrer. Par curiosité. » « On ne te demande pas si tu es majeur avant de cliquer ? ». « Si, mais je réponds *oui*. C'est pas très compliqué et puis il y a beaucoup de vidéos qui circulent en streaming librement sans cette précaution. Vous pensez que c'est mal ? »

« On s'envoie aussi des trucs entre potes »

Je rassure Emir et lui explique que je ne suis pas là pour le juger. « Il y a des longues périodes où je n'en regarde pas du tout et puis, parfois, plusieurs fois par semaine. On s'envoie aussi des trucs entre potes, avec nos portables. »

Parle-t-il sexualité à la maison ? Aïe, il se referme comme une coquille. « Mais non, ça va pas ? ». Bon, posons la question autrement. « Penses-tu que ce que tu regardes représente la réalité de la sexualité ? ». Petit sourire embarrassé : « Bah on y voit ce qui fait plaisir aux filles. »

Dilemme : comment cacher le léger malaise que cette réponse provoque sans tomber dans le ton moralisateur et le gêner ? L'ado le perçoit (pardon Emir...) et ajoute, très vite, comme une leçon qu'il aurait bien apprise : « Mais seulement si elles sont consentantes ! ».

Une parole plus libre chez les filles

Plus loin, un groupe de lycéennes en classe de terminale discutent. Selon l'enquête, si 18 % des garçons regardent du porno au moins une fois par semaine, le taux est à 12 % chez les filles. A partir de 18 ans, l'écart se creuse et concerne 33 % des hommes contre 16 % des femmes.

Chez les filles, la parole est plus libre. « Les premières images de film porno que j'ai vues ? J'avais 11 ans. Ce sont mes cousins qui me les ont montrées. J'ai trouvé ça horrible et en même temps j'étais fascinée », témoigne Lucile, 17 ans. Pourquoi ? « C'est super secret la sexualité des adultes, là j'y ai accès. On brave l'interdit ».

« Le porno fout la pression des deux côtés »

A ses côtés Anna pense tout haut : « Le problème c'est quand tu tombes sur un mec qui s' imagine qu'[il va pouvoir te faire les mêmes trucs](#) pour pouvoir se vanter auprès de ses potes. A force d'en voir, pour certains, le porno c'est la norme ». J'ose un « c'est arrivé ? ». « Ouais et je lui ai vite mis un stop. Mais plein de filles se disent que c'est comme ça sinon, elles se considèrent comme nulles. En fait, le porno fout la pression des deux côtés ».

« C'est que du cinéma, souffle sa copine Amandine. Il ne faut pas en faire tout un drame. On sait bien qu'ils en rajoutent, ça ne va pas nous détraquer le cerveau. On sait faire la différence avec nos histoires. C'est que du fantasme, même si je suis déjà tombée sur des choses violentes qui ne devraient pas être disponibles ».

Parle-t-elle sexualité à la maison avec ses parents ? « Oh oui ! Ils n'arrêtent pas de m'alerter là-dessus. Genre : *Sois maîtresse de ton corps*. » Elle vient peut-être de là, la différence entre les jeunes qui prennent ou non du recul face à ces images.

1

[Société pornographie adolescent](#) [Addiction au porno](#)

inserer : lemonde-2-et-3-septembre-2018-Mon-pieu-tout-puissant.pdf

FichierÉditionAffichageHistoriqueMarque-pagesOutils?

Page de démarrage de Mozilla...NETFLIX SERVICES FRANCE S...

https://www.infogreffe.fr/entreprise-societe/804610715-netflix-services-france-sas-750114B18673.htmlRechercher

Les plus visitésDébuter avec FirefoxFrance TelecomOrangePersonnaliser les liensVoila

Afin de faciliter votre navigation sur son site web et de réaliser des statistiques d'audience anonymes, Infogreffe souhaite émettre un cookie sur votre ordinateur. Vous pourrez le supprimer à tout moment ou obtenir plus d'informations en consultant notre page « cookies ».

Accepter

infogreffe

Entreprendre en confiance

MON COMPTE

Créer un compte

Mail ou n° Client-n° Utilisateur

Mot de passe

☐ Mémoriser le mot de passe sur cet ordinateur

CONNEXION

MON PANIER

MA LANGUE

FR

UK

Documents Officiels

Surveillances d'entreprises

Formalités au RCS

Suivi du contentieux

Autres services

RECHERCHER

Entreprise, dirigeant, greffe, formalité, actualité, nom, nom + code postal, SIREN...

Ou utilisez la recherche avancée

Aujourd'hui : 3370 mises à jour enregistrées sur les entreprises

NETFLIX SERVICES FRANCE SAS

PARTAGER LE LIEN VERS CETTE FICHE ENTREPRISE

Surveillance indisponible

EFFECTUER UNE FORMALITÉ

Sélectionner

NOUVELLE RECHERCHE AVANCEE

804 610 715 R.C.S. PARIS

Greffe du Tribunal de Commerce de PARIS

INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE NETFLIX SERVICES FRANCE SAS

IDENTITÉ

ÉTABLISSEMENT(S)

7 ACTES DÉPOSÉS

ANNONCES BODACC

VOIR LES DOCUMENTS OFFICIELS

SIÈGE SOCIAL - NETFLIX SERVICES FRANCE SAS

148 RUE DE L'UNIVERSITÉ

75007 PARIS

Voir le plan

SIRET - NETFLIX SERVICES FRANCE SAS

804 610 715 00026

FORME JURIDIQUE

Société par actions simplifiée à associé unique

ACTIVITÉ (CODE NAF)

7022Z : Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion

Autres entreprises avec la même activité dans le département : VILLE DE PARIS

INSCRIPTION

Immatriculée le 16/09/2014.

Radiée le 13/10/2016.

DERNIERS CHIFFRES CLÉS - NETFLIX SERVICES FRANCE SAS

Clôture	CA	Résultat	Effectif
31/12/2015	36 244 K€	1 128 K€	6

ACTES DÉPOSÉS

Voir les 7 actes

DOCUMENTS OFFICIELS

<http://www.france24.com/fr/20180220-tuerie-parkland-lycee-jeunesse-americaine-fer-lance-mouvement-anti-armes-a-feu>

Ces jeunes Américains fer de lance du mouvement anti-armes à feu

© Rhona Wise, AFP | Emma Gonzalez, 18 ans, a pris la parole lors d'un rassemblement anti-armes à feu samedi 18 février à Fort Lauderdale (Floride).

Texte par [Françoise MARMOUYET](#) , [Claire MUFSON](#)

Dernière modification : 21/02/2018

Depuis le massacre du lycée de Parkland (Floride), de jeunes américains, pour la plupart survivants de la tuerie, se mobilisent pour le durcissement des législations sur les armes. Ce jour-là, 17 personnes, majoritairement des lycéens, ont été tuées.

Ils s'appellent Emma Gonzalez, Cameron Kasky, ou encore Lane Murdock et ont, pour les plus âgés d'entre eux, à peine plus de 18 ans. Depuis le [massacre perpétré dans un lycée de Parkland](#), en Floride, le 14 février, où 17 personnes – [majoritairement des lycéens](#) – ont été abattus par semi-automatique, ils sont les nouveaux visages du mouvement anti-armes à feu aux États-Unis.

Ces adolescents, pour la plupart survivants du massacre, tentent d'initier une mobilisation contre la législation sur les armes à feu dans leur pays, où le port d'armes est autorisé par le deuxième amendement de la Constitution. Depuis la fusillade, ils se sont exprimés dans de nombreux médias américains, ont pris la parole lors de rassemblements, et s'activent sur les réseaux sociaux sous la bannière [#NeverAgain](#) ("Plus jamais"). Il ne suffit pas de prier pour que cela ne se reproduise plus, clament-ils, il faut changer la loi pour faire cesser les tueries de masse. Cette mobilisation pourra-t-elle faire évoluer la législation américaine ? Elle semble, en tout cas, avoir plus d'impact que d'autres auparavant.

Une délégation de lycéens doit ainsi être reçue mardi 20 février au Capitole de l'État de Floride, à Tallahassee, pour rencontrer des élus locaux la veille d'une manifestation.

EMMA GONZALEZ, RESCAPÉE DE LA FUSILLADE DE FLORIDE, S'ADRESSE AUX POLITIQUES AMÉRICAINS

La chaîne de télévision CNN organise mercredi un débat sur les armes à feu diffusé dans tout le pays, auquel participeront des camarades de classe des victimes, ainsi que des parents et des responsables politiques de Floride.

Par ailleurs, les survivants ont annoncé l'organisation d'une grande manifestation à Washington le 24 mars pour réclamer le vote rapide d'une loi renforçant la réglementation sur les armes à feu.

"Honte à vous"

Ces survivants de la tuerie de Parkland, camarades des lycéens tués, sont en première ligne du mouvement. Et, parmi eux s'est distinguée Emma Gonzalez, 18 ans, dont l'image a fait le tour du monde. Le 17 février, lors d'une manifestation à Fort Lauderdale (Floride), son discours poignant et plein de colère a ému la foule et fait le tour des réseaux sociaux.

Cheveux ras et visage aux traits encore enfantins, elle s'est adressée aux responsables politiques américains. "À tous les hommes politiques ayant reçu des dons de la NRA [National Rifle Association], honte à vous", a-t-elle lancé, après avoir fustigé Donald Trump pour avoir reçu le soutien de l'association pro-armes à feu pendant la campagne présidentielle de 2016.

"Si le président me dit en face que c'était une terrible tragédie (...) et qu'on ne peut rien y faire, je lui demanderai combien il a touché de la National Rifle Association. Je le sais : 30 millions de dollars", a dit rageusement la jeune fille de 18 ans. Elle était cachée dans l'amphithéâtre du lycée quand Nikolas Cruz, ancien élève de l'établissement, a ouvert le feu dans les couloirs.

Mercredi, sur CNN, elle aura notamment face à elle le sénateur républicain de Floride, Marco Rubio, vivement critiqué pour avoir accepté des millions de dollars de financement politique de la part du lobby des armes.

Parler haut et fort

Peu après le massacre, Cameron Kasky, un lycéen en classe de première au lycée de Parkland, est lui aussi apparu dans de nombreux médias pour dénoncer les lois américaines. Avec deux autres amis du lycée, il a fondé le groupe Facebook ["Never again"](#), pour rassembler les témoignages et les marques de soutien aux élèves de Parkland. Sous le hashtag #NeverAgain, les citoyens américains expriment désormais leur indignation et en appellent à un changement de législation.

Le jour de la fusillade, David Hogg a quant à lui sorti son téléphone portable pour faire témoigner ses amis cachés à ses côtés dans un placard pour échapper à la tuerie. Sur ces courtes vidéos publiées sur le Net, des jeunes réclament déjà une révision des lois sur le port d'arme.

À l'autre bout du pays, d'autres adolescents ont pris la parole. Lane Murdock, une élève de 15 ans qui vit dans le Connecticut, à une trentaine de kilomètres de l'école élémentaire Sandy Hook, théâtre du massacre de 20 enfants et six adultes en décembre 2012, a lancé [une pétition en ligne](#). Objectif : appeler les lycéens à manifester pour commémorer le 19e anniversaire de la tuerie de Columbine (12 élèves et un professeur tués en 1999), le 20 avril prochain. Plus de 73 000 signatures ont pour l'heure été récoltées.

Lane Murdock

[@lanemurdock2002](#)

Hi twitterverse! I want to thank you for the overwhelming support with [#NationalSchoolWalkout](#). There is a lot of work to be done and we are pushing forward steadily. Love to you all.

[16:11 - 19 févr. 2018](#)

"Ces jeunes sont nés dans un monde meurtri par l'attaque de Columbine et sont rompus aux exercices de sécurité et aux comportements à adopter en cas d'attaque (...) Avec leurs amis, ils se sont demandés si cela pouvait se produire dans leur établissement et qui était susceptible de passer à l'acte. Aujourd'hui, cette génération est presque adulte. Et quand un tueur abat 17 personnes dans leur lycée de Parkland, la première réponse de nombre de ses camarades n'est pas de faire son deuil en silence, mais de parler haut et fort (...) pour prendre part au débat national sur les armes à feu", [analyse ainsi le New York Times](#).

Plus de 13 000 homicides par arme à feu depuis 2015

Andrew Patrick, chargé des relations presse pour la "Coalition contre les violences par arme à feu", voit dans ce nouvel activisme l'opportunité de faire pression sur les législations qui ont court dans les différents États américains. "Ce mouvement de lycéens s'ajoute à une longue liste de mobilisations, comme celle de la communauté LGBT après le massacre d'Orlando, qui sont en train de construire une coalition pour

vaincre le lobby des armes à feu et faire des États-Unis un pays plus sûr", a-t-il confié à France 24.

Donald Trump a-t-il entendu la colère et la détermination de ces adolescents ? Le président américain a en tout cas fait savoir, le 19 février, qu'il soutenait un renforcement du contrôle des antécédents des acheteurs d'armes à feu.

Depuis le début de l'année, 18 fusillades ont été recensées dans des établissements scolaires aux États-Unis. Près de 13 000 homicides par arme à feu ont été perpétrés depuis 2015, et plus de 4 400 de ces victimes avaient moins de 24 ans, indique le Centre fédéral de contrôle et de prévention des maladies (CDC) dans son dernier rapport sur la mortalité aux États-Unis.

<http://www.lefigaro.fr/international/2018/02/15/01003-20180215ARTFIG00269-tuerie-dans-un-lycee-en-floride-un-adolescent-au-gout-immodere-pour-les-armes-a-feu.php>

Tuerie dans un lycée en Floride : un adolescent au goût immodéré pour les armes à feu

- Par [Roland Gauron](#)
- Mis à jour le 20/03/2018 à 10:41
- Publié le 15/02/2018 à 17:30

VIDÉO - Nikolas Cruz, 19 ans, avait précédemment été exclu du lycée de Parkland où il a tué 17 personnes mercredi. Ses anciens camarades le décrivent comme solitaire et passionné par les armes. Selon une association de lutte contre l'antisémitisme, il faisait partie d'un groupuscule néofasciste.

Armé d'un fusil d'assaut, un masque à gaz sur le visage et des grenades fumigènes à la main, l'adolescent est entré dans l'établissement avant de déclencher peu avant la fin des cours l'alarme incendie pour faire sortir les 3300 élèves de leur salle de classe. Nikolas Cruz, 19 ans, a tué 17 personnes et blessé 13 autres mercredi dans un lycée de Parkland, en Floride. L'auteur de la fusillade s'est finalement rendu aux

autorités, sans opposer de résistance. Il a été mis en examen de 17 meurtres avec préméditation. La police n'a pour l'heure livré aucun motif. «C'est juste le mal à l'état pur», a déclaré, sans doute un peu désarmé, le gouverneur de Floride, Rick Scott. Le portrait du tireur, encore parcellaire, laisse poindre le visage d'un adolescent à problèmes, vouant une passion malsaine aux armes.

» **LIRE AUSSI - Dix-sept personnes abattues dans une école de Floride par un ancien élève**

Nikolas Cruz connaissait parfaitement la Marjory Stoneman Douglas High School pour l'avoir fréquentée, ce qui explique notamment le nombre élevé de victimes. Il en avait été expulsé l'année dernière pour des raisons disciplinaires, fait savoir le shérif du comté, Scott Israel, sans en préciser la raison précise. Mais son passage n'avait pas laissé une grande impression chez les enseignants. «Il y a eu des problèmes quand il a menacé des étudiants l'année dernière et je pense qu'on lui a dit de quitter le campus», se souvient dans le Miami Herald Jim Gard, professeur de mathématiques qui l'a eu dans sa classe. L'enseignant croit aussi savoir que la direction avait même prévenu de ne plus accepter l'élève sur le campus. Il avait, à en croire plusieurs lycéens cités dans la presse locale, apporté une arme à feu dans son sac à dos.

«Une sorte de paria»

Les lycéens qui l'ont côtoyé, eux, se souviennent surtout de sa passion immodérée pour les armes. Sur un compte Instagram, identifié comme le sien par plusieurs médias, Nicolas Cruz exhibe des armes en tout genre. Des messages «très, très alarmants», reconnaît le shérif. «Il était fou d'armes à feu», confie à Reuters Chad Williams, 18 ans. «Il n'avait pas beaucoup d'amis». «Une sorte de paria», précise-t-il. Il aimait tirer «parce que ça lui procurait une sensation d'ivresse», assure un autre élève sur la chaîne locale WSVN-7. L'adolescent avait participé à une formation financée par l'armée. Et Nikolas Cruz aurait pris part à des entraînements paramilitaires ainsi organisés par la «Republic of Florida», un groupuscule prônant la supériorité de la race blanche.

«Nous n'avons reçu aucun avertissement, aucune indication», s'est défendu Robert Runcie, le proviseur du lycée. «À notre connaissance, aucune menace n'avait été

proférée.» Mais, selon BuzzFeed, le FBI avait été alerté en septembre dernier par un abonné de la plateforme YouTube sur le commentaire laissé par un utilisateur du même nom: «Ça sera mon métier d'aller tirer dans les écoles». Peu après la tuerie, la police fédérale aurait appelé cet abonné à propos du signalement, toutefois les enquêteurs n'étaient pas parvenu à déterminer qui était l'auteur du mystérieux commentaire. Le FBI n'a pas formellement confirmé que l'utilisateur signalé était bien l'auteur de la fusillade.

Né en septembre 1998, Nikolas Cruz a passé toute son enfance à Parkland, où il a été adopté par un couple dès son plus jeune âge avec son petit frère. Son père adoptif est décédé à ses six ans, sa mère en novembre dernier d'une pneumonie. «Je sais qu'elle avait eu quelques problèmes avec eux, surtout l'aîné. (...) Il avait comme des difficultés émotionnelles», raconte dans le Sun Sentinel une proche de la famille. Selon elle, il était sous traitement pour cette raison. Après le décès de sa mère, Nikolas Cruz a été recueilli chez des amis à Broward. «Il était un peu excentrique et il était déprimé par la mort de sa mère, mais qui ne le serait pas?», raconte dans le même quotidien l'avocat de cette famille qui préfère rester anonyme. Il précise que le fusil d'assaut de type AR-15 appartenait à l'adolescent. L'arme était rangée dans une armoire fermée. Seulement, Nikolas Cruz en possédait la clé.

Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge

Date: 28/10/2011

"Watch Now" sur Netflix

Comme la société l'avait annoncé, Netflix a perdu des abonnés au cours du troisième trimestre 2011. La hausse de ses tarifs de 60%, soit un passage de 10\$ à 16\$ pour l'abonnement le moins cher (un DVD par mois et streaming illimité), et ses tergiversations concernant la séparation du service de location de DVD et de streaming (Lire [Les tergiversations de Netflix et les excuses de son Président](#), Médiamétrie, 11 octobre 2011) ont déplu à ses clients qui ont quitté le service en masse.

Netflix a annoncé compter 23,8 millions d'abonnés au 30 septembre 2011, soit 200 000 de moins que ce que la société avait annoncé début septembre, lorsqu'elle avait révisé ses attentes à la baisse. La compagnie comptait 24,6 millions d'abonnés au deuxième trimestre 2011 et en a donc perdu environ 800 000.

Wall Street a immédiatement réagi et dans les heures qui ont suivi cette annonce, lundi 24 octobre, la valeur des actions de Netflix a baissé de 32\$, soit moins 27%, pour atteindre 86,99\$ en fin de journée. Le cours de l'action avait pourtant déjà chuté de 61% depuis le mois de juillet où il culminait à 300\$.

Pourtant, 23,8 millions d'abonnements, c'est déjà 41% de plus qu'à la même période en 2010. Mais le troisième trimestre 2011 est le 1^{er}, depuis des années, au cours duquel le nombre de clients a baissé. Il marque la fin d'une suite de 7 trimestres, soit presque deux ans, au cours desquels Netflix a enregistré, à chaque fois, 1 million d'abonnés supplémentaires.

La société a également annoncé, dans un courrier à ses actionnaires, qu'elle prévoyait d'enregistrer des pertes au cours des trimestres à venir, suite au lancement de son service au Royaume-Uni et en Irlande : « Le lancement de notre service au Royaume Uni et en Irlande va nous rendre déficitaire au niveau mondial. En effet, les bénéfices réalisés aux Etats-Unis ne nous permettront pas de couvrir les dépenses occasionnées par notre développement à la fois international et national ». Ce développement va positionner Netflix en concurrence directe avec LoveFilm d'Amazon qui compte plus d'1,6 million d'abonnés au Royaume Uni et en Europe. Toutefois, Reed Hastings, CEO de Netflix, a souligné que cet investissement était à considérer sur le long terme et qu'il deviendrait profitable à mesure que le haut débit se généraliserait au Royaume Uni. Il a également annoncé que la société ralentirait ensuite son développement international afin de renforcer sa base de fidèles avant de s'attaquer à de nouveaux territoires.

Netflix aurait enregistré près de 510 000 nouveaux abonnements à l'étranger sur le trimestre, mais les investissements nécessaires pour étendre ses activités à l'international semblent avoir été plus importants que les bénéfices engrangés par les abonnements. La société a en effet annoncé près de 23 millions de pertes dues à ses opérations à l'international. Netflix escompte entre 1,6 et 2 millions d'abonnés à l'étranger à la fin du quatrième trimestre 2011.

Malgré ces mauvais résultats en termes d'abonnés et à Wall Street, Netflix a annoncé un bénéfice net de 62,5 millions de dollars au cours du troisième trimestre, contre 38 millions de dollars il y a un an. Le chiffre d'affaires a atteint 821,8 millions de dollars, soit une hausse de 49% sur ce dernier trimestre par rapport au même trimestre il y a un an.

D'autre part, selon une étude récente de la société de management de trafic sur Internet Sandvine, Netflix représenterait 32,7% du trafic descendant aux heures d'affluence aux Etats-Unis. Par comparaison, le site YouTube génère 11,3% de ce trafic alors que 83% des internautes utilisent YouTube, contre 20% pour Netflix.

La réaction de la bourse semble donc disproportionnée par rapport aux chiffres annoncés par Netflix. Toutefois, elle indique peut-être que les investisseurs n'ont plus confiance dans la société et pensent que les choses pourraient encore empirer avant de s'améliorer de nouveau. S'appuyant sur une étude de consommateurs comparant l'offre de Netflix à celles d'Amazon et d'Apple, Reed Hastings a évalué à une année la période nécessaire pour que la compagnie se stabilise.

[Netflix Adds a New Woe: Red Ink](#), de Stu Woo et Ian Sherr, The Wall Street Journal, 25 octobre 2011

[Netflix subscribers down, Wall Street disappointed](#), de Greg Sandoval, CNET News, 24 octobre 2011

Géraldine Durand

Sur Le Même Sujet

- **Netflix : des résultats financiers en baisse, mais un nombre d'abonnés en hausse**
- **Netflix dépasse les 20 millions d'abonnés**
- **TiVo gagne son procès contre DISH, mais perd des abonnés**
- **Netflix perd Starz et près de 1000 titres disponibles en streaming**
- **De nouveaux profils pour les abonnés Netflix sur l'Apple TV**

1 - Accord The CW – Netflix : une première pour les deux sociétés « Mediamerica | 28.10.11

[...] de The CW et celles de Netflix, qui, face au mécontentement et à la baisse de ses abonnés (Lire Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge, Médiamétrie, 28 octobre 2011), cherche à renforcer son contenu en streaming. Les séries [...]

2 - Netflix menace-t-il la télévision traditionnelle ? « Mediamerica | 28.10.11

[...] de ses tarifs et de la séparation ratée de ses services de location de DVD et de streaming (lire Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge du 28 octobre 2011 et Les tergiversations de Netflix et les excuses de son Président du 11 octobre [...])

3 - Le marché du Home Vidéo aux Etats-Unis : le DVD en voie d'extinction d'ici 2021 « Mediamerica | 28.10.11

[...] de location (projet abandonné ensuite), et l'augmentation de ses abonnements mensuels (lire Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge, Mediamerica, 28 octobre [...])

4 - Le patron de Netflix explique comment sa société n'a pas fini de bouleverser le paysage audiovisuel américain « Mediamerica | 28.10.11

[...] de diviser Netflix en deux services distincts, l'un de streaming l'autre de location de DVD (Netflix perd 800 000 abonnés et devrait entrer dans le rouge, Médiamétrie, 28 novembre 2011) semble surmontés et l'action de Netflix a progressé de 345% [...]

Consulté le 9 mai 2018

Netflix

<u>Création</u>	<u>1997</u> ¹
Fondateurs	<u>Reed Hastings</u> , Marc Randolph
<u>Forme juridique</u>	<u>Société anonyme avec appel public à l'épargne</u>
<u>Action</u>	NFLX
<u>Siège social</u>	<u>Los Gatos</u> <u>États-Unis</u>
<u>Direction</u>	<u>Reed Hastings</u>
Actionnaires	<u>The Capital Group Companies</u> (8,08 %) ² , <u>BlackRock</u> (5,71 %) ³ , <u>The Vanguard Group</u> (5,57 %) ⁴ , <u>Morgan Stanley</u> (5,34 %) ⁵ et <u>Reed Hastings</u> (2,94 %) ⁶
<u>Activité</u>	<u>Vidéo à la demande</u> par abonnement
<u>Produits</u>	Netflix recommender system (d)
<u>Filiales</u>	Netflix <u>États-Unis</u> , Netflix <u>Canada</u> , Netflix <u>UK</u> , Netflix <u>France</u> , Netflix <u>Belgique-Luxembourg</u> , Netflix <u>Pays-Bas</u> , Netflix <u>Suisse</u> , Netflix <u>Allemagne</u> , Netflix <u>Autriche</u> , Netflix <u>Danemark</u> , Netflix <u>Irlande</u> , Netflix <u>Norvège</u> , Netflix <u>Suède</u> , Netflix <u>Finlande</u> , Netflix <u>Turquie</u> , et 42 autres en <u>Amérique latine</u> .
Effectif	3 500 (Temps complets 2015) ⁷
<u>Site web</u>	<u>https://www.netflix.com/fr/</u> ^[archive]
<u>Dette</u>	20 milliards de dollars (2017)
<u>Chiffre d'affaires</u>	11,7 milliards de dollars (2017) ⁸
<u>Résultat net</u>	559 millions de dollars (2017) ⁸

Netflix est une entreprise américaine proposant des films et séries télévisées en flux continu sur Internet, implantée à travers le monde. Elle a été fondée en 1997 et son siège est situé à Los Gatos en Californie. En avril 2018, Netflix compte 125 millions d'abonnés⁹.

Sommaire

- 1 Historique
- 2 Identité visuelle
 - 2.1 Logos
- 3 Services
 - 3.1 Location de DVD
 - 3.2 Films en flux continu
 - 3.3 Appareils compatibles
- 4 Environnement technique et humain
- 5 Expansion géographique
- 6 Différenciation de l'offre
 - 6.1 Les différents forfaits
- 7 Chiffres clés
- 8 Les productions originales Netflix
- 9 Séries
 - 9.1 Séries originales
 - 9.1.1 Séries en cours
 - 9.1.2 Séries jeunesse
 - 9.1.3 Série terminée ou annulée disponibles
 - 9.1.4 Séries futures
 - 9.2 Séries distribuées à l'international
 - 9.2.1 Pour Netflix France
 - 9.2.1.1 Séries en cours
 - 9.2.1.2 Série terminée disponibles
 - 9.2.2 Annoncées
 - 9.2.2.1 Pour 2018
 - 9.2.3 Autres pays
 - 9.3 Séries notables
 - 9.3.1 Séries en cours de production, disponible sur Netflix France et autres
 - 9.3.1.1 Science-fiction, super héros et Fantastique
 - 9.3.1.2 Drame et Thriller
 - 9.3.1.3 Sitcom et Drame
 - 9.3.2 Série terminée, disponibles sur Netflix France
 - 9.3.3 en intégrale
 - 9.3.3.1 Sitcom et Drame
 - 9.3.3.2 Science-fiction et Fantastique
 - 9.3.3.3 Drame
 - 9.3.4 en partie
- 10 Films
 - 10.1 Films originaux
 - 10.1.1 Drame
 - 10.1.2 Comédie
 - 10.1.3 Annoncés
 - 10.1.3.1 Pour 2018
 - 10.2 Films distribués à l'international
 - 10.2.1 Pour Netflix France
 - 10.2.2 Annoncés
 - 10.3 Documentaires originaux
 - 10.4 Stand-up originaux
 - 10.5 Talk-show originaux
- 11 Concurrence
- 12 Stratégie de communication
 - 12.1 Appel à la nostalgie
 - 12.2 Le paysage publicitaire
 - 12.3 D'autres moyens de marketing mis en place par Netflix

- 13Impact culturel
- 14Le prix Netflix
- 15Critiques
 - 15.1Critiques de l'offre
 - 15.2Critiques techniques
 - 15.3Critiques légales
- 16Notes et références
 - 16.1Notes
 - 16.2Références
- 17Voir aussi
 - 17.1Articles connexes
 - 17.2Liens externes

Historique

Le siège de Netflix à Los Gatos.

[Reed Hastings](#), qui a obtenu un diplôme d'intelligence artificielle à l'[Université Stanford](#), fonde en [octobre 1991](#) *Pure Software*, une application pour Unix, rachetée quelques années plus tard. Il se retrouve alors avec 75 millions de dollars en poche, grâce auxquels il crée Netflix en [1997](#), avec l'aide du développeur Marc Randolph.

La société est [enregistrée](#) le [29 août 1997](#)^{10,11}. Le [18 avril 1998](#), elle annonce, par un [communiqué de presse](#)¹², l'ouverture de son [site](#) ; les services offerts aux particuliers consistent alors [en la location ou en l'achat en ligne](#), le cas échéant après [réservation en ligne](#), de [disques vidéo numériques \(DVD\)](#) qui sont [livrés à domicile](#)^{11,13}. Elle compte alors 30 employés. Netflix a ensuite été disponible par abonnement mensuel en [septembre 1999](#).

L'idée est venue à [Reed Hastings](#) d'une contrariété après avoir dû verser 40 dollars à la suite d'un film loué, qu'il avait rendu trop tard¹.

En [2000](#), Netflix a été proposé à Blockbuster pour 50 millions de dollars mais la vente n'a pas abouti. La société fut introduite en bourse au [NASDAQ](#) le [22 mai 2002](#), pour la vente de 5 500 000 actions ordinaires au prix de 15 \$ par action¹⁴.

En [2009](#), Netflix possédait un catalogue de 100 000 titres et plus de 11 millions d'abonnés. En [2013](#), le service compte 40 millions d'abonnés dans 40 pays¹⁵.

En [Europe](#), l'opérateur a choisi le [Luxembourg](#) en [2011](#) pour y installer son siège social¹⁶.

Le [4 décembre 2012](#), [Disney](#) et Netflix signent un contrat de diffusion pour des films de [Walt Disney Animation Studios](#), [Pixar Animation Studios](#), [Marvel Studios](#) et [Disneynature](#), des anciens films à partir de [2013](#) et les nouveaux à compter de [2016](#)^{17,18}.

Le [15 février 2014](#), [Disney-ABC](#) accorde un contrat d'exclusivité à Netflix pour la série [Star Wars: The Clone Wars](#) de [Lucasfilm Animation](#) et une sixième saison avant le lancement en [2015](#) des productions [Marvel Television](#) et en [2016](#) de la diffusion en [streaming](#) des [studios Disney](#)¹⁹. Le [26 février](#) 2014, Disney annonce un budget de 200 millions de dollars sur trois ans pour produire dans la région de [New York](#) quatre séries [Marvel](#) destinées à Netflix et coproduites par [Marvel Television](#) et [ABC Studios](#)²⁰.

Le [24 juillet 2014](#), Netflix annonce que le siège social européen sera transféré aux [Pays-](#)

[Bas](#) en [2015](#)²¹. Le [17 juillet 2014](#), [Disney](#) et Netflix signent un contrat donnant l'exclusivité des nouveautés cinématographiques des studios Disney-Pixar-Marvel-Lucasfilm à Netflix au [Canada](#)²².

Afin d'accélérer son expansion internationale et de faire face au développement de la concurrence sur le marché de la vidéo à la demande sur Internet, le groupe a annoncé le [2 février 2015](#) vouloir lever 1 milliard de dollars²³. À la suite de cette annonce, l'agence de notation [Standard & Poor's](#) a changé la note de Netflix de « BB- » à « B+ »²⁴. Le [2 février 2015](#), Netflix annonce qu'elle proposera des vidéos de Disney, Pixar, Marvel et Lucasfilm en [Australie](#) alors que la date d'ouverture et les prix de l'offre ne sont pas encore connus²⁵.

Le [23 mai 2016](#), Netflix confirme l'arrivée en septembre des films récents de [Disney](#), comme convenu dans un contrat signé fin [2012](#)²⁶.

Installé depuis deux ans à Paris dans le VII^e arrondissement, Netflix décide le [24 août 2016](#) de transférer son siège social européen aux Pays-Bas dans l'optique de bénéficier d'une fiscalité plus avantageuse²⁷.

Le [31 juillet 2017](#), Disney-[ABC Studios](#), [Marvel Television](#) et Netflix annoncent prolonger le contrat initié en 2014 avec la ville de [New York](#) pour produire des séries Marvel avec un nouveau total de 135 épisodes²⁸. Le contrat initial prévoyait 60 épisodes pour quatre séries, [Daredevil](#), [Jessica Jones](#), [Luke Cage](#) et [Iron Fist](#), mais le succès des séries a déjà permis d'atteindre 80 épisodes ainsi que la production de deux séries dérivées [The Defenders](#) et [The Punisher](#)²⁸. Cette extension permet la production de plusieurs nouvelles saisons²⁸. Quant à l'action Netflix, sa capitalisation en a également tiré bénéfice, atteignant les de 69 072.70 MUSD en fin 2017²⁹. Le [11 août 2017](#), Netflix indique être en pourparler avec [Disney](#) pour conserver des droits de diffusion des films [Marvel](#) et [Lucasfilm](#) après l'expiration du contrat en 2019 malgré le lancement du service de VOD Disney^{30,31}.

Identité visuelle

Logos

Logo de Netflix de 1998 jusqu'en 2000

Logo de Netflix de 2000 à juin 2014 (encore utilisé sur les [téléviseurs déconnectés](#)).

Logo actuel de Netflix depuis juin 2014.

Services

Location de DVD

Netflix propose un service de location de [DVD](#) par correspondance. L'abonné paye une souscription mensuelle et reçoit les films de son choix par courrier³². Il n'y a pas de limite de temps mais il y a une limite de nombre de films que l'abonné peut avoir simultanément et qui dépend de son niveau d'abonnement.

Films en flux continu

Cet article doit être **recyclé** (11 septembre 2016).

Une réorganisation et une clarification du contenu paraissent nécessaires. [Améliorez-le](#), [discutez des points à améliorer](#) ou précisez les sections à recycler en utilisant [{{section à recycler}}](#).

En [2007](#), Netflix propose un service de film en flux continu pour les ordinateurs sur Internet, ainsi qu'un certain nombre d'appareils compatibles ([Xbox 360](#), [Xbox One](#), [PS3](#), [PS4](#), [Wii](#), [Wii U](#), [iOS](#)). Ce service est disponible par défaut aux abonnés du service standard de Netflix mais l'ensemble du catalogue n'est pas accessible.

Aux heures de pointe, c'est-à-dire en soirée, Netflix est responsable en [2011](#) d'environ 29,7 % du trafic [Internet](#) en [Amérique du Nord](#)³³.

En [2013](#), on peut lire une fiction Netflix à partir d'un téléviseur connecté [Samsung](#), [Panasonic](#), [LG](#), [Sony](#) ou encore d'un [Kindle](#) d'[Amazon](#). Plus de 1 000 supports sont ainsi compatibles, comme l'[Apple TV](#) ou encore une [tablette](#) ([Android](#), [iPad](#), [Kindle](#))¹⁵ et Windows 10 (PC, tablette, mobile). La même année, un Américain sur trois âgé d'entre 20 et 50 ans est abonné à ce service. Pour 8 dollars par mois, il a accès immédiatement et à volonté à plus de 100 000 titres³⁴.

Appareils compatibles

Produit	Constructeur	Type du matériel	Régions supportées	Haute définition supportée	Audio supporté	Sous titrage	Notes
Roku SD	Roku	Set-top box	États-Unis ³⁵	Non			channel store
Roku – HD, HD-XR, XD, XDS				720p			
Roku LT			États-Unis, Canada, Royaume-Uni / Irlande ³⁵	720p			
Roku 2 HD				720p			
Roku 2 – XD and XS				1080p ³⁶			
Roku 3				1080p		Oui	
Roku 4				4K		Oui	
BD300	LG	Lecteur Blu-ray					
BD640				1080p		Non	
BD-P2500/P2550	Samsung					Non ³⁷	

Produit	Constructeur	Type du matériel	Régions supportés	Haute définition supporté	Audio supporté	Sous titrage	Notes
BD-P1590						37	
BD-P1600, BD-P3600, BD-P4600				Oui		Non ^{37}	
LH50 Series	LG	Smart TV	toutes les régions	1080p	Dolby Digital 5.1	Oui	LG TV Application Store
BD370		Lecteur Blu-ray					
Xbox 360	Microsoft	Console de jeux vidéo	toutes les régions ^{38}	720p 39	Dolby Digital 5.1	Oui	Xbox Store
Xbox One/One S/One X			Argentine, Australie, Autriche, Belgique, Brésil, Canada, Colombie, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Irlande, Israël, Italie, Mexique, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Norvège, Suède, Suisse, Royaume-Uni, États-Unis ^{40}	1080p (Original Xbox One), 4K (One S, One X) 41	Dolby Digital Plus 5.1	Oui	
Nexus Player	Asus	Set-top box	États-Unis, Canada, Australie	1080p	Stéréo	Oui	
PlayStation 2	Sony	Console de jeux vidéo	Brésil	Non			
PlayStation 3			toutes les régions ^{42}	1080p 36	Dolby Digital 5.1	Oui	

Produit	Constructeur	Type du matériel	Régions supportés	Haute définition supporté	Audio supporté	Sous titrage	Notes
<u>PlayStation 4/PS4 Pro</u>				1080p (PS4), 4K (PS4 Pro)		Oui	
<u>PlayStation Vita</u>		<u>Console portable</u>	États-Unis, Canada, Amérique latine ⁴³	Non		Oui ⁴⁴	
<u>Wii</u>	<u>Nintendo</u>	<u>Console de jeux vidéo</u>	toutes les régions ⁴⁵	Non		Oui	
<u>Wii U</u>				1080p	Stéréo	Oui ⁴⁶	
<u>Nintendo 2DS</u>		<u>Console portable</u>		Non		Oui	
<u>Nintendo 3DS</u>			États-Unis, Canada ⁴⁷	Non		Oui	3D video support ⁴⁸
<u>TiVo S3, HD, HD XL, Premiere, Roamio</u>	<u>TiVo</u>	<u>Magnétoscope numérique</u>		720p			
<u>WD TV Live Plus</u>	<u>Western Digital</u>	<u>Set-top box</u>		720p			
<u>WD TV Live Gen 3 (2011)</u>				1080p ³⁶	Dolby Digital +	Oui	
<u>WD TV Play</u>				1080p			
<u>Apple TV(2^e génération)</u>	<u>Apple</u>		toutes les régions ⁴⁹	720p		Oui	
<u>Apple TV(3^e génération)</u>				1080p	Dolby Digital 5.1	Oui	
<u>Apple TV(4^e génération)</u>				1080p		Oui	

Produit	Constructeur	Type du matériel	Régions supportés	Haute définition supporté	Audio supporté	Sous titrage	Notes	
Boxee Box	D-Link		États-Unis	720p				
Chromecast	Google	Magnétoscope numérique	États-Unis, Canada, Brésil, Royaume-Uni, Pays-Bas, Pays nordique, Italie, Allemagne, Suisse, Espagne, Belgique ⁵⁰ .	1080p, 4K 51	5.1 audio	Oui		
Amazon Fire TV Stick	Amazon		Certains services ne sont pas disponible hors des États-Unis ⁵²	Dolby Digital Plus certifié, audio passe en 7.1 ⁵²				
YouView	YouView	Set-top box		1080p	Dolby Digital 5.1	Oui		
Rock-Box	Strong Australia	Magnétoscope numérique	Australie	1080p		Oui		
MPT		Magnétoscope numérique /Set-top box		1080p		Oui		
AN4				1080p		Oui		
AN4M				Magnétoscope numérique		1080p		Oui
WeTek Core	WeTek	Set-top box		4K	Stéréo	Oui		
Shield	Nvidia	Set-top box	Toutes les régions	4K		Oui		

Environnement technique et humain[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Pour passer d'un service de diffusion de DVD à un fournisseur dynamique de contenu hors ligne en streaming en une dizaine d'années, Netflix a su développer et proposer des solutions innovantes dans des domaines variés :

- une politique [Gestion des ressources humaines](#) inédite⁵³ : par le recrutement d'"adultes responsables", très bien rémunérés, ils ont abandonné le principe d'évaluation annuelle au profit

d'une évaluation continue, une liberté donnée dans les activités et les congés - illimités au choix du collaborateur, mais aussi la capacité de se séparer en se montrant généreux en matière d'indemnités de départ⁵⁴.

- de par son organisation [agile](#)⁵⁵, Netflix est à l'origine de nombreux outils mis à disposition en [Open source](#) permettant de [livrer en continu](#) tout en garantissant la [Qualité de service](#)⁵⁶ :
- Nebula est un ensemble de plugins pour le système de build [Gradle](#) qui build, test et package les applications Java. Ces plugins s'appuient sur les fonctionnalités d'automatisation de Gradle pour inclure la gestion de dépendances, de release et de packaging. Le fichier de build contient les dépendances et les plugins nécessaires à chaque projet.
- Aminator⁵⁷ est un outil de création d'image AMI pour [Amazon Web Services](#)
- Spinnaker⁵⁸ est un outil de déploiement multi-cloud qui s'intègre à la majorité des fournisseurs [Cloud](#).
- [Chaos Monkey](#) et la Simian Army, une suite d'outils permettant de simuler des pannes en environnement réel et de vérifier que le système informatique continue à fonctionner.
- pour garantir la [qualité d'expérience](#) de son service de streaming, Netflix a mis en place le programme Open Connect⁵⁹, un ensemble de partenariats avec les [fournisseurs d'accès à Internet](#) afin de livrer son contenu de la façon la plus efficace qui soit.

De plus, depuis 2015, l'entreprise américaine est aidée techniquement par le [CNRS](#), à travers le [Laboratoire des Sciences du Numérique de Nantes \(LS2N\)](#) concernant la [compression vidéo](#).

En mars 2017, lors du [Congrès mondial de la téléphonie mobile de Barcelone](#), Netflix a présenté le nouvel outil de codage vidéo réalisé au LS2N, qui offre une haute qualité d'image avec un débit de 100 kilobits par seconde – 40 fois plus faible que celui de la télévision en haute définition (HD) – et compatible avec la plupart des réseaux de téléphonie mobile⁶⁰.

Expansion géographique

Couverture de Netflix, à partir de décembre 2015 :

-  Disponible
-  Indisponible

La liste des pays où a été introduit le concept de l'abonnement mensuel « Netflix ».

septembre 1999	États-Unis ⁶¹
septembre 2010	Canada ⁶²
novembre 2011	43 pays à travers le monde, dont le Brésil , l' Amérique hispanique et les Caraïbes ⁶³
janvier 2012	Royaume-Uni et Irlande ¹
octobre 2012	Suède , Danemark , Norvège , et Finlande ¹

septembre 2013	Pays-Bas ¹
septembre 2014 ⁶⁴	Belgique , France , Allemagne , Autriche , Luxembourg et en Suisse à partir du 18 septembre 2014 ^{65,66}
mars 2015	Australie et Nouvelle-Zélande ^{67,68}
septembre 2015	Japon ⁶⁹
octobre 2015	Espagne , Italie et Portugal ⁷⁰
janvier 2016	Moyen-Orient , Turquie , Corée du Sud , Singapour , Hong Kong , Taïwan , reste de l' Europe , Afrique et à Saint-Pierre-et-Miquelon ⁷¹

L'expansion géographique de l'entreprise en [Europe](#) entame pour l'instant ses [résultats net](#) puisque chaque nouveau marché coûte un investissement de 40 à 70 millions d'euros selon les pays [européens](#)⁷². Déjà en [2010](#), le « prix d'entrée » au [Canada](#) était de 38,8 millions de dollars⁷³, alors que ce pays pratiquait une législation beaucoup plus proche de celle des États-Unis.

Depuis [octobre 2014](#), Netflix est disponible sur la box de [SFR](#)⁷⁴, la box de Orange, la box de Bouygues Telecom, sur les consoles Xbox 360 et Xbox One, Wii U, ainsi que sur PS3 et PS4, smartphones et tablettes Android, IOS et Windows Phone.

Depuis [janvier 2015](#), Netflix est disponible sur le décodeur de [Proximus TV](#) en Belgique⁷⁵.

En [février 2015](#), le groupe a annoncé qu'il s'est lancé au [Japon](#) à l'automne [2015](#) pour renforcer sa présence sur le marché asiatique⁶⁹.

Le [6 janvier 2016](#), Netflix annonce être présent dans 190 pays dans le monde grâce à une extension dans 130 pays l'année précédente. La Chine reste l'un des seuls pays dans le monde avec la Corée du Nord, la Syrie et la Crimée, où le service n'est pas présent.

En [avril 2017](#), un partenariat avec la société [iQiyi](#) est annoncé, visant à implanter Netflix en Chine⁷⁶.

Le [12 juin 2017](#), [Altice](#) et Netflix concluent un partenariat mondial couvrant la France, le Portugal, Israël et la République Dominicaine. La France sera le premier pays dans lequel Altice lancera Netflix ([13 juin 2017](#)). Le déploiement se poursuivra dans les autres pays d'Altice courant [2017](#)⁷⁷.

En août 2017, Netflix effectue sa première acquisition, en annonçant acquérir le studio de comic Millarworld, sans pour autant acquérir ses licences [Kick-Ass](#) et [Kingsman](#)⁷⁸.

Différenciation de l'offre

Depuis le lancement de sa plateforme de streaming, Netflix propose une offre qui se différencie en fonction de la géolocalisation de ses abonnés. En effet, le catalogue de films et de séries varie d'un pays à l'autre, ainsi que le prix de l'abonnement, en vertu de la législation de diffusion locale^{79,80}.

Ainsi, en 2016, les États-Unis se placent en première position avec un catalogue proposant plus de 5700 films et séries tandis que le Maroc, dernier de la liste, en compte moins de 160. La Belgique et la France se classent dans la moyenne avec seulement plus de 1850 titres⁸¹.

Il existe plusieurs raisons à ces différences de restrictions territoriales :

- Les préférences locales qui ont pour effet qu'un film puisse plaire dans un certain pays, mais pas dans un autre.
- Les licences partagées par plusieurs propriétaires qui disposent des droits de diffusion. Les accords signés permettent donc à certains pays de profiter d'un film ou d'une série avant d'autres. C'est le cas pour la série [House of Cards](#), qui n'est pas disponible dans le catalogue belge dès sa sortie car [BeTV](#) détient un accord d'exclusivité concernant la diffusion de celle-ci. La série à succès n'est donc visionnable dans un premier temps uniquement sur [BeTV](#) et arrive plus tard sur la plateforme Netflix pour les belges⁸².
- Les droits pour un film ou une série ne sont pas toujours en vente dans un certain pays. Il est alors impossible pour Netflix d'acheter la licence⁸³.

Afin d'obtenir un catalogue plus étoffé, certains abonnés contournent cette différenciation de l'offre en utilisant un VPN, un « [réseau privé virtuel](#) », qui leur permet de ne pas dévoiler leur [adresse IP](#) et d'indiquer le pays de leur choix comme lieu de résidence. Un abonné français pourra donc avoir accès à du contenu exclusif aux abonnements américains.

Selon [Reed Hastings](#), le directeur de Netflix, la solution à l'utilisation de [VPN](#) serait de proposer un même catalogue dans le monde entier, afin d'ensuite se concentrer sur des problèmes plus dérangeants et pressants, tel que le piratage⁷⁹.

Les différents forfaits

Netflix propose trois forfaits d'abonnement. Le forfait choisi détermine combien de personnes peuvent regarder des films et séries TV en streaming sur Netflix simultanément, ainsi que le niveau de définition : standard (SD), haute définition (HD) ou ultra-haute définition (UHD).

- Forfait Essentiel : 1 écran SD (streaming sur 1 appareil à la fois en définition standard).
- Forfait Standard : 2 écrans HD (streaming sur 2 appareils à la fois, haute définition incluse, si disponible).
- Forfait Premium : 4 écrans HD/Ultra HD 4K (streaming sur 4 appareils à la fois, HD et ultra haute définition incluse, si disponibles).
- Forfait DVD (États-Unis uniquement) : les clients aux États-Unis peuvent souscrire un forfait DVD uniquement ou ajouter les DVD à leur forfait Streaming actuel⁸⁴.

Chiffres clés

Au [31 décembre 2014](#), Netflix compte 54,48 millions d'abonnés payants à son offre de streaming, dont 37,70 millions d'abonnés payants aux États-Unis⁸⁵.

Au [31 décembre 2015](#), Netflix compte 70,84 millions d'abonnés payants à son offre de streaming, dont 43,40 millions d'abonnés payants aux États-Unis⁸⁵.

Au [31 décembre 2016](#), Netflix compte 93,8 millions d'abonnés payants à son offre de streaming, dont 49 millions d'abonnés payants aux États-Unis⁸⁶.

En septembre 2017, Netflix compte 109,2 millions d'abonnés⁹.

Au [31 décembre 2017](#), Netflix compte 117,6 millions d'abonnés payants à son offre de streaming, dont 54 millions d'abonnés payants aux États-Unis⁸⁷.

En avril 2018, Netflix compte 3,5 millions d'abonnés en France⁸⁸.

Les productions originales Netflix

Un « Netflix original » est un contenu produit, co-produit, ou distribué exclusivement par Netflix sur leur plateforme. Netflix finance ses séries originales différemment des autres réseaux de télévision quand ils signent un projet, en fournissant l'argent à l'avance et en commandant d'emblée deux saisons de la plupart des séries⁸⁹.

En mars 2011, Netflix a commencé à acquérir du contenu original pour sa bibliothèque, en commençant par le drame politique d'une heure [House of Cards](#), qui a débuté en février 2013. La série a été produite par [David Fincher](#) et met en scène [Kevin Spacey](#) dans le rôle principal. House of Cards met en scène un politicien sans scrupule interprété par Kevin Spacey, qui gravit les marches du pouvoir avec cynisme. Elle remporte une immense succès. La série est récompensée de neuf Emmy. Elle est également vendue aux chaînes de télévision du monde entier⁹⁰.

À la fin de 2011, Netflix a produit deux saisons de huit épisodes chacune de [Lilyhammer](#) et une quatrième saison de l'ex-série de la [Fox, Arrested Development](#)⁹¹. Netflix a également lancé la série [fantastique Hemlock Grove](#) en début de 2013⁹².

En février 2013, DreamWorks Animation et Netflix ont coproduit ensemble [Turbo FAST](#), basé sur le film Turbo, qui a commencé en juillet⁹³. Netflix a distribué plus d'une douzaine d'autres films d'animation familiaux et pour enfants, dont [Roi Julian ! L'Élu des lémurs](#), [Le Show de M. Peabody et Sherman](#), [Les Croods : Origines](#), [Voltron](#), le défenseur légendaire et [Kulipari: an army of frog](#)^[réf. nécessaire].

[Orange Is the New Black](#) a fait ses débuts sur la plateforme de streaming en juillet 2013. Cette série est d'ailleurs la série originale de Netflix la plus regardée selon ses dirigeants^{94,95}. En février 2016, Orange is the New Black a été renouvelée pour une cinquième, sixième et septième saison.

En novembre 2013, Netflix et Marvel Television ont annoncé un contrat de cinq saisons pour produire des séries de super-héros Marvel en action live : *Daredevil*, *Jessica Jones*, *Iron Fist* et *Luke Cage*. Le contrat implique la diffusion de quatre saisons de 13 épisodes qui terminent avec une mini-série appelée *The Defenders*. *Daredevil* et *Jessica Jones* ont été créés en 2015^{96,97,98}. La série *Luke Cage* a été créée le 30 septembre 2016, suivie par *Iron Fist* le 17 mars 2017 et *The Defenders* le 18 août 2017⁹⁹. En avril 2016, le catalogue de séries Netflix issues de l'univers étendu de Marvel a été élargi pour inclure une série de 13 épisodes : *The Punisher*^{100,101}. En plus du contrat signé avec Marvel, Disney a annoncé que la série télévisée issue de l'univers de *Star Wars: The Clone Wars* diffuserait sa sixième et dernière saison sur Netflix, ainsi que les cinq précédentes et le long métrage. Ce nouveau contenu a été publié sur Netflix le 7 mars 2014¹⁰².

En avril 2014, Netflix a signé avec le créateur de *Arrested Development* [Mitch Hurwitz](#) et sa société de production The Hurwitz Company, un accord pluriannuel visant à créer des projets originaux pour la plateforme¹⁰³. La série historique Marco Polo, a été lancée le 12 décembre 2014. La sitcom animée BoJack Horseman a été créée en août 2014¹⁰⁴.

Le série de science-fiction [Sense8](#) a débutée en juin 2015, laquelle a été écrite et produite par [Les Wachowski](#) et [J. Michael Straczynski](#)¹⁰⁵. *Bloodline* et *Narcos* sont deux autres séries dramatiques sorties sur Netflix en 2015. Le 6 novembre 2015, [Master of None](#) a été créée, avec Aziz Ansari dans le premier rôle. D'autres programmes humoristiques ont débuté en 2015, dont [Unbreakable Kimmy Schmidt](#), [Grace et Frankie](#), [Wet Hot American Summer](#) et [With Bob & David](#).

Netflix a continué à élargir considérablement son contenu original en 2016. La série surnaturelle de science-fiction *Stranger Things* a été créée en juillet 2016, la série musicale *The Get Down* en août et le programme de la rentrée contenait des comédies telles que *Love*, *Flaked*, *Netflix Presents: The Characters*, *Le ranch* et *Lady dynamite*. Netflix a publié près de 130 séries et films originaux en 2016, ce qui est supérieur à tout autre réseau ou chaîne câblée¹⁰⁶.

Netflix a également investi dans la distribution de spectacles comiques de comédiens reconnus tels que [Dave Chappelle](#), [Louis C. K.](#), [Chris Rock](#), [Jim Gaffigan](#), [Bill Burr](#) et [Jerry Seinfeld](#)¹⁰⁷. En janvier 2017, Netflix a annoncé que tous les épisodes de la série de Seinfeld *Cars Getting Coffee* et la saison 10 seraient sur leur plateforme¹⁰⁸.

En octobre 2017, Netflix a réitéré son objectif de faire en sorte que la moitié de sa bibliothèque soit composée de contenu original d'ici 2019, annonçant un plan d'investissement de 8 milliards de dollars sur le contenu original en 2018. Cet investissement mettra particulièrement sur les films et les animés, l'ambition étant de 80 films originaux et 30 séries animées¹⁰⁹. En septembre 2017, la ministre du Patrimoine [Mélanie Joly](#) a également annoncé que Netflix avait accepté d'investir 500 millions de dollars canadiens (environ 330 millions d'euros) au cours des cinq prochaines années dans la production de contenu au Canada. La compagnie a nié que le but de l'accord était d'obtenir un allègement fiscal^{110,111}.

Séries

Netflix propose à ses utilisateurs un catalogue de séries produites par les sociétés de production attenantes à la plateforme, mais aussi avec l'aide de partenaires. Ces séries permettent ainsi à l'entreprise de profiter d'une exclusivité des droits de diffusion, qui évite aux autres services de streaming vidéo de les diffuser, créant alors une **situation monopolistique dans le but d'attirer toujours plus de clients**. La plateforme incite également le consommateur à renouveler son abonnement au service pour découvrir la suite du contenu au plus vite, avec des séries et contenus toujours plus addictifs¹¹².

Voici plusieurs listes non exhaustives répertoriant uniquement les séries ayant déjà un article sur le Wiki.

La forme de cet article ou de cette section n'est pas encyclopédique et ressemble trop à un [catalogue de vente](#), une [plaquette publicitaire](#) ou une offre commerciale (janvier 2017).

Modifiez l'article pour aider à le transformer en article neutre et encyclopédique — notamment grâce à des [sources secondaires](#) indépendantes qui analysent le sujet — ou [discutez-en](#).

Séries originales

Voir la catégorie : [Série télévisée de Netflix](#).

Netflix diffuse des séries exclusives dans son catalogue sous l'appellation « série originale Netflix ».

Séries en cours

Science-fiction, super héros et fantastique

- [Marvel's Daredevil](#) (super-héros, 2015–en cours)¹¹³.
- [Sense8](#) (Science-fiction, 2015-2018)
- [Between](#) (science-fiction, 2015–2016, avec [Citytv](#))
- [Marvel's Jessica Jones](#) (super-héros, 2015–en cours)¹¹³.
- [Stranger Things](#) (fantastique, 2016–en cours)¹¹⁴.
- [Marvel's Luke Cage](#) (super-héros, 2016-en cours)
- [3%](#) (série de science-fiction, 2016-en cours)
- [The OA](#) (série de science-fiction, 2016-en cours)
- [Les Désastreuses Aventures des orphelins Baudelaire](#) (série fantastique, 2017-2019)¹¹⁵.
- [Marvel's Iron Fist](#) (super-héros, 2017-en cours)¹¹³.
- [Dark](#) (série de science-fiction, 2017-en cours)¹¹⁶.
- [Altered Carbon](#) (Science-fiction, 2018-en cours)¹¹⁷
- [Perdus dans l'espace](#)¹¹⁸ (Space opera, 2018-en cours)

Drame et Thriller

- [House of Cards](#) (thriller, 2013–2018)¹¹⁹
- [Narcos](#) (drame, 2015–en cours)
- [Black Mirror](#) (drame, 2016-en cours)
- [The Crown](#) (drame historique, 2016-en cours)
- [Slasher](#) (Horreur, 2016-en cours, auparavant sur Chiller TV / [Super Channel](#))¹²⁰
- [13 Reasons Why](#) (drame, 2017-en cours)¹²¹
- [Mindhunter](#) (policier, 2017-en cours)¹²².
- [Les Demoiselles du téléphone](#) (drame, 2017-en cours)¹²³
- [Ozark](#) (drame, 2017-en cours)¹²⁴
- [Godless](#) (drame western, 2017-en cours)¹²⁵.
- [La casa de papel](#) (drame, 2017-en cours, auparavant sur [Antena 3](#))
- [Kiss Me First \(en\)](#) (Drame, 2018-en cours)¹²⁶

Sitcom et Dramey

- [Trailer Park Boys](#) (comédie, 2001–en cours, auparavant sur [Showcase](#))¹²⁷.
- [Arrested Development](#) (sitcom, 2013–en cours, auparavant sur [FOX](#))¹²⁸.
- [Orange Is the New Black](#) (comédie, 2013–en cours)
- [Unbreakable Kimmy Schmidt](#) (sitcom, 2015–en cours)
- [Grace et Frankie](#) (*Grace and Frankie*) (sitcom, 2015–en cours)¹²⁹.
- [Club de Cuervos \(es\)](#) (sitcom, 2015–en cours)
- [Master of None](#) (sitcom, 2015–en cours)¹³⁰.
- [Love](#) (sitcom, 2016–2018)
- [La Fête à la maison : 20 ans après](#) (*Fuller House*) (comédie, 2016–en cours)¹³¹.
- [Flaked](#) (comédie dramatique, 2016–en cours)
- [The Ranch](#) (sitcom, 2016–en cours)
- [Lady Dynamite](#) (comédie, 2016-en cours)
- [Easy](#) (comédie, 2016-en cours)
- [Haters Back Off](#) (comédie, 2016-2017)
- [Au fil des jours](#) (sitcom, 2017-en cours)
- [Santa Clarita Diet](#) (Sitcom, 2017-en cours)
- [Dear White People](#) (comédie satirique, 2017-en cours)
- [GLOW](#) (dramédie, 2017-en cours)
- [Atypical](#) (Coming-of-age comedy, 2018-en cours)¹³²
- [Des amis d'université](#) (Sitcom, 2017-en cours)¹³³

- [Amandine Malabul, sorcière maladroite](#) (Dramedy Fantastique, 2017- en cours)¹³⁴.
- [The End of the Fucking World](#) (dramédie, 2018-en cours)
- [Nola Darling n'en fait qu'à sa tête](#) (dramédie, 2017-en cours)¹³⁵

Séries jeunesse

Live-action

- [Project Mc²](#) (Comédie, 2015—en cours)
- [Greenhouse Academy](#) (Teen Drama, 2017 - en cours)
- [Alexa et Katie](#) (Sitcom, 2018- en cours)

Animation

- [Ever After High](#) (animation, 2013—en cours, auparavant sur [YouTube](#))
- [Dragons : Au delà des rives](#) (*DreamWorks Dragons*) (animation, 2015—en cours)
- [Dinotrux](#) (animation, 2015—en cours)
- [Les Croods : Origines](#) (animation, 2015-en cours)¹³⁶
- [La Fête des mots \(en\)](#) (*Word Party*) (animation, 2016—en cours)¹³⁷
- [Skylanders Academy](#) (animation, 2016-en cours)¹³⁸.

Animation pour Adultes

- [Rick et Morty](#) (2013-en cours)
- [BoJack Horseman](#) (2014-en cours)
- [Big Mouth](#) (Sitcom, 2017-en cours)
- [F is for Family](#) (2015-en cours)
- [Aggretsuko](#) (2017)

Série terminée ou annulée disponibles[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

- [Lilyhammer](#) (Drame, 2012-2014)
- [Longmire](#) (policière, 2012–2017, auparavant sur [A&E](#))
- [Hemlock Grove](#) (Science-fiction, 2013-2015)
- [Turbo FAST](#) (animation, 2013–2016)
- [Marco Polo](#) (Historique, 2014-2016)
- [Les Végétaloufs dans la place](#) (*VeggieTales in the House*) (animation, 2014–2016)
- [Roi Julian ! L'Élu des lémuris](#) (*All Hail King Julien*) (animation, 2014-2017)
- [Les Aventures du Chat potté](#) (*The Adventures of Puss in Boots*) (animation, 2015–2018)
- [Richie Rich \(en\)](#) (sitcom, 2015)
- [Le Show de M. Peabody et Sherman](#) (animation, 2015–2017)¹³⁹
- [Bloodline](#) (Thriller dramatique, 2015-2017)
- [Wet Hot American Summer: First Day of Camp](#) (mini-série, comédie satirique, 2015)
- [Marseille](#) (drame politique, 2016-2018)
- [The Get Down](#) (Drame musical, 2016-2017)
- [Girlboss](#) (Sitcom, 2017)
- [Wet Hot American Summer: Ten Years Later](#) (mini-série, comédie satirique, 2017)
- [Damnation](#) (Drame, Coproduction avec USA Network) (2017-2018)
- [Marvel's The Punisher](#) (super-héros, 2017, mini-série)
- [Gilmore Girls](#) (drame, 2017, auparavant sur [The CW](#))
- [Alias Grace](#) (mini-série procédurale, 2017)¹⁴⁰
- [Erased](#) (thriller fantastique, 2017)¹⁴¹
- [Disjointed](#) (Sitcom) (comédie, 2017-2018)

- [Everything Sucks](#) (comédie, 2018)
- Devilman Crybaby (animation, 2018)
- [Seven Seconds](#) **(en)** (policier, 2018)
- [Collateral](#) (mini-série, thriller, 2018)¹⁴²
- [Troie : La Chute d'une cité](#) (mini-série historique, 2018)¹⁴³

Séries futures [\[modifier\]](#) | [\[modifier le code\]](#)

- [Maniac](#) **(en)** (Sitcom)¹⁴⁴.
- [Samantha!](#) **(en)** (Sitcom)¹⁴⁵
- [Black Earth Rising](#) **(en)** (Drama, 2018)¹⁴³
- [Osmosis](#) (Science-fiction)¹⁴⁶.
- [The Good Cop](#) (Police procedural comedy)¹⁴⁷.
- [Insatiable](#) (Dark comedy)¹⁴⁸.
- [The Kominsky Method](#) (Sitcom)¹⁴⁹.
- Hit and Run (Political espionnage thriller)¹⁵⁰.

Séries distribuées à l'international

Depuis [2012](#), Netflix achète les droits de première diffusion à l'international de séries et les diffuse ensuite le lendemain de leur diffusion dans leur pays d'origine sur Netflix ou entièrement après la fin d'une saison. Ces séries sont présentées comme des séries originales Netflix dans les pays où elles sont distribuées. Mais dans leur pays d'origine et dans les pays où leurs droits ont déjà été achetés par d'autres chaînes de télévisions, ces séries arrivent sur Netflix après leur diffusion télé ou leurs sortie vidéo et ne sont pas présentées comme des séries originales du service.

Pour Netflix France

Séries en cours

- [Outlander](#) ([Fantastique](#), 2014-en cours, diffusé sur [Starz](#) aux États-Unis)¹⁵¹
- [Lovesick](#) (2014-en cours, diffusé sur [Channel 4](#) au Royaume-Uni)
- [Entrepreneur en herbe](#) [\[archive\]](#) (2014-en cours)
- [Fargo](#) (Thriller policier, 2014-en cours)
- [Between](#) (SF, 2015- en cours).
- [Better Call Saul](#) (Dramédie noire, 2015-en cours)
- [Scream](#) (Horreur, 2015-en cours)¹⁵².
- [River](#) [\[archive\]](#) (Drame, 2015-en cours)
- [Atelier](#) (Drame, 2015-en cours)
- [Poldark](#) (Historique, 2015-en cours)
- [Chewing Gum](#) ([Sitcom](#), 2015-en cours)
- [Ajin](#)¹⁵³ (Animé, 2016-en cours)
- [Good Morning Call](#) (2016-en cours)
- [Shadowhunters](#) ([Fantastique](#), 2016-en cours, diffusé sur [Freeform](#) aux États-Unis)¹⁵⁴
- [Van Helsing](#) ([Fantastique](#), 2016-en cours, diffusé sur [Syfy](#) aux États-Unis)
- [Marcella](#) **(en)** (Drame, 2016-en cours), diffusé sur [ITV](#) au Royaume-Uni)
- [The Expanse](#) ([Science-fiction](#), 2016-en cours, diffusé sur [Syfy](#) aux États-Unis)¹⁵⁵
- [Paranoid](#) ([Thriller](#), 2016-en cours, diffusé sur [ITV](#) au Royaume-Uni)¹⁵⁶
- [Designated Survivor](#) (Thriller Politique, 2016-en cours, diffusé sur [ABC](#) aux États-Unis)¹⁵⁵
- [Toi, moi et elle](#) (2016-en cours, diffusé sur [Audience Network](#) aux États-Unis)

- [Riverdale](#) (Thriller dramatique, 2017-en cours, diffusé sur [The CW](#) aux États-Unis)
- [Greenleaf](#) (Drame mystère, 2016-en cours, diffusé sur [Oprah Winfrey Network](#) aux États-Unis)¹⁵⁷
- [Chesapeake Shores](#) (drame romantique, 2016-en cours, diffusé sur [Hallmark Channel](#) aux États-Unis)
- [Anne](#) (drame, 2017-en cours, diffusé sur [CBC](#) au Canada)¹⁵⁸
- [Man to Man](#) ([en](#)) (Thriller, 2017-en cours, diffusé sur JTBC en [Corée du Sud](#)).
- [El Chapo](#) ([en](#)) (Drama, diffusé sur Univision aux États-Unis)¹⁵⁹.
- [The Mist](#) (Horreur, diffusé sur [Spike](#) aux États-Unis)¹⁶⁰.
- [Manhunt: Unabomber](#) (policier, diffusée sur [Discovery Channel](#) aux États-Unis)
- [Fauda](#) (drame, diffusé sur Yes en Israël)

Série terminée disponibles

- [Orphan Black](#) ([Science-fiction](#), 2013-2017, diffusé sur [Space](#) au Canada)
- [Penny Dreadful](#) (Horreur, 2014-2016, diffusé sur [Showtime](#) aux États-Unis)
- [Salem](#) (Horreur, 2014-2017, diffusé sur [WGN America](#) aux États-Unis)
- [The Returned](#) ([Fantastique](#), 2015, diffusé sur [A&E](#) aux États-Unis)
- [Rébellion](#) (Minisérie, 2016, diffusé [RTE](#) en [Irlande](#))
- [Feed the beast](#) (Drame, 2016, diffusé sur [AMC](#) aux États-Unis)

Annoncées[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Pour 2018[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

- *Disenchantment* (animation)
- *Perdus dans l'espace* (Science-Fiction)
- *Sacred Games* (thriller)
- *Truth or Dare* (Horreur)

Autres pays

- [RuPaul's Drag Race](#) (télé-réalité, 2009–en cours)
- [Pretty Little Liars](#) (drame, 2011–en cours)
- [Borgia](#) (historique, 2011–2014)
- [Once Upon a Time](#) (fantastique, 2011–en cours)
- [Lilyhammer](#) (policier, 2012–2014)
- [Rita](#) (comédie, 2012-2015)
- [Cuckoo](#) (comédie, 2012–en cours)
- [Scandal](#) (drame, 2012–en cours)
- [The Fall](#) (thriller, 2013–2016)
- [Les Sirènes de Mako](#) (*Mako Mermaids*) (jeunesse, 2013–en cours)
- [Southcliffe](#) (drame, 2013)
- [Peaky Blinders](#) (historique, 2013–en cours)
- [Fargo](#) (thriller, 2014–en cours)
- [Happy Valley](#) (drame, 2014–en cours)
- [Les 100](#) (*The 100*) (science-fiction, 2014–en cours)
- [Agent Carter](#) (super-héros, 2015-2016)
- [Inspecteur Gadget](#) (animation, 2015-en cours)
- [The Last Kingdom](#) (historique, 2015-en cours)
- [Good Morning Call](#) (comédie, 2016)
- [Legends of Tomorrow](#) (super-héros, 2016-en cours)

- [Frequency](#) (science-fiction, dès 2016)
- [Guilt](#) (Thriller dramatique, 2016)

Séries notables

Dernière mise à jour : le 1^{er} août 2017.

Séries en cours de production, disponible sur Netflix France et autres

Science-fiction, super héros et Fantastique

- [Arrow](#) (Super-Héros, 2012- en cours)
- [The Flash](#) (Super-Héros, 2014- en cours)
- [Supergirl](#) (Super-Héros, 2015- en cours)
- [DC's Legends of Tomorrow](#) (Super-Héros, 2016- en cours)
- [The 100](#) (Post-Apocalyptique, 2013- en cours)
- [Z Nation](#) (Horreur, 2014- en cours)
- [Les Chroniques de Shannara](#) (Fantastique, 2016- en cours)
- [12 Monkeys](#) (2015- en cours)
- [The Walking Dead](#) (2010- en cours)
- [Supernatural](#) (2005- en cours)
- [Killjoys](#) (2015- en cours)

Drame et Thriller

- [Elementary](#) (2012- en cours)
- [Scorpion](#) (2014- en cours)
- [The Blacklist](#) (2013- en cours)
- [The Americans](#) (2013- en cours)
- [Prison Break](#) (2005-2009, 2017- en cours)

Sitcom et Drame

- [The Big Bang Theory](#) (2007- en cours)
- [Suits : Avocats sur mesure](#) (2011- en cours)
- [Brooklyn Nine-Nine](#) (2013- en cours)
- [Modern Family](#) (2009- en cours)
- [New Girl](#) (2011- en cours)
- [Bienvenue chez les Huang](#) (2015 - en cours)

Série terminée, disponibles sur Netflix France

Dernière mise à jour : le 1^{er} août 2017.

en intégrale

Sitcom et Drame

- [Friends](#) (1994-2004, diffusé sur NBC aux États-Unis).
- [Gilmore Girls](#) (2000-2007, Drame, diffusé sur The WB aux États-Unis).
- [How I Met Your Mother](#) (2005-2014, diffusé sur CBS aux États-Unis).
- [Californication](#) (2007-2014, Drame, diffusé sur Showtime aux États-Unis).
- [FBI : Duo très spécial](#) (2009-2014, Drame policier, diffusé sur USA Network aux États-Unis).

Science-fiction et Fantastique

- [Star Trek](#) ([Space Opera](#), 1966-1969, diffusé sur CBS)

- [*Star Trek : La Nouvelle Génération*](#) ([Space Opera](#), 1987-1994, diffusé en Syndication)
- [*Star Trek: Deep Space Nine*](#) ([Space Opera](#), 1993-1999, diffusé en Syndication)
- [*Star Trek: Voyager*](#) ([Space Opera](#), 1995-2001, diffusé sur UPN)
- [*Star Trek: Enterprise*](#) ([Space Opera](#), 2001-2005, diffusé sur UPN)
- [*Fyrefly*](#) (Space Opera, 2002-2002, diffusé sur Fox aux États-Unis)
- [*Les 4400*](#) (Science-fiction, 2004-2007, Diffusé sur USA Network aux États-Unis)
- [*Jericho*](#) (Apocalyptique, 2006-2008, Diffusé sur CBS aux États-Unis)
- [*Heroes*](#) (Fantastique, 2006-2010, diffusé sur NBC aux États-Unis)
- [*Merlin*](#) (Fantastique, 2008-2012, diffusé sur BBC One aux Royaume-Uni)
- [*Terra Nova*](#) (Science-fiction, 2011, diffusé sur [Fox](#) aux États-Unis)
- [*Falling Skies*](#) (Science-fiction, 2011-2015, diffusé sur TNT aux États-Unis)
- [*Under the Dome*](#) (Science-fiction, 2013-2015, diffusé sur CBS aux États-Unis)
- [*Ascension*](#) (Minisérie, 2014, diffusé sur [Syfy](#) aux États-Unis)
- [*Bitten*](#) (Fantastique, 2014-2016, diffusé sur Space aux Canada)
- [*Helix*](#) (Science-fiction, 2014-2015, diffusé sur [Syfy](#) aux États-Unis)

Drame

- [*Deadwood*](#) (Western, 2004-2006, diffusé sur HBO aux États-Unis)
- [*Mad Men*](#) (Drame historique, 2007-2015, diffusé sur AMC aux États-Unis)¹⁶¹
- [*Lie to Me*](#) (Drame Policier, 2009-2011, diffusé sur Fox aux États-Unis)
- [*Misfits*](#) (Série pour adolescent, 2009-2013, diffusé sur E4 aux Royaume-Uni)
- [*Downton Abbey*](#) (Drame historique, 2010-2015 sur ITV aux Royaume-Uni)
- [*Manhattan*](#) (Drame, 2014, diffusé sur [WGN America](#) aux États-Unis)
- [*Limitless*](#) (Drame, 2015, diffusé sur [CBS](#) aux États-Unis)
- [*Dexter*](#) (2006-2013)
- [*Crossing Lines*](#) (2013-2015)
- [*Crusoe*](#) (2008-2009)
- [*Breakout Kings*](#) (2011-2012)
- [*Sons of Anarchy*](#) (2008-2014)
- [*Stranger*](#) (2017)

en partie

- [*The Good Wife*](#) (Drame, 2009-2016, diffusé sur [CBS](#) aux États-Unis)
- [*Grimm*](#) (Science-fiction Policier, 2011-2017, diffusé sur NBC aux États-Unis)
- [*Miss Fisher enquête*](#) (Série policière, 2012-2015, diffusé sur ABC1 en Australie)
- [*Aquarius*](#) (Drame policier, 2015-2016, diffusé sur [NBC](#) aux États-Unis).
- [*Vampire Diaries*](#) (Science-fiction, 2009-2017).

Films

Listes non exhaustives ne comprenant que les films ayant déjà un article.

Films originaux

Voir la catégorie : [Film de Netflix](#).

Netflix diffuse des films exclusifs dans son catalogue sous l'appellation « film original Netflix ».

Drame

- [Beasts of No Nation](#) (film de guerre)¹⁶².
- [Tigre et Dragon 2](#) (film d'action)¹⁶³.
- [The Fundamentals of Caring](#) (drame)¹⁶⁴.
- [Rebirth](#) **(en)** (Thriller)¹⁶⁵.
- [Tallulah](#) (comédie dramatique)¹⁶⁶.
- [XOXO](#) **(en)** (Drame)¹⁶⁷.
- [ARQ](#) (film de science-fiction)¹⁶⁸.
- [Jadotville](#) (film de guerre)¹⁶⁹.
- [I Am the Pretty Thing That Lives in the House](#) **(en)** (Horreur)¹⁷⁰.
- [7 Años](#) **(en)** (Drame)¹⁷¹.
- [Mercy](#) **(en)** (Thriller)¹⁷².
- [Spectral](#) (Science-fiction)¹⁷³.
- [Barry](#) **(en)** (Drame)¹⁷⁴.
- [Coin Heist](#) (Drame)¹⁷⁵.
- [Clinical](#) (Thriller)¹⁷⁶.
- [iBoy](#) (Science-fiction)¹⁷⁷.
- [Imperial Dreams](#) (Drame)¹⁷⁸.
- [I Don't Feel at Home in This World Anymore](#) (Drame)¹⁷⁹.
- [Burning Sands](#) (drame)¹⁸⁰.
- [Deidra & Laney Rob a Train](#) **(en)** (Drame)¹⁸¹.
- [The Most Hated Woman in America](#) (Drame)¹⁸².
- [The Discovery](#) (Science-fiction)¹⁸³.
- [Sand Castle](#) (film de guerre)¹⁸⁴.
- [Tramps](#) **(en)** (Romance)¹⁸⁵.
- [Okja](#) (film de science-fiction)¹⁸⁶.
- [Death Note](#) (Horreur)¹⁸⁷.
- [D'abord, ils ont tué mon père](#) (Drame)¹⁸⁸.
- [Bright](#) (policier, science-fiction, fantastique)¹⁸⁹.
- [6 Ballons](#) **(en)** (Drame)¹⁹⁰.
- [1922](#) (thriller)
- [Mute](#) (Science-fiction)¹⁹¹.

Comédie

- [The Ridiculous Six](#) **(en)** (comédie)¹⁹²
- [A Very Murray Christmas](#) de [Sofia Coppola](#) (film musical)
- [Special Correspondents](#) (comédie)¹⁹³
- [The Do-Over](#) (comédie)^{194, Note 1}
- [Brahman Naman](#) (comédie)¹⁹⁶
- [Les Mémoires d'un assassin international](#) (Action-Comédie)¹⁹⁷.
- [L'autoroute](#) **(en)** (Comédie)¹⁹⁸.
- [Girlfriend's Day](#) **(en)** (Comédie)¹⁹⁹.
- [Win It All](#) **(en)** (Comédie)¹⁹⁹.
- [Sandy Wexler](#) (Comédie)²⁰⁰.
- [Small Crimes](#) **(en)** (comédie noire)²⁰¹.
- [Handsome: A Netflix Mystery Movie](#) **(en)** (Comédie)²⁰².
- [Loev](#) **(en)** (Romance)²⁰³.
- [The Meyerowitz Stories](#) (Comédie)²⁰⁴.

- [Little Evil](#) **(en)** (Comédie)²⁰⁵.
- [A Futile And Stupid Gesture](#) **(en)** (Comédie)²⁰⁶.

Annoncés

Pour 2018

- [The Highwaymen](#)

Films distribués à l'international

Liste non exhaustive.

Pour Netflix France

- [Pas un bruit](#) (*Hush*) (film d'horreur)²⁰⁷
- [Pandora](#) (catastrophe)²⁰⁸
- [Slam](#) (comédie)²⁰⁹
- [La Filature](#) (comédie-action)²¹⁰

Annoncés

- [Before I Wake](#) (film d'horreur, prévu pour 28 avril 2017)²¹¹

Documentaires originaux

Liste non exhaustive ne comprenant que les documentaires ayant déjà un article.

- [Making a Murderer](#)²¹²
- [Chef's Table](#)
- [The White Rabbit Project](#) **(en)**²¹³

Stand-up originaux

Liste non exhaustive ne comprenant que les stand-up ayant déjà un article.

Année	Humoristes	Titre original	Réalisateurs
2013	Russell Peters (en)	Notorious	Dave Higy
	Aziz Ansari	Buried Alive	Will Lovelace et Dylan Southern
2014	Jim Jefferies (en)	<i>Bare</i>	
	Chelsea Handler	<i>Uganda Be Kidding Me</i>	
	Chelsea Peretti	<i>One of the Greats</i>	
	Bill Burr	<i>I'm Sorry You Feel That Way</i>	

Année	Humoristes	Titre original	Réalisateurs
2015	<u>Iliza Shlesinger</u> (en)	<i>Freezing Hot</i>	
	<u>Ralphie May</u>	<i>Unruly</i>	
	<u>Aziz Ansari</u>	<i>Live at Madison Square Garden</i>	
	<u>Chris D'Elia</u> (en)	<i>Incorrigible</i>	
	<u>Jen Kirkman</u> (en)	<i>I'm Gonna Die Alone (And I Feel Fine)</i>	
	<u>Demetri Martin</u>	<i>Live (At the Time)</i>	
	<u>Anjelah Johnson</u> (en)	<i>Not Fancy</i>	
	<u>Anthony Jeselnik</u> (en)	<i>Thoughts and Prayers</i>	
	<u>John Mulaney</u> (en)	<i>The Comeback Kid</i>	
	<u>Brent Morin</u> (en)	<i>I'm Brent Morin</i>	
	<u>Mike Epps</u>	<i>Don't Take It Personal</i>	L. Frazier
	<u>Chris Tucker</u>	<i>Live</i>	Phil Joanou
2016	<u>Tom Segura</u> (en)	<i>Mostly Stories</i>	
	<u>Hannibal Buress</u>	<i>Comedy Camisado</i>	
	<u>Theo Von</u> (en)	<i>No Offense</i>	
	<u>Jimmy Carr</u>	<i>Funny Business</i>	Sam Wrench

Année	Humoristes	Titre original	Réalisateurs
	<u>Patton Oswalt</u>	<i>Talking for Clapping</i>	
	<u>Ali Wong</u> (en)	<i>Baby Cobra</i> ²¹⁴	
	<u>Bo Burnham</u>	<i>Make Happy</i> ²¹⁴	
	<u>Jeff Foxworthy</u> et <u>Larry the Cable Guy</u>	<i>We've Been Thinking...</i> ²¹⁴	
	<u>Cedric the Entertainer</u>	<i>Live from the Ville</i> ²¹⁵	
	<u>Joe Rogan</u>	<i>Triggered</i> ²¹⁵	
	<u>Dana Carvey</u>	<i>Straight White Male, 60</i> ²¹⁵	
	<u>Colin Quinn</u>	<i>The New York Story</i> ²¹⁵	
	<u>Michael Che</u>	<i>Matters</i> ²¹⁵	
	<u>Reggie Watts</u>	<i>Spatial</i> ²¹⁵	
	<u>Gabriel Iglesias</u>	<i>I'm Sorry For What I Said When I Was Hungry</i> ²¹⁵	
	<u>Jim Jefferies</u> (en)	<i>Freedumb</i>	Ryan Palito
	<u>David Cross</u>	<i>Making America Great Again</i>	Alex Coletti
	<u>Iliza Shlesinger</u> (en)	<i>Confirmed Kills</i>	Bobcat Goldthwait
	<u>Kevin Hart</u>	<i>What Now?</i>	Leslie Small et Tim Story
2017	<u>Jen Kirkman</u> (en)	<i>Just Keep Livin'?</i>	Lance Bangs

Année	Humoristes	Titre original	Réalisateurs
	<i>Neal Brennan</i> (en)	<i>3 Mics</i>	Neal Brennan
	Mike Birbiglia	<i>Thank God for Jokes</i>	Mike Birbiglia et Seth Barrish
	Bill Burr	<i>Walk Your Way Out</i>	Jay Karas
	Jo Koy (en)	<i>Live from Seattle</i>	Shannon Hartman
	Jim Norton	<i>Mouthful of Shame</i>	Shannon Hartman
	Cristela Alonzo	<i>Lower Classy</i>	Marcus Raboy
	Jim Gaffigan	<i>Cinco</i>	Jeannie Gaffigan
	Katherine Ryan	<i>In Trouble</i>	Colin Dench
	Trevor Noah	<i>Afraid of the Dark</i>	David Paul Meyer
	Lucas Brothers (en)	<i>On Drugs</i>	Jay Chapman
	Amy Schumer	<i>The Leather Special</i>	Amy Schumer
	Louis C.K.	<i>2017</i>	
	Vir Das (en)	<i>Abroad Understanding</i>	
	Dave Chappelle	<i>The Age of Spin</i>	
		<i>Deep in the Heart of Texas</i>	
	Gad Elmaleh	<i>Part en live</i>	Mario Rouleau

Talk-show originaux

Liste non exhaustive ne comprenant que les talk-show ayant déjà un article.

- [*Bill Nye sauve le monde* \(en\)](#) (2017)²¹⁶

Concurrence

Avec l'arrivée de Netflix, la fréquence de visionnage sur les plate-formes de streaming a largement augmenté. D'après une étude réalisée par ComScore, près de la moitié des habitants aux États-Unis visionneraient Netflix quotidiennement, l'autre moitié s'adonnant aux autres plate-formes comme Youtube et Amazon Video.

De plus, l'audience relative aux chaînes télévisées se voit compromise, le fait étant que la période moyenne propre au visionnage des programmes Netflix coïncide avec une plage horaire généralement exploitée par les émissions. Face à cette prise de pouvoir fulgurante sur le marché de la part de Netflix, d'autres sociétés de diffusion voire les réseaux sociaux ont pour projet de concurrencer cette entreprise pourtant récente, en proposant leurs propres conceptions²¹⁷. En plus de ces différents réseaux sociaux et plate-formes, Netflix connaît un autre concurrent qui est le streaming illégal.

Stratégie de communication

Netflix fait preuve d'une remarquable maîtrise de la communication²¹⁸, en faisant souvent appel à des moyens hors du commun. La marque veut couvrir toutes les plateformes lui permettant de communiquer et ne laisse rien au hasard, ainsi, elle est active sur les réseaux sociaux autant que dans le paysage publicitaire. La marque communique le plus souvent sur son contenu original.

C'est en 2014 que Netflix s'est implanté en France²¹⁹. Cela a suscité un mouvement très populaire de la part des français sur les réseaux sociaux, ce qui a agrandi ses chances de se développer, surtout via le bouche-à-oreille. Plusieurs moyens de marketing ont d'ailleurs été mis en place par la suite.

Appel à la nostalgie

Une des techniques les plus employées par Netflix au sein de sa stratégie de communication et de sa stratégie marketing est l'appel à la nostalgie.

En effet, à travers le choix de ses programmes diffusés ou de ses propres productions, Netflix a su profiter des tendances émergentes dans le secteur de l'audiovisuel ou, plus généralement, dans le secteur des arts.

Dans le choix du catalogue de diffusion, on peut ressentir cette influence au niveau du catalogue jeunesse, où la génération des 18-25 ans d'aujourd'hui peut trouver du contenu qu'elle a vu dans son enfance. C'est une sorte de piqure de rappel ou une manière d'utiliser l'affect des gens pour provoquer en eux un sentiment d'appartenance ou du moins, de proximité. Citons comme exemple [*Le Bus magique*](#), et sa suite, produit exclusivement par Netflix.

Au niveau des productions signées Netflix, cette influence peut être ressentie au point de vue tant du contenu que du traitement apporté à la vidéo. C'est ainsi qu'on retrouve des références au 20^e siècle

dans plusieurs de leurs productions. Par exemple, [Stranger Things](#), [Glow](#), ou encore [Les Demoiselles du téléphone](#).

Le paysage publicitaire

- Print advertising: Netflix se démarque par des campagnes de pub audacieuses. En avril 2015, à Paris, en collaboration avec l'agence de pub Ogilvy & Mather, Netflix lance une campagne incitant la population à contourner la loi pour promouvoir leur série [Better Call Saul](#) est lancée²²⁰.
- Le street marketing : des spots publicitaires sont disposés dans la rue et les lieux publics afin de persuader les passants de découvrir de quoi il est question dans la série mentionnée sur les affiches, via des GIF ou encore des phrases accrocheuses et humoristiques²¹⁹. En février 2017, peu après la sortie de la fonctionnalité "ciseaux" sur snapchat. Netflix lance une campagne "out of home" mêlant Print et réseaux sociaux, permettant de faire des faceswaps avec les personnages de leurs programmes²²¹. À Paris, cette campagne mettait en scène des héros de programmes originaux Netflix mais aussi d'autres et notamment le comédien [Gad Elmaleh](#)²²².
- Les Events : des événements marketing sont organisés dans les lieux publics dans le but de mieux faire connaître leurs services. Le 5 juin 2015, en collaboration avec l'agence de pub Ubi Bene, Netflix crée une prison en plein air pour promouvoir sa série [Orange Is the New Black](#)²²³.

D'autres moyens de marketing mis en place par Netflix

- Le teasing : grâce à sa popularité en cote sur Facebook, Twitter et Instagram, la plate-forme de streaming peut compter sur les sites de réseautage dans l'espoir de tenir les fans au courant des dernières informations liées à leurs séries favorites²¹⁹.
- Le partage de comptes : même si une personne ne possède pas un compte Netflix, il est possible qu'elle puisse emprunter les identifiants d'un membre souscrit pour se procurer, légalement, les faveurs du site. De plus, et c'est surtout observable chez les jeunes, une personne qui n'a pas accès au service adoptera davantage l'envie d'intégrer la communauté, Netflix étant devenu un phénomène social²¹⁹.
- La recommandation individuelle : en proposant un système basé sur les algorithmes, la plate-forme recherche, dans un souci du détail et de la précision, à organiser les séries affichées dans l'interface de l'accueil en fonction des goûts de chaque utilisateur, en passant par leur historique. Toute cette organisation a permis à Netflix de développer des séries qui satisferaient les attentes des consommateurs²²⁴.
- Les partenariats : la firme fait également des partenariats avec d'autres marques. Le 25 août 2017, l'entreprise a signé un accord avec la boutique Alternative Herbal Health de San Francisco pour distribuer 12 souches de cannabis inspiré de ses séries²²⁵.
- Les réseaux sociaux : l'entreprise reste fidèle à son esprit dynamique et audacieux sur ceux-ci. Le 11 mai 2016, Netflix, via le compte twitter de [House of Cards](#) n'hésite pas à envoyer un tweet critiquant la Loi travail de Manuel Valls²²⁶.

Impact culturel

Depuis l'apparition de son service de streaming en 2010, Netflix a eu un impact important sur la culture et la façon dont on consomme les médias. En allant à l'encontre des programmes linéaires proposés par les chaînes de télévision et grâce à son catalogue à accès illimité de plus de 100 000²⁶

films et séries, Netflix offre une certaine autonomie à ses abonnés. Son système de recommandation lui permet par ailleurs de personnaliser son offre tout en laissant la liberté à ses abonnés de regarder la série ou le film qu'ils veulent quand ils le désirent^{227, 228, 229}.

Même si l'impact de son service sur les médias traditionnels n'est pas encore calculé, on peut néanmoins affirmer que **Netflix fait aujourd'hui partie intégrante de la culture mondiale**. Cela se vérifie notamment grâce à l'expression « Netflix & Chill », que l'on peut littéralement traduire par « Netflix et détente » ; qui fait à présent partie du langage courant²³⁰.

Le prix Netflix

Le prix Netflix était un concours organisé sur plusieurs années entre [2006](#) et [2009](#), afin de créer le meilleur [algorithme](#) de [filtrage collaboratif](#), qui permet de prédire au mieux le vote des utilisateurs dans leurs choix de films²³¹.

Le [21 septembre 2009](#), le grand prix de 1 million de dollars a été accordé à l'équipe de « BellKor's Pragmatic Chaos », qui a amélioré de 10,06 % le propre algorithme de Netflix pour prédire les évaluations²³².

Critiques

Critiques de l'offre

En 2015, dans certains pays, notamment en France et en Belgique, Netflix est critiqué pour son manque de choix de catalogue (seulement plus de 1800 titres) par rapport au catalogue américain ²³³ (5700 titres). Cette différence dans les différents catalogues est dû notamment au fait que certaines séries aient déjà signé des contrats d'exclusivité avec des chaînes de télévision et ne peuvent donc légalement pas être diffusées sur Netflix. Netflix est également critiqué dans ces mêmes pays sur l'âge des films, dont les plus récents auraient minimum 3 ans (en cause : la [chronologie française des médias](#))²³³.

Au [festival de Cannes de 2017](#), une polémique a eu lieu dès l'annonce de la sélection officielle du fait de la présence en compétition de deux films produits par Netflix : [Okja](#) et [The Meyerowitz Stories](#). Netflix bouleverse la [chronologie des médias](#) française parce que ses films sortent directement sur son service, sans passer par une sortie en salle. Après qu'une rumeur a circulé indiquant que ces deux films en cause seraient exclus, le Festival décide toutefois de les maintenir mais exige que, dès l'année suivante, un film créé pour un service de [vidéo à la demande](#) devra tout de même sortir en salle s'il est sélectionné.

En juin 2017, Netflix a été fortement critiqué par ses abonnés pour avoir annulé la série [Sense8](#).

Le manque de cohérence dans l'ajout de films est également pointé du doigt, causant la présence de sagas incomplètes ainsi que de films n'ayant eu jusque-là qu'une exploitation plus que confidentielle en format VHS.

Critiques techniques

Le service est aussi critiqué à cause de son recours aux [DRM](#)²³⁴ qui nécessitent le [logiciel propriétaire](#) pour être efficace.

Critiques légales

En 2014, des clauses abusives ont été rapportées par des associations de défense des usagers, menant l'entreprise à être assignée en justice en France²³⁵.

Notes et références

Notes

- ↑ The Do Over est le deuxième de la série de quatre films issue d'un accord passé entre Netflix et la société de production d' **Adam Sandler**¹⁹⁵

Références[modifier | modifier le code]

- ↑ a, b, c, d et e Hebdomadaire "**Le Point**" du 3 octobre 2013, n° 2142 p. 89 Dossier "Cet homme veut pulvériser la télévision".
- ↑ http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/4040313674x0x905147/65EBB072-6E25-44AC-84E5-8D2F857D1662/2016_Proxy.pdf [archive]
- ↑ http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/4040313674x0x905147/65EBB072-6E25-44AC-84E5-8D2F857D1662/2016_Proxy.pdf [archive]
- ↑ http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/4040313674x0x905147/65EBB072-6E25-44AC-84E5-8D2F857D1662/2016_Proxy.pdf [archive]
- ↑ http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/4040313674x0x905147/65EBB072-6E25-44AC-84E5-8D2F857D1662/2016_Proxy.pdf [archive]
- ↑ http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/4040313674x0x905147/65EBB072-6E25-44AC-84E5-8D2F857D1662/2016_Proxy.pdf [archive]
- ↑ Ir.netflix.com ; rapport 2012 de Netflix [archive] Page consultée le 11 octobre 2013
- ↑ a et b [1] [archive]
- ↑ a et b « Netflix dépasse la barre des 125 millions d’abonnés » [archive], sur *Les Numériques*, 17 avril 2018
- ↑ (en) Corinne Grinapol, *Reed Hastings and Netflix*, New York, **Rosen Publishing** (**en**) , coll. « Internet Biographies », 2014, 1^{re} éd., 1 vol., 128 p., 24 cm (ISBN 1-4488-9525-1 et 978-1-4488-9525-0, OCLC 819531653, présentation en ligne [archive], lire en ligne [archive]), chap. 2 (« Planning for a future that hasn't yet arrived »), p. 21 [lire en ligne [archive]] (page consultée le 18 mars 2017).
- ↑ a et b (en) Fred Walker et Rebecca Broady Treadway, « Case 9 – Netflix : entering, engaging, and embracing innovation in the movie rental industry », dans John A. Parnell, *Strategic management : theory and practice*, Thousand Oaks, Londres, New Delhi et Singapour, **SAGE Publications**, 2014, 4^e éd. (1^{re} éd.2004), 1 vol., XX-641 p., 28 cm (ISBN 1-4522-3498-1 et 978-1-4522-3498-4, OCLC 798615906, SUDOC 17054429X, présentation en ligne [archive], lire en ligne [archive]), « Appendix », « Traditional cases », p. 539 [lire en ligne [archive]] (page consultée le 18 mars 2017).
- ↑ (en) « April 14, 1998 : first online DVD rental store opens – NetFlix.com site offers unprecedented title selection, availability and convenience » [archive], communiqué de presse du **14 avril 1998**, sur *Netflix* (consulté le 19 mars 2017).
- ↑ (en) Paul Nicholls, « NetFlix opens online DVD rental store » [archive], sur *Internet News*, publié le 15 avril 1998 (consulté le 19 mars 2017).
- ↑ (en) Keith Regan, « Netflix Debut Signals IPO Renewal » [archive], sur *eCommerce Times*, 23 mai 2002
- ↑ a et b Hebdomadaire "**Le Point**" du 3 octobre 2013, n° 2142 p. 90 Dossier "Cet homme veut pulvériser la télévision".
- ↑ Établissement du siège européen de la société Netflix au Luxembourg [archive], *Gouvernement.lu*, 12 mai 2011
- ↑ (en) « Netflix inks Disney deal, but no new films 'til 2016 » [archive], sur *CNN Money*, 4 décembre 2012
- ↑ (en) Bryan Bishop, « Netflix wraps up rights for new Disney, Marvel, and Pixar films starting in 2016 » [archive], sur *The Verge*, 4 décembre 2012 (consulté le 13 avril 2017)
- ↑ (en)Netflix and Disney: This Is Only the Beginning [archive]
- ↑ (en) « Disney to Spend \$200 Mil on Marvel Series for Netflix Set to Film in New York » [archive], sur *Variety*
- ↑ Netflix va transférer son siège social européen du Luxembourg aux Pays-Bas [archive], *20minutes.fr*, 24 juillet 2014
- ↑ (en)Netflix and The Walt Disney Studios Announce Multi-Year Premium Pay TV Window Agreement in Canada [archive]
- ↑ Netflix lève 1 milliard de dollars pour financer son expansion [archive], *challenge.fr*, 3 février 2015
- ↑ Pour financer son expansion, le service américain de vidéo en ligne se tourne vers les marchés financiers [archive], *lesechos.fr*, 3 février 2015
- ↑ (en) Aman Jain, « Netflix, Inc. To Offer Disney, Pixar, Marvel, Titles In Australia » [archive], sur *valuwalk*, 2 février 2015 (consulté le 20 avril 2015)
- ↑ (en) Chris Welch, « Netflix's big exclusivity deal for Disney's latest movies starts in September » [archive], sur *The Verge*, 23 mai 2016 (consulté le13 avril 2017)
- ↑ lefigaro.fr, « Netflix ferme ses bureaux en France » [archive] (consulté le 24 août 2016)
- ↑ a, b et c (en) Miriam Kreinin Souccar, « Disney doubles down on Marvel TV deal with the state » [archive], sur *crainsnewyork*, 31 juillet 2017 (consulté le19 février 2018)

29. ↑ « Trader l'action Netflix », *OptionMag*,[†]2018 (lire en ligne [archive](#))
30. ↑ (en) Todd Spangler, « Netflix in Talks With Disney on Marvel, 'Star Wars' Movies for 2019 and Beyond » [archive](#), sur *Variety*, 11 août 2017 (consulté le 27 février 2018)
31. ↑ (en) Lizzie Plaugic, « Netflix is in talks with Disney to keep streaming rights to Marvel and Star Wars movies » [archive](#), sur *The Verge*, 11 août 2017 (consulté le 27 février 2018)
32. ↑ Jérôme Marin, *Aux États-Unis, Netflix a révolutionné la consommation de contenus* [archive](#), *Le Monde*, 22 mars 2014
33. ↑ Nil Sanyas, « Le streaming capte un tiers du trafic en Europe, et 50 % aux USA » [archive](#), sur *PC INpact*, mai 2011 (consulté le 18 mai 2011)
34. ↑ Hebdomadaire "*Le Point*" du 3 octobre 2013, n° 2142 p. 88 Dossier "Cet homme veut pulvériser la télévision".
35. ↑ ^a et ^b (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Roku » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
36. ↑ ^a, ^b et ^c (en) Tech of the Hub, « When is 1080P Netflix coming to my device? » [archive](#), 31 octobre 2011 (consulté le 11 novembre 2011)
37. ↑ ^a, ^b et ^c (en) Netflix, « Netflix Features on your Samsung Blu-ray Player or Home Theater System » [archive du 7 juillet 2013](#) (consulté le 7 juillet 2013)
38. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Microsoft Xbox 360 » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
39. ↑ (en) The Netflix Blog, « Netflix Unveils New Xbox Experience » [archive](#), 7 décembre 2011 (consulté le 8 décembre 2011)
40. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Xbox One » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
41. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Using Netflix on your Xbox » [archive](#) (consulté le 20 août 2016)
42. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Using Netflix on your PlayStation » [archive](#) (consulté le 24 août 2016)
43. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Sony PlayStation Vita » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
44. ↑ (en) Netflix, « Netflix Features on Your Sony PlayStation Vita » [archive du 7 juillet 2013](#) (consulté le 7 juillet 2013)
45. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Nintendo Wii » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
46. ↑ (en) Netflix, « Netflix Features on Your Nintendo Wii U » [archive du 7 juillet 2013](#) (consulté le 7 juillet 2013)
47. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Nintendo 3DS » [archive](#) (consulté le 18 mars 2014)
48. ↑ (en) Brian Heater, « Nintendo confirms Netflix on the 3DS hitting today » [archive](#), sur *Engadget* (consulté le 14 juillet 2011)
49. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Apple TV » [archive du 12 septembre 2014](#) (consulté le 18 mars 2014)
50. ↑ (en) centre d'aide Netflix, « Netflix Features on Your Chromecast » [archive du 7 avril 2014](#) (consulté le 18 septembre 2014)
51. ↑ (en) Brian Klug, « Google Chromecast Review – An Awesome \$35 HDMI Dongle » [archive](#), AnandTech, 29 juillet 2013 (consulté le 11 septembre 2013)
52. ↑ ^a et ^b (en) « Amazon Fire TV Stick » [archive](#) (consulté le 18 janvier 2015)
53. ↑ « Comment Netflix a révolutionné les RH dans la Silicon Valley, et ailleurs », *usine-digitale.fr*,[†]13 octobre 2015 (lire en ligne [archive](#))
54. ↑ (en) « Recruiting Great Talent Is the Core of the Netflix HR Revolution », *ERE Media*,[†]15 janvier 2014 (lire en ligne [archive](#))
55. ↑ « Ce qui rend Netflix si agile », *OWDIN*,[†]10 janvier 2017 (lire en ligne [archive](#))
56. ↑ « Les Builds chez Netflix » [archive](#), sur *InfoQ* (consulté le 22 octobre 2017)
57. ↑ Netflix Technology Blog, « AMI Creation with Aminator » [archive](#), sur *Netflix TechBlog*, 22 mars 2013 (consulté le 22 octobre 2017)
58. ↑ (en) « Spinnaker » [archive](#), sur *Spinnaker* (consulté le 22 octobre 2017)
59. ↑ « Netflix Open Connect | Open Connect » [archive](#), sur *openconnect.netflix.com* (consulté le 22 octobre 2017)
60. ↑ <https://lejournal.cnrs.fr/articles/les-prouesses-de-la-compression-video> [archive](#)
61. ↑ (en) *Wired.com* ; *archive netflix* [archive](#) Page consultée le 12 octobre 2013.
62. ↑ (en) *cbc.ca* ; *netflix Canada* [archive](#) Page consultée le 12 octobre 2013.
63. ↑ (en) *Blog.netflix.com* : *netflix en Amérique latine* [archive](#) Page consultée le 12 octobre 2013.
64. ↑ « Netflix confirme son arrivée en septembre en France et cinq autres pays » [archive](#), sur *RTBF* via *AFP*, 22 juillet 2014

« En septembre, nous lancerons Netflix en Allemagne, France, Autriche, Suisse, Belgique et au Luxembourg »

65. ↑ « Suisse : la bataille de la VOD va démarrer », *RTS Info*,[†]3 septembre 2014 (lire en ligne [archive](#)) [vidéo]

« Après l'annonce de l'arrivée en Suisse du géant américain Netflix, *UPC Cablecom* présente une offre élargie en matière de "video on demand". »

66. ↑ « Bataille VOD : les explications de Gilles Marchand, Directeur RTS », *RTS Info*,[†]3 septembre 2014 (lire en ligne [archive](#)) [vidéo]]

« Interview par *Darius Rochebin* de *Gilles Marchand*, directeur de la *Radio télévision suisse* (RTS). »

67. ↑ (en) « Netflix » [archive](#), sur *twitter.com* (consulté le 18 novembre 2014)
68. ↑ (en) « Netflix to launch in Australia, New Zealand in March » [archive](#), sur *Investing.com* (consulté le 19 novembre 2014)
69. ↑ ^a et ^b « Netflix officialise son lancement au Japon pour le 2 septembre » [archive](#), sur *lesechos.fr*

70. ↑ (en) « Netflix to Stream Into Italy, Spain and Portugal in October » [\[archive\]](#), sur *Variety*, 7 juin 2015
71. ↑ « Netflix veut boucler son expansion internationale avant 2017 » [\[archive\]](#), sur *ZDNet*, 9 septembre 2015
72. ↑ « Netflix à l'assaut d'un marché belge complexe » [\[archive\]](#), sur *La Libre Belgique* (consulté le 12 octobre 2013)
73. ↑ « Netflix annonce deux lancements à l'international. La France pour 2012 ? » [\[archive\]](#), sur *ZDNet.fr* (consulté le 12 octobre 2013)
74. ↑ « Netflix désormais disponible sur certaines box SFR » [\[archive\]](#), sur *Le Monde*, 8 octobre 2014
75. ↑ « Netflix bientôt sur Proximus TV » [\[archive\]](#), sur *Belgacom*, 29 septembre 2014
76. ↑ Anaëlle Grondin, « Netflix va faire ses premiers pas en Chine » [\[archive\]](#), 25 avril 2017 (consulté le 27 avril 2017)
77. ↑ CP SFR, « Altice et Netflix concluent un partenariat mondial couvrant la France, le Portugal, Israël et la République Dominicaine. » [\[archive\]](#), 12 juin 2017 (consulté le 12 juin 2017)
78. ↑ Lisa Richwine et Narottam Medhora, « Netflix buys comics publisher Millarworld to feed films and TV » [\[archive\]](#), sur *Reuters*, 7 août 2017
79. ↑ ^a et ^b Hugo Pascual, « Contourner les restrictions territoriales de Netflix, un jeu d'enfant ? », *Libération.fr*, 18 mars 2015 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
80. ↑ BFM BUSINESS, « Les abonnés français à Netflix trois fois moins gâtés que les Japonais » [\[archive\]](#), sur *BFM BUSINESS* (consulté le 6 décembre 2017)
81. ↑ (en) Alex Kidman, « Netflix USA vs. the World - movie & TV libraries compared », *finder US*, 8 janvier 2016 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
82. ↑ Kevin Dochain, « Voici comment décupler le catalogue de Netflix en quelques clics », *Hebdomadaire*, 27 février 2015 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
83. ↑ « Comment Netflix se procure-t-il les droits de diffusion des séries TV et des films ? » [\[archive\]](#), sur *Centre d* (consulté le 6 décembre 2017)
84. ↑ « Comment fonctionne Netflix ? » [\[archive\]](#), sur *Centre d* (consulté le 10 décembre 2017)
85. ↑ ^a et ^b « Netflix accentue ses pertes à l'international » [\[archive\]](#), sur *ZDNet*, 20 janvier 2016
86. ↑ « Près de 100 millions d'abonnés pour Netflix », *ozap.com*, 21 janvier 2017 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
87. ↑ Pierre-Yves Dugua, « Audacieux, Netflix atteint un nouveau record d'abonnés » [\[archive\]](#), sur *Le Figaro*, 23 janvier 2018 (consulté le 23 janvier 2018)
88. ↑ « Netflix proche d'atteindre les 3,5 millions d'abonnés en France », *Begeek.fr*, 6 avril 2018 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
89. ↑ (en) « The Netflix Backlash: Why Hollywood Fears a Content Monopoly », *The Hollywood Reporter*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
90. ↑ « Histoire de Reed Hastings et de Netflix - Jean-Martial Lefranc - Daniel Ichbiah (2014) » [\[archive\]](#)
91. ↑ (en) Tim Adler in London, « UPDATE: Miramax's Mike Lang and Netflix's Ted Sarandos Talk Shop; Netflix Adds 'Lilyhammer' To TV Lineup », *Deadline*, 3 octobre 2011 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
92. ↑ (en) « Netflix Sets Premiere Date for Jenji Kohan's 'Orange Is the New Black' », *The Hollywood Reporter*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
93. ↑ (en) David Lieberman, « DreamWorks Animation To Produce First Netflix Original Series For Kids », *Deadline*, 12 février 2013 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
94. ↑ (en) Anthony Ha, « Netflix: 'Orange Is The New Black' Is Our Most-Watched Original, But Our TV Exclusives Are Even Bigger », *TechCrunch*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
95. ↑ (en) Cynthia Littleton, « 'Orange Is the New Black' Renewed for 3 Seasons by Netflix », *Variety*, 5 février 2016 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
96. ↑ (en) « Marvel TV shows to debut on Netflix », *BBC News*, 8 novembre 2013 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
97. ↑ (en) David Lieberman, Nellie Andreeva, « Netflix Picks Up Four Marvel Live-Action Series & A Mini Featuring Daredevil, Jessica Jones, Iron Fist, Luke Cage For 2015 Launch », *Deadline*, 7 novembre 2013 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
98. ↑ (en) Todd Spangler, « Netflix Orders Four Marvel Live-Action Series », *Variety*, 7 novembre 2013 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
99. ↑ (en) « Marvel's Iron Fist Release Date, Trailer, Review, Cast, and More », *Den of Geek*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
100. ↑ (en) « 'Marvel's The Punisher' spin-off ordered by Netflix, Jon Bernthal to star », *EW.com*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
101. ↑ (en) « Netflix Orders 'Marvel's The Punisher' to Series » [\[archive\]](#), sur *News | Marvel.com* (consulté le 15 décembre 2017)
102. ↑ (en) « Star Wars: The Clone Wars - The Lost Missions Now on Netflix | StarWars.com », *StarWars.com*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
103. ↑ (en) Nellie Andreeva, « Mitch Hurwitz Inks Multi-Year Deal With Netflix For New Series », *Deadline*, 22 avril 2014 ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
104. ↑ (en) « BoJack Horseman » [\[archive\]](#) (consulté le 15 décembre 2017)
105. ↑ (en) Netflix, Inc., « Only On Netflix: Sci-Fi Giants The Wachowskis And J. Michael Straczynski Team-Up To Create "Sense8" » [\[archive\]](#), sur *www.prnewswire.com* (consulté le 15 décembre 2017)
106. ↑ (en) « The Netflix Backlash: Why Hollywood Fears a Content Monopoly », *The Hollywood Reporter*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))
107. ↑ « Laughing All the Way to the Bank », *The Ringer*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** ([lire en ligne](#) [\[archive\]](#))

108. ↑ (en) « Inside Jerry Seinfeld's \$100 million decision to jump to Netflix », *Business Insider*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
109. ↑ « Netflix plans to spend \$8 billion to make its library 50 percent original by 2018 », *The Verge*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
110. ↑ (en) « Netflix in campaign to 'set record straight' on \$500-million pledge for Canadian productions », *The Globe and Mail*, 9 octobre 2017 (lire en ligne [\[archive\]](#))
111. ↑ (en) Dade Hayes, « Netflix Defends \$500 Million Canadian Investment: "No Tax Deals Were Part Of The Approval" », *Deadline*, 10 octobre 2017 (lire en ligne [\[archive\]](#))
112. ↑ « Pourquoi les Français raffolent déjà de Netflix? » [\[archive\]](#), sur *lefigaro.fr*, 26 mars 2014 (consulté le 23 octobre 2017)
113. ↑ [a](#), [b](#) et [c](#) « Netflix annonce 4 nouvelles séries TV Marvel et une mini-série The Defenders » [\[archive\]](#), sur *www.comicsblog.fr* (consulté le 4 septembre 2017)
114. ↑ « Netflix: La série fantastique «Montauk» sera lancée en 2016 » [\[archive\]](#), sur *www.20minutes.fr* (consulté le 4 septembre 2017)
115. ↑ (en) « Netflix to adapt Lemony Snicket books into TV series », *The Guardian*, 5 novembre 2014 (ISSN 0261-3077, lire en ligne [\[archive\]](#))
116. ↑ (en) « Netflix Drops Teaser for New German Series Dark », *ComingSoon.net*, 1^{er} mars 2017 (lire en ligne [\[archive\]](#))
117. ↑ (en) Nellie Andreeva, « Netflix Orders 'Altered Carbon' Sci-Fi Series From Laeta Kalogridis & Skydance », *Deadline*, 20 janvier 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
118. ↑ (en) Nellie Andreeva, « 'Lost In Space' Remake Picked Up To Series By Netflix », *Deadline*, 29 juin 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
119. ↑ Sébastien Bossi Croci, « Kevin Spacey lance un pavé dans la mare », *Le Journal International - Archives*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
120. ↑ (en) « New on Netflix in October: *Stranger Things 2*, *Boogie Nights* » [\[archive\]](#), sur *Entertainment Weekly*, 20 septembre 2017
121. ↑ AlloCiné, « 13 Reasons Why : Un teaser et une date de lancement pour la série Netflix produite par Selena Gomez », *AlloCiné*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
122. ↑ (en) Nellie Andreeva et Ali Jaafar, « Netflix Sets 'Mindhunter' Drama Series From David Fincher & Charlize Theron », *Deadline*, 22 décembre 2015 (lire en ligne [\[archive\]](#))
123. ↑ « Las Chicas del cable , la nouvelle série romantique et Girl Power de Netflix », *Cosmopolitan.fr*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
124. ↑ (en) « Jason Bateman Netflix Show Details Revealed: Ozarks », *Slashfilm*, 25 février 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
125. ↑ (en) Denise Petski, « 'Godless' Adds Sam Waterston, Kim Coates, More; Scoot McNairy Confirmed », *Deadline*, 6 septembre 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
126. ↑ « Simona Brown Books Lead in Netflix's 'Matrix'-Inspired Thriller, 'Kiss Me First' » [\[archive\]](#), sur *Shadow and Act*, 4 novembre 2016 (consulté le 18 avril 2017)
127. ↑ (en) Nancy Tartaglione, « Netflix Hooks Up New Seasons Of Canada's 'Trailer Park Boys' For Global Streaming », *Deadline*, 6 mars 2014 (lire en ligne [\[archive\]](#))
128. ↑ AlloCiné, « Arrested Development de retour pour une saison 5 ! », *AlloCiné*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
129. ↑ AlloCiné, « Grace et Frankie : c'est quoi cette série ? », *AlloCiné*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
130. ↑ Seriesaddict, « Une date pour Master of None sur Netflix - News - Series Addict », *SeriesAddict*, **{{Article}} : paramètre « année » ou « date » manquant** (lire en ligne [\[archive\]](#))
131. ↑ « La Fête à la Maison 20 ans après, Netflix révèle la date de retour de la série culte dans un teaser nostalgique - Actualité Série », *EcranLarge.com*, 17 décembre 2015 (lire en ligne [\[archive\]](#))
132. ↑ (en) « Atypical », *Wikipedia*, 28 mars 2017 (lire en ligne)
133. ↑ (en) Cynthia Littleton, « Netflix Orders 'Friends From College' Starring Keegan-Michael Key, Cobie Smulders », *Variety*, 22 août 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
134. ↑ (en) Brian Steinberg, « Netflix Sets Tween Series 'Worst Witch,' 'Horse Mystery Project' For 2017 », *Variety*, 31 août 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
135. ↑ (en) Nellie Andreeva, « Netflix Orders 'She's Gotta Have It' Spike Lee Series Based On His Landmark Movie », *Deadline*, 15 septembre 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
136. ↑ Variety du 1^{er} octobre 2015.
137. ↑ (en) « Netflix Adds Three New Animated Series For Preschoolers » [\[archive\]](#), sur *deadline.com*, 30 juin 2015
138. ↑ <http://www.gamergen.com/actualites/skylanders-academy-dessin-anime-sera-diffuse-netflix-casting-vocal-renom-274336-1> [\[archive\]](#)
139. ↑ « Une série M. Peabody et Sherman bientôt sur Netflix » [\[archive\]](#), sur *Allociné*
140. ↑ (en) Maane Khatchaturian, « Netflix Nabs Sarah Polley Miniseries Based on Margaret Atwood True-Crime Novel », *Variety*, 21 juin 2016 (lire en ligne [\[archive\]](#))
141. ↑ (en) Mikikazu Komatsu, « Netflix to Stream "ERASED" Live-Action Drama Next Winter », *Crunchyroll*, 13 mars 2017 (lire en ligne [\[archive\]](#))

142. [↑] (en) Nancy Tartaglione, « Netflix Boards BBC Two's 'Collateral'; Billie Piper & More Join David Hare Thriller », *Deadline*,⁶ 6 avril 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
143. [↑] ^{a et b} (en) Ed Meza, « Netflix Invests Nearly \$2 Billion in European Productions, Promises More », *Variety*,¹ 1^{er} mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
144. [↑] (en) Lauren Meehan, « Emma Stone and Jonah Hill set to reunite in new Netflix series Maniac », *Express.co.uk*,² 2 février 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
145. [↑] (en) « NETFLIX ANNOUNCES NEW BRAZILIAN SERIES "SAMANTHA!" », *plus55*,⁸ 8 février 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
146. [↑] « Après *Marseille*, Netflix annonce une nouvelle série originale française, *Osmosis* », *lesechos.fr*,¹¹ 11 mai 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
147. [↑] (en) Nellie Andreeva, « Netflix Orders Tony Danza Dramedy Series 'The Good Cop' From 'Monk' Duo », *Deadline*,¹⁹ 19 juin 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
148. [↑] (en) Nellie Andreeva, « 'Insatiable': Netflix Picks Up Ex-CW Pilot Starring Debby Ryan To Series », *Deadline*,¹⁰ 10 juin 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
149. [↑] (en) « List of original programs distributed by Netflix », *Wikipedia*,¹ 1^{er} septembre 2017 ([lire en ligne](#))
150. [↑] (en) Nellie Andreeva, « Netflix Greenlights Drama Series From 'Fauda' Creators, Sets 2nd Project From Duo For Development », *Deadline*,¹⁰ 10 août 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
151. [↑] Delphine Rivet, « *Outlander* arrive enfin en France, sur Netflix », *Biiinge by Konbini*,³ 3 avril 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
152. [↑] AlloCine, « La série *Scream* disponible sur Netflix ! », *AlloCiné*,¹ 1^{er} octobre 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
153. [↑] (en) *Ajin* [archive](#) sur l'*Internet Movie Database*
154. [↑] (en) Ali Jaafar, « Netflix Acquires Global Rights To 'Shadowhunters: Mortal Instruments', Will Bow Series In January Outside U.S. », *Deadline*,¹⁸ 18 décembre 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
155. [↑] ^{a et b} « Netflix : le nouveau contenu du mois de novembre », *Begeek.fr*,²⁵ 25 octobre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
156. [↑] (en) Nancy Tartaglione, « Netflix Gets *Paranoid*; Boards ITV Conspiracy Thriller As Co-Producer », *Deadline*,⁴ 4 août 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
157. [↑] (en) « Greenleaf: Netflix va diffuser la série du réseau OWN dans le monde », *tvqc.com*,²⁷ 27 avril 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
158. [↑] (en) « Watch the Teaser for Netflix's *Anne of Green Gables* Adaptation », *EW.com*,⁸ 8 février 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
159. [↑] (en) Cynthia Littleton, « Netflix and Univision Partner for 'El Chapo' Series, 'Narcos' and 'Club de Cuervos' Pact », *Variety*,¹⁷ 17 mai 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
160. [↑] CT, « C'est sur Netflix en août : l'arrivée des *Defenders*, le film *Death Note*, la fin d'*Orphan Black*... », *AlloCiné*,¹ 1^{er} août 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
161. [↑] Sonia Devillers, « "Mad Men" l'intégrale, sur Netflix », *France Inter*,²⁶ 26 avril 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
162. [↑] Pierre, « *Beasts of No Nation*, film produit par Netflix, montre son premier teaser » [archive](#), 30 juillet 2015 (consulté le 1^{er} septembre 2017)
163. [↑] (en) « *Netflix* diffusera la suite de "Tigre et Dragon" en exclusivité » [archive](#), sur *digitalspy.co.uk*
164. [↑] (en) « *Netflix* sets June premiere date for *The Fundamentals of Caring* » [archive](#), sur *Entertainment Weekly*, 1^{er} avril 2016
165. [↑] (en) Nick Schager, « Film Review: 'Rebirth' », *Variety*,²⁰ 20 avril 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
166. [↑] (en) « *Sundance: Netflix Buys 'Tallulah' With Ellen Page, Allison Janney* » [archive](#), sur *Variety*, 12 janvier 2016
167. [↑] (en) Jeremy Gerard, « Hayley Kiyoko Of 'CSI: Cyber' Is Cast In 'XOXO', Netflix' Indie-Fest Feature Project », *Deadline*,¹³ 13 juillet 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
168. [↑] (en) « *Robbie Amell, Rachael Taylor to Star in Netflix Sci-Fi Thriller 'ARQ'* » [archive](#), sur *The Hollywood Reporter*, 20 janvier 2016
169. [↑] « *Netflix* diffusera en 2016 un film "Jadotville" avec Guillaume Canet » [archive](#), sur *TéléObs*, 16 février 2015
170. [↑] (en) Stephen Dalton, « 'I Am the Pretty Thing That Lives in the House': Film Review | TIFF 2016 », *The Hollywood Reporter*,¹⁶ 16 septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
171. [↑] (es) María Congosto, « Netflix España estrena '7 años', su primera película de producción nacional », *ELMUNDO*,²⁸ 28 octobre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
172. [↑] ^{a et b} (en) Rebecca Ford, « Netflix Nabs Chris Sparling's 'Mercy,' 'Girlfriend's Day' With Bob Odenkirk (Exclusive) », *The Hollywood Reporter*,²³ 23 novembre 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
173. [↑] (en) Mike Fleming Jr, « Netflix Lands Legendary Sci-Fi Action Film 'Spectral' », *Deadline*,¹⁷ 17 novembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
174. [↑] (en) Mike Fleming Jr, « Young Barack Obama Pic 'Barry' Sells To Netflix: Toronto », *Deadline*,¹⁷ 17 septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
175. [↑] (en) « Watch a group of teens plan an unusual crime in Netflix's 'Coin Heist' trailer », *Digital Trends*,⁷ 7 décembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
176. [↑] (en) « 'Clinical', Netflix's Surprise Horror Movie That Looks Vicious (NSFW Trailer) - Bloody Disgusting! », *Bloody Disgusting!*,⁹ 9 janvier 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
177. [↑] (en) « iBoy: New Netflix film sees teen get smartphone lodged in his brain », *The Independent*,¹³ 13 janvier 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
178. [↑] (en) Justin Lowe, « Imperial Dreams: Sundance Review », *The Hollywood Reporter*,²⁵ 25 janvier 2014 ([lire en ligne](#) [archive](#))

179. ↑ (en) Dominic Patten, « Sundance 2017: Robert Redford, New Rashida Jones Netflix Series, 'Rebel In The Rye' & More On Premiere, Docu, Midnight & Kids Slates », *Deadline*,[†]5 décembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
180. ↑ (en) Denise Petski, « 'Dear White People' Netflix Series Rounds Out Cast As Production Begins », *Deadline*,[†]1^{er} septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
181. ↑ « Breaking News - Netflix Announces Slate of Original Films, Documentaries and Series at the 2017 Sundance Film Festival | TheFutonCritic.com » [\[archive\]](#), sur *www.thefutoncritic.com* (consulté le 26 avril 2017)
182. ↑ (en) Dave McNary, « Netflix Boosts Slate with Melissa Leo's 'Most Hated Woman in America' », *Variety*,[†]8 juillet 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
183. ↑ (en) Anita Busch, « Robert Redford & Jason Segel Join Rooney Mara In 'The Discovery' », *Deadline*,[†]9 mars 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
184. ↑ (en) « Nicholas Hoult & Henry Cavill Go To War In New Trailer For Netflix's 'Sand Castle' », *The Playlist*,[†]2 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
185. ↑ (en) « Here's What's Coming to/Leaving Netflix in April 2017 », *Cosmopolitan*,[†]22 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
186. ↑ (en) « Netflix, Brad Pitt's Plan B Back \$50M Korean Movie 'Okja' » [\[archive\]](#), sur *Hollywood Reporter*, 10 novembre 2015
187. ↑ Caitlin Busch, « The First Teaser for Netflix's 'Death Note' Is Finally Here "Shall we begin?" », *Inverse*,[†]22 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
188. ↑ (en) Dominic Patten, « Angelina Jolie To Helm 'First They Killed My Father' As A Netflix Original Pic », *Deadline*,[†]24 juillet 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
189. ↑ (en) « Will Smith's Supernatural Cop Thriller 'Bright' Could Be Netflix's Biggest Get Yet » [\[archive\]](#), sur *Collider*, 9 mars 2016
190. ↑ (en) Mike Fleming Jr, « Netflix Sets 'Broad City's Abbi Jacobson & Dave Franco For Heroin Drama '6 Balloons' », *Deadline*,[†]11 octobre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
191. ↑ Caroline Siede, « Netflix to debut Duncan Jones' Mute before rolling it out in theaters », *avclub.com*,[†]29 septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
192. ↑ « Netflix dévoile la bande-annonce de "The Ridiculous 6", son nouveau film » [\[archive\]](#), sur *Huffington Post*, 29 octobre 2015
193. ↑ (en) « Netflix to Release Ricky Gervais' 'Special Correspondents' in 2016 » [\[archive\]](#), sur *variety.com*
194. ↑ (en) « Adam Sandler Netflix Pic 'The Do-Over' Gets May Premiere & First Teaser » [\[archive\]](#), sur *Deadline*, 21 mars 2016
195. ↑ « Netflix se paie Adam Sandler pour quatre films » [\[archive\]](#), sur *Programme-TV.net*, 3 octobre 2014
196. ↑ (en) « Indian Comedy 'Brahman Naman' to Premiere Globally on Netflix » [\[archive\]](#), sur *The Hollywood Reporter*, 31 janvier 2016
197. ↑ (en) Ross A. Lincoln, « Kim Coates Joins Netflix Pic 'True Memoirs Of An International Assassin' », *Deadline*,[†]8 décembre 2015 ([lire en ligne](#) [archive](#))
198. ↑ (en) Liz Calvario, « Take the 10 Trailer: Andy Samberg and Tony Revolori in Netflix Comedy | IndieWire » [\[archive\]](#), sur *www.indiewire.com* (consulté le 26 avril 2017)
199. ↑ (9999en) « Two Netflix Original Films Bound for SXSW! », *EclipseMagazine*,[†]31 janvier 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
200. ↑ (en) Rebecca Ford, « Jennifer Hudson to Star in Adam Sandler's Netflix Movie 'Sandy Wexler' (Exclusive) », *The Hollywood Reporter*,[†]20 juillet 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
201. ↑ (en) « Nikolaj Coster-Waldau Has Big Problems in 'Small Crimes' Trailer », *EW.com*,[†]9 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
202. ↑ Netflix US & Canada, « Handsome: A Netflix Mystery Movie | Official Trailer [HD] | Netflix » [\[archive\]](#), 21 mars 2017 (consulté le 26 avril 2017)
203. ↑ (en) Diana Lodderhose, « Netflix Acquires Sudhanshu Saria's Indian Romance 'Loev' », *Deadline*,[†]19 avril 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
204. ↑ (en) Mike Fleming Jr, « Netflix Acquires Noah Baumbach's 'The Meyerowitz Stories' In WW Rights Deal », *Deadline*,[†]10 avril 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
205. ↑ (en) Justin Kroll, « Adam Scott, Evangeline Lilly to Star in Netflix Comedy 'Little Evil' », *Variety*,[†]15 septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
206. ↑ (en) « Charlize Theron Plans 'Young Adult' Reunion; Domhnall Gleeson Joins National Lampoon Film », *Collider*,[†]4 avril 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
207. ↑ (en) « SXSW: Netflix Nabs Horror-Thriller 'Hush' » [\[archive\]](#), sur *The Hollywood Reporter*, 10 mars 2016
208. ↑ (en) Liz Shackleton, « Netflix acquires global rights to South Korean thriller 'Pandora' », *screendaily.com*,[†]8 novembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))
209. ↑ (en) Nick Vivarelli, « Netflix Takes Global Rights For Italian Nick Hornby Adaptation 'Slam' », *Variety*,[†]8 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
210. ↑ Hollywood Reporter 23-11-2015
211. ↑ (en) « Mike Flanagan's 'Before I Wake' Hitting Netflix, Except in the States - Bloody Disgusting! », *Bloody Disgusting!*,[†]28 mars 2017 ([lire en ligne](#) [archive](#))
212. ↑ (en) « Netflix jumps into true-crime documentaries with Making a Murderer » [\[archive\]](#), sur *The Verge*, 9 novembre 2015
213. ↑ « The Build Team From MYTHBUSTERS Are Coming Back With a Netflix Show | Nerdist », *Nerdist*,[†]3 septembre 2016 ([lire en ligne](#) [archive](#))

214. ↑ a. b. et c. (en) « Ali Wong, Bo Burnham, Jeff Foxworthy and More Get Premiere Dates for Netflix Specials » [archive], sur *pastemagazine.com*, 14 avril 2016
215. ↑ a. b. c. d. e. f. et g. (en) « Dana Carvey, Reggie Watts, more set for fall Netflix specials » [archive], sur *Entertainment Weekly*, 23 août 2016
216. ↑ (en) Laura Prudom, « Bill Nye Lands Netflix Talk Show », *Variety*,‎ 31 août 2016 (lire en ligne [archive])
217. ↑ « Un rapport confirme la domination du roi Netflix sur ses concurrents, et peut-être bientôt sur les chaînes de télévision » [archive], sur *http://mashable.france24.com* [archive], 6 juillet 2017 (consulté le 23 octobre 2017)
218. ↑ « « Netflix, une révolution ? », *Esprit* 2014/10 (Octobre), p. 133-136 » [archive]
219. ↑ a. b. c. et d. Anne-Cécile Guillemot, « [Décryptage] Netflix crève l'écran chez les 13-20 ans » [archive], sur *e-marketing.fr*, 14 octobre 2015 (consulté le 24 octobre 2017)
220. ↑ « «Better Call Saul»: Netflix frappe fort avec ses publicités personnalisées » [archive]
221. ↑ « Netflix vous propose un Faceswap avec ses héros » [archive]
222. ↑ « Invitez les héros de Netflix dans vos photos Snapchat » [archive]
223. ↑ « Netflix installe une véritable prison au cœur de Paris pour Orange Is The New Black » [archive]
224. ↑ Olivier Dumons, « L'algorithme de Netflix, un cerveau à la place du cœur » [archive], sur *lemonde.fr*, 12 septembre 2014 (consulté le 24 octobre 2017)
225. ↑ « Netflix se lance dans la vente de cannabis » [archive]
226. ↑ « Frank Underwood met KO Manuel Valls en un tweet » [archive]
227. ↑ Julien Cadot, « Netflix, un géant seul au monde - Pop culture - Numerama », *Numerama*,‎ 13 avril 2016 (lire en ligne [archive])
228. ↑ Laurence Engel, « Netflix, une révolution ? », *Esprit*, vol. Octobre, n^o 10,‎ 9 octobre 2014, p. 133–136 (ISSN 0014-0759, DOI 10.3917/espri.1410.0133, lire en ligne [archive])
229. ↑ (en) « Netflix's cultural influence on global culture - Maxxor Blog », *Maxxor Blog*,‎ 9 février 2016 (lire en ligne [archive])
230. ↑ (en) « Netflix and chill », *Wikipedia*,‎ 5 novembre 2017 (lire en ligne)
231. ↑ Farhad Manjoo, *Prix Netflix: pour des ingénieurs surdoués et pas chers* [archive], Slate, 10 octobre 2009
232. ↑ (en) *netflixprize.com* ; *Le prix "netflix"* [archive] Page consultée le 12 octobre 2013.
233. ↑ a. et b. M.B., « Netflix en Belgique: il va y avoir des déçus » [archive], sur *Le Soir*, 19 septembre 2014 (consulté le 22 février 2015)
234. ↑ *Netflix et ses DRM n'ont plus besoin de plugin sous Firefox* [archive]
235. ↑ *Le géant Netflix assigné en justice en France* [archive], Le Figaro, 24 novembre 2014

Voir aussi

Articles connexes

- Vidéo à la demande
- Canalplay
- Amazon Video
- Hulu
- L'histoire de Netflix et de son fondateur Reed Hastings [archive]
- List of original programs distributed by Netflix **(en)**

Liens externes

- Site officiel [archive]

Séries télévisées de Netflix

Films et documentaires de Netflix

Spectacles de Netflix

Plateformes de distribution en ligne

Silicon Valley

Portail des entreprises

Portail d’Internet

Portail du cinéma

Portail de San Francisco et sa région

Catégories :

- Netflix

- [Société cotée au NASDAQ](#)
- [Entreprise ayant son siège dans la Silicon Valley](#)
- [Entreprise fondée en 1997](#)
- [Vidéo à la demande](#)

[+]

Menu de navigation

- La dernière modification de cette page a été faite le 8 mai 2018 à 07:33.
- [Droit d'auteur](#) : les textes sont disponibles sous [licence Creative Commons attribution, partage dans les mêmes conditions](#) ; d'autres conditions peuvent s'appliquer. Voyez les [conditions d'utilisation](#) pour plus de détails, ainsi que les [crédits graphiques](#). En cas de réutilisation des textes de cette page, voyez [comment citer les auteurs et mentionner la licence](#).
Wikipedia® est une marque déposée de la [Wikimedia Foundation, Inc.](#), organisation de bienfaisance régie par le paragraphe [501\(c\)\(3\)](#) du code fiscal des États-Unis.