

Ted Sarandos L'engagement européen de Netflix se renforce chaque jour et va de pair avec une responsabilité croissante

Le directeur général des contenus de la plate-forme expose les initiatives prises en soutien à l'industrie du cinéma comme de la télévision. Selon lui, malgré la pandémie, un futur âge d'or de la création européenne est possible

Nous avons tous vécu ces derniers mois comme une épreuve. Au fur et à mesure de la progression mondiale de la pandémie due au coronavirus et de la pression que le confinement exerçait sur nos esprits, nous avons tous ressenti le besoin de nous échapper.

C'est à ce besoin, presque vital, que répond le divertissement. Il nous apporte une fenêtre sur le monde, un espoir partagé. Dans la solitude de nos confinements, nous avons tous regardé des films, des séries ou des documentaires qui nous ont fait voyager. Plus que jamais, ces histoires, imprégnées de vérités universelles, de vérités humaines, nous ont rassemblés et nous ont fait vivre à l'unisson, à un moment où nous étions isolés.

Nous avons toujours pensé que le divertissement est une expérience collective. Nous ne sommes jamais aussi forts que lorsque nos partenaires réussissent. Notre succès est né de collaborations avec certains des plus grands réalisateurs, scénaristes, acteurs et producteurs du monde entier. C'est à leurs côtés que nous produisons des films, séries et documentaires, notamment dans de nombreux pays européens, qui sont regardés et salués

à travers le monde. Notre engagement européen est fort. Il se renforce chaque jour et va de pair désormais avec une responsabilité croissante.

C'est pourquoi, dès le début de la crise, nous avons engagé plus de 150 millions de dollars (134 millions d'euros) en faveur des personnes les plus durement touchées par l'arrêt de nos productions. Nous avons aussi apporté notre soutien à l'industrie du cinéma et de la télévision, avec la création de vingt-deux fonds de solidarité dans le monde en partenariat avec des organisations présentes sur le terrain.

Association avec Audiens

En France, nous nous sommes associés à Audiens, le groupe de protection sociale du secteur de la culture, pour la création d'un fonds d'aide d'urgence pour les artistes et techniciens intermittents de l'audiovisuel et du cinéma, durement touchés par la crise due au coronavirus.

Face au défi du travail à distance, nos équipes de postproduction ont fait preuve de résilience, de créativité et d'un incroyable professionnalisme en apportant la touche finale aux productions que nous regardons ces jours-ci, à l'instar de *The Eddy*,

une série originale réalisée entre autres par Damien Chazelle et Houda Benyamina.

Aujourd'hui, les tournages ont repris. Nous relançons nos productions en Europe en adoptant les plus hauts standards de sécurité : en Italie avec *Zero*, une histoire contemporaine qui donne une voix aux communautés sous-représentées, et en France, avec la série *Arsène Lupin*, dont Omar Sy occupe le premier rôle.

Mais une crise de cette ampleur laisse des cicatrices. Nombreux sont ceux dans notre industrie qui ont été profondément fragili-

sés et qui mettront du temps à s'en remettre. C'est pour cela que nous avons renforcé nos programmes de soutien pour développer des ateliers d'écriture ainsi que de repérage et d'accompagnement de nouveaux talents via des partenariats, comme avec la Femis en France ou CIMA Impulsa en Espagne. Et, surtout, nous avons lancé de nouveaux projets, comme en Italie avec *La Vie mensongère des adultes*, une série basée sur le dernier roman d'Elena Ferrante, ou avec l'adaptation du roman de Romain Gary *La Vie devant soi*, avec Sophia Loren en premier rôle.

Industrie créative florissante

Naturellement, beaucoup ont encore peur de l'avenir. Mais nous pensons qu'il y a tout lieu d'être optimiste, pas seulement pour une poignée d'entreprises, mais bien pour l'industrie dans son ensemble. Pourquoi ? Parce que les belles histoires ont toujours été le cœur battant de notre industrie, et ce cœur est un muscle résilient.

Plus que jamais, chacun va chercher à s'évader par la culture et le divertissement afin de surmonter les nombreux défis du quotidien, en se nourrissant des parcours de vie des uns et des autres. Et à l'avenir, le grand pu-

blic aura accès à un plus large éventail d'histoires, décidera quand et comment les regarder, et c'est bien lui qui sera le grand gagnant de cette industrie créative florissante.

Il y a de la place pour tous. Nous avons vu comment, tout au long de la crise, les Français ont regardé davantage la télévision, ont redécouvert de nombreux films classiques européens et ont pu apprécier les œuvres de nombreux autres pays. Ces comportements nous ont rappelé la puissance et l'importance que prend la culture dans nos vies.

Après des records d'entrées au box-office en 2019, les cinémas ont dû fermer temporairement, privant un certain nombre de films de leur public. Pourtant, toute œuvre cinématographique mérite d'être vue. Netflix peut y contribuer pour faire rayonner la culture européenne. Nous travaillons avec des cinéastes de renom tels que Paolo Sorrentino et Jean-Pierre Jeunet, et permettons à de nombreux talents émergents, en Europe, de raconter leurs histoires au monde entier.

Alors que nous nous attelons à reconstruire nos économies, la nécessité de rester en phase avec ce qui se passe dans nos sociétés est primordiale. J'ai toujours

pensé que ce que l'on trouve sur Netflix – et ce que l'on voit sur nos écrans en général – doit refléter le monde tel qu'il est. Dans toute sa splendeur et dans toute sa complexité.

Cela passe par accepter de montrer la face la moins louable de nos sociétés et défendre la cause de ceux que personne n'écoute. Quand des millions de membres regardent *Banlieusards*, le premier film de Kery James et Leila Sy, la série *Dans leur regard*, d'Ava DuVernay, ou *Roma*, d'Alfonso Cuarón, la prise de conscience citoyenne est réelle et l'empathie gagne du terrain.

Les fondations de notre communauté créative sont solides. Notre travail consiste à tenir les promesses qu'elle recèle et libérer son potentiel. Nous y parviendrons si tous ceux qui se soucient de la culture, du cinéma et de la créativité continuent à travailler ensemble pour tendre vers un objectif commun : un âge d'or de la création. ■

Ted Sarandos est directeur général des contenus de la plate-forme Netflix

IL Y A TOUT LIEU D'ÊTRE OPTIMISTE, PAS SEULEMENT POUR UNE POIGNÉE D'ENTREPRISES, MAIS BIEN POUR L'INDUSTRIE DANS SON ENSEMBLE