

# Programmes originaux Netflix en Europe



Un Rapport SoDA UK FIGS par **Digital-i**

*1<sup>er</sup> janvier 2019 – 31 décembre 2019*

Les données de visionnage détaillées dans ce rapport proviennent directement de SoDA, un logiciel d'analyse des données d'utilisation des SVOD, développé par Digital-i.

# Résumé du Rapport



Ce rapport est conçu pour étudier les performances des Programmes originaux Netflix au Royaume-Uni et en Europe continentale.

Les Programmes originaux Netflix (ici, tout contenu pour lequel Netflix détient les droits exclusifs de distribution à l'international) sont un outil idéal pour comparer la façon dont le contenu voyage à travers les territoires et sur la même plate-forme. Dans ce rapport, nous avons étudié les performances du contenu original Netflix dans 5 territoires clés (UK FIGS : Royaume-Uni, France, Italie, Allemagne et Espagne) pour faire ressortir des informations clés sur la stratégie internationale de Netflix.

Nos résultats mettent en avant la manière dont les producteurs, les diffuseurs et les studios peuvent améliorer leurs catalogues, leurs stratégies d'octroi de licences et leurs argumentaires de vente pour séduire ou concurrencer les géants mondiaux de la VOD.

Le rapport contient les sections suivantes :

- Qu'est-ce qui fait le succès mondial des Programmes originaux Netflix?
  - Thèmes, genres et éléments clés qui font des Programmes originaux Netflix des succès mondiaux.
- Les nuances du contenu localisé
  - Comment reconnaître le type de contenu qui attirera principalement un marché intérieur à travers le genre, les thèmes et la stratégie promotionnelle de Netflix.
- Comment apprendre de la stratégie de Netflix
  - Un résumé des conseils et pistes à suivre pour les producteurs, les acteurs de la VOD et les services concurrents des SVOD.

L'analyse transfrontalière du contenu n'a jamais été aussi importante car les plateformes de streaming se multiplient et la croissance du visionnage en ligne ne voit aucun signe de ralentissement. Nos données Netflix multiterritoriales nous donnent une idée de l'avenir de Netflix alors que sa base d'abonnés sur des marchés moins établis continue de grandir.





Qu'est-ce qui fait le succès mondial des Programmes originaux Netflix?



# Genres et thèmes : Science-fiction, fantastique et horreur sont ceux qui voyagent le mieux

Un premier regard sur les données suggère que la popularité internationale est fortement liée au genre. Alors que les séries comiques, dramatiques et documentaires ont tendance à avoir des degrés de réussite variables dans plusieurs territoires en Europe, la science-fiction, le fantastique et l'horreur ont un niveau de performance plus homogène. En particulier, des programmes comme *Stranger Things*, *The Witcher*, *You* et *Umbrella Academy* se sont révélés les plus populaires en Europe en 2019.

Quatre des cinq programmes les plus populaires dans la zone UK FIGS en 2019 contenaient des éléments de science-fiction, de fantaisie et d'horreur. Les décors et histoires «d'un autre monde» semblent traverser les barrières culturelles et linguistiques pour séduire les téléspectateurs à travers l'Europe. D'autres exemples de contenu de science-fiction et d'horreur qui ont bien voyagé comprennent la série de science-fiction en langue russe *Better Than Us* et la production française *Black Spot*. Si on ne prend pas en compte le Royaume-Uni, où peu de productions en langue non anglaise deviennent populaire, la série de science-fiction allemande, *Dark*, et la série d'horreur danoise, *The Rain*, ont toutes eu des bons scores dans la région FIGS (France, Italie; Allemagne et Espagne).

## Genres

## Thèmes

Netflix utilise depuis longtemps des grands noms hollywoodiens dans ses séries et films, et cela s'est avéré particulièrement efficace lorsqu'il s'agit de créer des films qui fonctionnent bien dans plusieurs territoires.

Les deux films qui figurent dans le top 10 ont des stars d'Hollywood dans leur casting (Adam Sandler, Jennifer Anniston, Ryan Reynolds).

La majorité des programmes du top 10 ont en commun couleur, budgets, dynamisme et subversion. *Sex Education* et *You* subvertissent le thème classique des «dramas américains pour adolescents» tandis que *Money Heist* subvertit le genre du braquage en l'entrelaçant avec des intenses interactions émotionnelles. Même si le genre nous donne une bonne idée de quelles émissions «vont devenir mondiales», il est clair qu'il y a des exceptions.

Top 10 Séries / Films, Portée des Abonnés Netflix % x Pays & Total UK FIGS, 2019, Netflix

Titre	Saison	UK FIGS	France	Allemagne	Italie	Espagne	Royaume Uni
Stranger Things	3	43.2%	40.8%	31.3%	46.5%	50.1%	48.1%
Sex Education	1	39.6%	41.4%	25.4%	43.0%	44.5%	44.9%
Umbrella Academy	1	38.6%	42.2%	23.6%	38.7%	37.1%	47.6%
You	1	38.2%	38.6%	26.1%	31.8%	38.0%	48.7%
Murder Mystery	-	37.5%	30.2%	24.0%	44.9%	39.7%	46.2%
The Witcher	1	36.7%	37.0%	37.8%	31.6%	43.3%	34.9%
Stranger Things	1	36.3%	42.6%	26.4%	40.0%	42.2%	36.1%
Money Heist	1	33.5%	48.2%	26.6%	53.0%	51.7%	15.7%
Black Mirror	5	33.0%	32.9%	17.9%	31.9%	37.9%	41.6%
6 Underground	-	32.6%	34.3%	29.5%	34.6%	34.6%	32.2%



# Exceptions : certains contenus américains ne peuvent pas traverser les barrières linguistiques

d.i

Un élément intéressant qui ressort de notre analyse de la performance des programmes est que, de manière générale, les documentaires ne voyagent pas bien dans la région UK FIGS. Mais alors comment expliquer la prévalence du contenu américain à gros budget dans les meilleurs résultats de Netflix?

En observant les performances de certains documentaires américains de haut profil au Royaume-Uni, une tendance commence à émerger. Les documentaires américains ont relativement bien réussi au Royaume-Uni, en particulier *Conversation with a Killer : The Ted Bundy Tapes*, cependant la série n'a pas attiré l'attention des téléspectateurs de la zone FIGS. Il est tentant de dire que la langue explique cette différence, mais si c'était le cas, comment des productions américaines comme *Stranger Things* pourraient-elles être des succès mondiaux? Il y a divers facteurs en jeu ici : la qualité du doublage, la différence entre regarder du contenu factuel en langue étrangère et un drame étranger et la stratégie promotionnelle de Netflix - **nous ne devons pas sous-estimer cette dernière.**

Langue

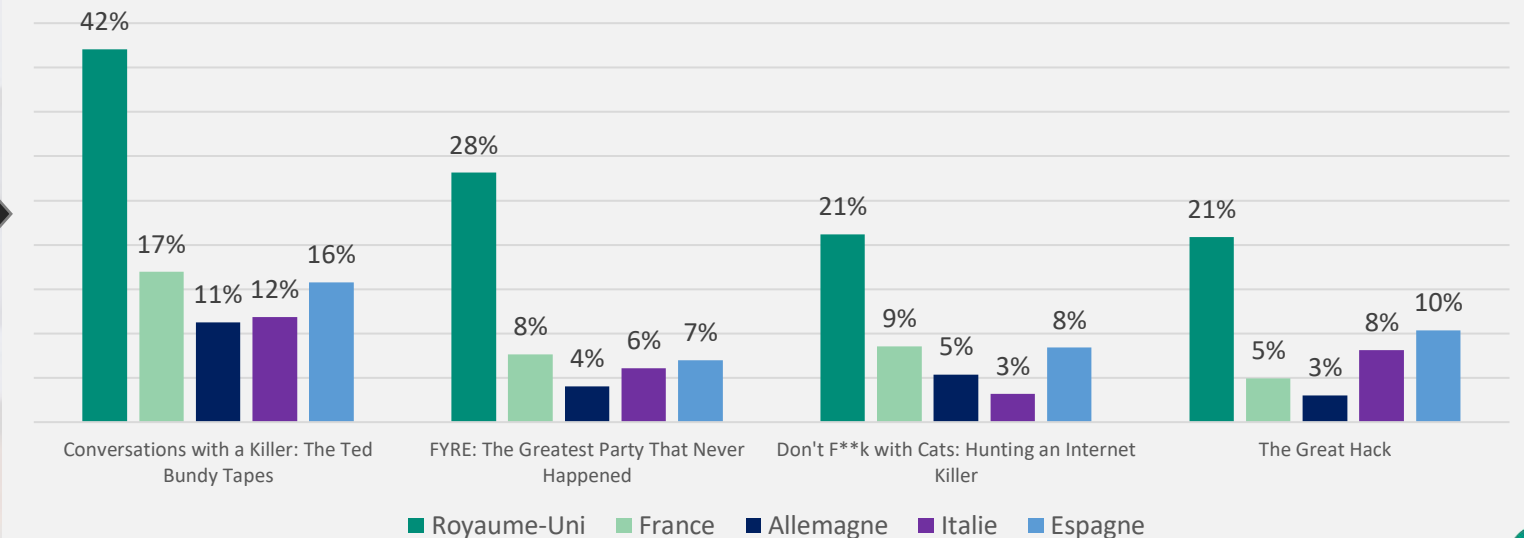
Culture

Les téléspectateurs britanniques ont tendance à montrer plus d'intérêt pour ce type de contenu que les téléspectateurs Netflix en Europe continentale. Cela ressort clairement d'une analyse de nos données montrant que les documentaires sont plus présents dans les historiques de visualisation britanniques de Netflix qu'en France, Espagne, Italie ou Allemagne.

En outre, les diffuseurs publics et les médias linéaires de chaque pays dans la zone FIGS disposent d'une large offre de documentaires locaux qui s'adresserait davantage à la langue et à la culture de chaque pays.

d.i

Portée des abonnés Netflix % x Pays, 2019, Netflix



d.i



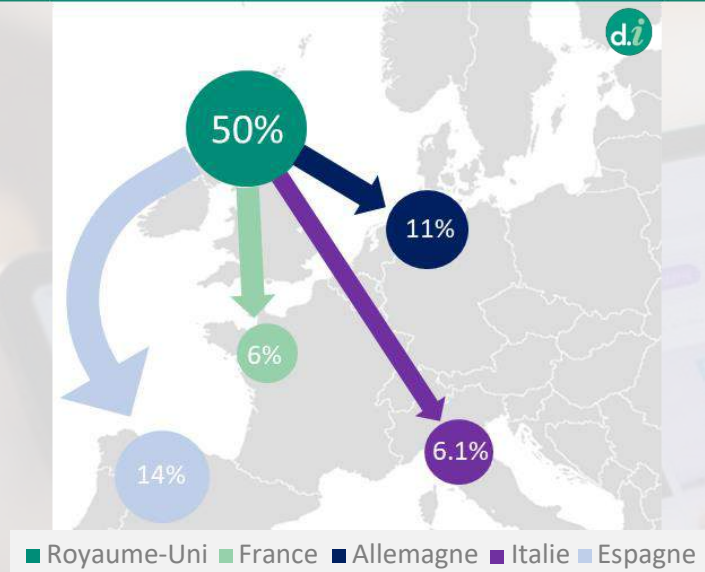
Les nuances du contenu localisé





# Genres et thèmes : Le contenu national ne plaît qu'aux téléspectateurs nationaux

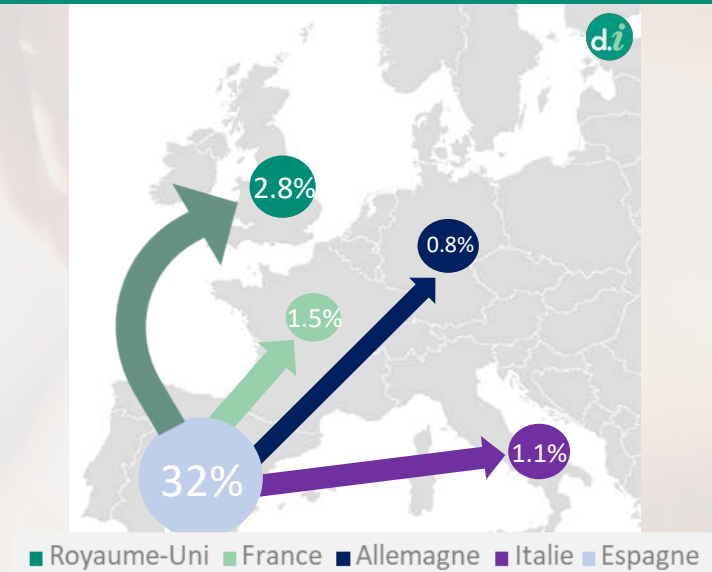
## The Disappearance of Madeleine McCann



**50% des ménages britanniques Netflix ont regardé au moins une partie du documentaire sur Madeleine McCann.** Les chiffres dans d'autres territoires européens étaient beaucoup plus faibles. **La meilleure performance en dehors du Royaume-Uni a été en Espagne, où 14% des ménages Netflix ont commencé à regarder le documentaire.** L'affaire était connue en Espagne, la police espagnole ayant à un moment donné participé à l'enquête.

Pour un public européen, ce documentaire n'a peut-être pas résonné, car le nom de Madeleine McCann n'est pas un nom familier comme il l'est au Royaume-Uni. Même au moment de la rédaction de ce rapport, la famille McCann et leur fille disparue font la une des journaux. Mais, son manque de succès international ne signifie pas qu'il ne s'agit pas d'un élément de contenu stratégique pour Netflix. **Les succès locaux aident à maintenir la popularité de Netflix au sein des marchés nationaux.**

## The Alcàsser Murders



**Un peu plus de 30% des ménages espagnols abonnés à Netflix ont regardé ce documentaire espagnol en 2019.** Cette sordide affaire fut très médiatisée et a même inspiré à l'époque divers journalistes à mener leurs propres enquêtes. Cependant, cette affaire n'était pas très connue en dehors de l'Espagne ; la barrière de la langue, du cadre et de la culture sont des obstacles suffisants pour que les téléspectateurs n'essaient pas le contenu.

Il est nécessaire d'attirer l'attention sur les algorithmes et la stratégie promotionnelle de Netflix. D'après notre analyse, ce programme (comme le documentaire sur Madeleine McCann) était un contenu pour les abonnés espagnols, et il est donc peu probable qu'il ait été largement promu en Europe. **Pour Netflix, l'actualité, le genre, les thèmes, la langue et le cadre aident à décider où et quels programmes promouvoir.**

# Exceptions : les thèmes universels dépassent les limites du genre

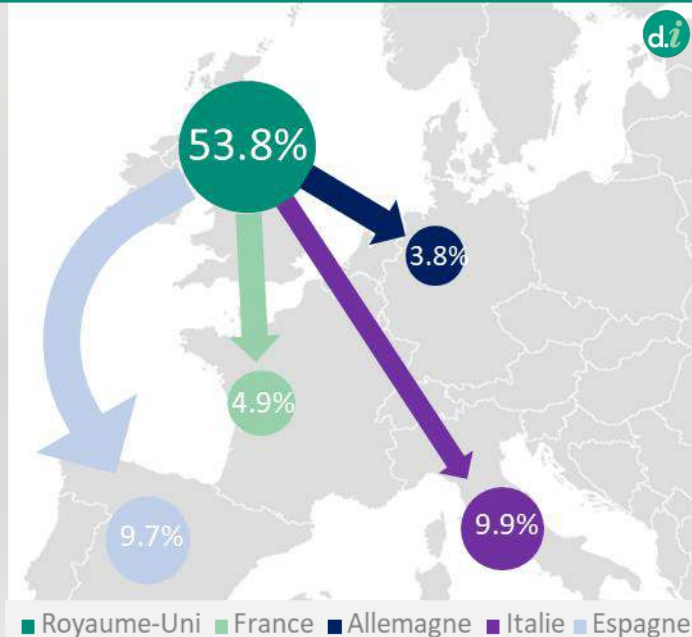
*Sex Education* et *Afterlife* ont été très visionnés au Royaume-Uni. Cependant, *Afterlife* n'a été un succès que chez les Britanniques. Les deux sont des comédies dramatiques, alors pourquoi la différence? Quelles sont les différences dans le contenu et la stratégie promotionnelle de Netflix en ce qui concerne ces deux programmes? ***Afterlife* se déroule clairement dans une ville britannique et l'intrigue combine de manière étonnante la comédie et le deuil, présentant une manière très britannique de vivre une perte.** *Afterlife*, bien que n'ayant pas eu un succès à l'échelle internationale, a suscité beaucoup d'intérêt et de battage médiatique au Royaume-Uni, augmentant ainsi le profil de Netflix parmi le public britannique.



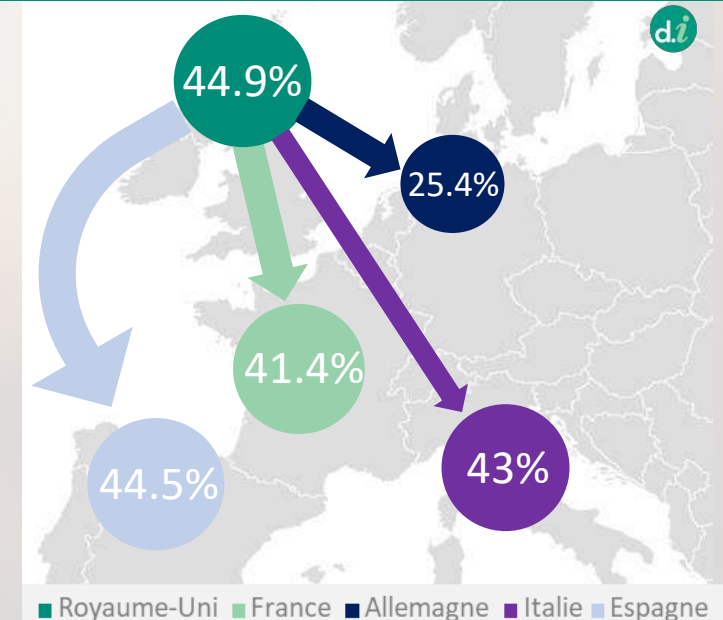
*Sex Education* a été tournée au Pays de Galles et se déroule dans une école britannique. Néanmoins, le tournage, le décor de l'école et même l'absence d'uniformes scolaires suggèrent une fusion des cultures américaines et britanniques à plusieurs niveaux. ***Sex Education* n'est pas très localisée et traite de thèmes en rapport avec l'adolescence, les romances et l'éveil sexuel.** Dans ce cas, Digital-i (et peut-être Netflix) pense que les thèmes, le cadre et les personnages de *Sex Education* sont pertinents et attrayants pour un public international. *Sex Education* était populaire en Italie, en Espagne et en France, atteignant environ 40% des ménages dans l'ensemble de la zone UK FIGS, à l'exception de l'Allemagne.



## Afterlife



## Sex Education







Comment apprendre de la stratégie de Netflix



# Éléments clés de la stratégie de Netflix

## Services de VOD

- ❖ La stratégie internationale de Netflix est rentable et est impossible à battre quand il s'agit de ses succès mondiaux, mais cela ne signifie pas que les diffuseurs de VOD ne peuvent pas profiter des données derrière les succès de Netflix.
- ❖ Les stratégies promotionnelles et les algorithmes sont la réponse de la VOD à la programmation ; analyser l'excellente stratégie de distribution et de promotion de Netflix peut accélérer le succès des services de VOD.

## Producteurs de contenu

- ❖ Les succès mondiaux ne sont pas limités par la langue ou le pays de production, Netflix est plus susceptible de promouvoir un contenu à l'échelle mondiale lorsqu'il contient des éléments de science-fiction et de fantaisie et si il est visuellement frappant.
- ❖ Les documentaires et les comédies sont presque toujours considérés comme du contenu destiné à un seul pays (à l'exception de l'axe de contenu américain/britannique). Ce type de contenu a quand même de la valeur pour Netflix, en particulier dans les pays où la gamme de contenu original local est limitée.

## Concurrents des SVOD

- ❖ La stratégie internationale de Netflix et la catégorisation des programmes ont été couronnées de succès à l'échelle mondiale. Il convient d'adopter certaines parties de leur stratégie pour préparer une expansion mondiale.
- ❖ Le contenu mondial ne doit pas nécessairement être basé aux États-Unis ou en anglais, même si c'est le moyen le plus sûr de séduire les téléspectateurs du monde entier. Les collaborations internationales (par exemple, *White Lines*, *Narcos*) peuvent s'adresser directement à plusieurs pays ou régions, en particulier lorsque les thèmes sont universels.



# Remarques finales

---



Ce rapport a abordé les types d'analyses qui sont maintenant disponibles pour Digital-i et nos clients en ce qui concerne les données de visionnage de Netflix à travers le monde. **Il démontre la richesse des données et l'importance des stratégies promotionnelles qui peuvent être utilisées par les créateurs de programmes, les diffuseurs et les services de SVOD pour gagner un avantage concurrentiel sur un marché qui a longtemps été dominé par un seul acteur, Netflix.**

Le succès de Netflix est, en grande partie, dû à son large et intelligent contenu international et à sa stratégie promotionnelle. Utilisant des données collectées pendant des années pour catégoriser les téléspectateurs, les programmes et les marchés, ils arrivent à séduire un public mondial et savent où et quand promouvoir des histoires locales pour toucher le cœur des téléspectateurs dans chaque région Netflix. En effet, ils bénéficient depuis des années d'un avantage certain du fait d'un plan secret de réussite et de données inaccessibles aux concurrents. En fait, il est probable que leur analyse n'était pas différente de ce que nous présentons dans ce rapport, ce qui à son tour aurait façonné les tendances actuelles de visionnage en raison du contenu et des stratégies promotionnelles développées par Netflix.

Au contraire des diffuseurs linéaires, pour lesquels les succès et les échecs des contenus sont mesurés par des indices d'écoute connus dans le monde entier et visibles pour les concurrents, Netflix a pu suivre les tendances de la télévision linéaire, tout en gardant secrètes leurs données de visionnage. En étendant notre analyse Netflix à la zone FIGS, et dans le but d'arriver à un niveau mondial, nous voulons donner aux créateurs de programmes et aux distributeurs la possibilité de comprendre les succès et les échecs de Netflix, accroître leur compétitivité sur le marché et inciter toutes les parties prenantes à fournir de meilleurs services et un contenu de haute qualité dans leurs pays d'origine ainsi que dans le reste du monde.

**L'une des choses les plus intéressantes que nous observons dans nos données est l'apparition de succès mondiaux et de thèmes universels. La structure commerciale de Netflix a permis au contenu de voyager dans le monde beaucoup plus rapidement que jamais auparavant.** Notamment, les émissions de science-fiction et de fantastique ainsi que les programmes sur le passage à l'âge adulte démontrent que, malgré nos différences, en matière d'imaginaire, les téléspectateurs de tous les pays peuvent être enchantés par la même histoire. En particulier, dans la période sans précédent qui marque la rédaction de ce rapport, nous pensons qu'il est important d'identifier ces histoires universelles et de continuer à refléter l'interconnectivité inouïe du monde dans lequel nous vivons, tout en mettant en valeur et en protégeant les histoires uniques de chaque culture. Nous espérons que vous avez trouvé ce rapport utile. Nous sommes impatients de travailler avec davantage d'entre vous pour aider vos entreprises et votre contenu à grandir et à atteindre votre public cible.

# Accédez aux incroyables données des SVOD de Digital-i avec SoDA

**SoDA (Subscription on Demand Analytics – Analyse des données des abonnements à la demande)** est un portail en ligne qui donne accès à ces utilisateurs à une large base de données cataloguant les visionnages Netflix à l'échelle internationale.

Digital-i a mis au point une méthode de mesure des visionnages Netflix sur tous les appareils (**y compris les téléviseurs**), répertoriant des données à **partir de 2017** et permettant de **cibler l'analyse par épisode**.

Nos services sont utilisés par les plus grands diffuseurs britanniques et des studios américains internationaux pour améliorer leurs SVOD et lecteurs VOD, le contenu de leurs catalogues et leurs stratégies de diffusion.

Pour plus d'informations sur SoDA et ses capacités, contactez :

[franca.licata@digital-i.com](mailto:franca.licata@digital-i.com)

[matt.ross@digital-i.com](mailto:matt.ross@digital-i.com)



*«SoDA ouvre la porte aux données des visionnages Netflix comme jamais auparavant, nous permettant de fournir des informations qui étaient tout simplement inaccessibles il y a un an.»*

Philip Martin et Paul Craigen, ITV