

Posłowie do polskiego wydania
książki Netflix. *To się nigdy nie uda*



TO SIĘ

UDAŁO!

PRZEMYSŁAW PAJAŁ
REDAKTOR NACZELNY SPIDER'S WEB

POSŁOWIE DO POLSKIEGO WYDANIA

Dziś Netflix to potęga. Jest obecny w stu dziewięćdziesięciu krajach na całym świecie, gdzie – jak sam reklamuje się w sloganach marketingowych – dostarcza ludziom codziennej rozrywki za pomocą „jednego kliknięcia”. Ale to nie wszystko, co robi, że przyciągnął klientów. Na własne produkcje wydaje miliardy. Dosłownie – w 2018 roku firma zainwestowała w produkcję treści własnych dwanaście miliardów dolarów, rok później już piętnaście. W tym roku spekuluje się, że kwota ta sięgnie siedemnastu miliardów dolarów! Tylko w pierwszym kwartale 2020 roku do serwisu dołączyło szesnaście milionów nowych klientów. Łącznie z Netflixą korzysta już sto osiemdziesiąt sześć milionów abonentów na całym świecie.

Robi wrażenie, szczególnie w konfrontacji ze skromnymi początkami w 2007 roku. Trzynaście lat temu usługa oglądania treści wideo w internecie była jedynie dodatkiem do podstawowego modelu biznesowego Netflix, czyli korespondencyjnej wypożyczalni filmów. Co ciekawe, rynek sprzedaży DVD mocno się już wtedy kurczył, lecz sam Netflix się rozrastał. Na

początku 2007 roku wysyłał miliardową kopertę z płytą DVD do jednego ze swoich subskrybentów, ogłaszając wszem i wobec swoją dominację.

Szefostwo serwisu rozumiało jednak, że dalsze utrzymywanie przy życiu dwóch konkurencyjnych usług – wypożyczania filmów na nośnikach fizycznych i umożliwianie ich oglądania online – nie ma dalszej racji bytu. Postawiono więc na Internet. Netflix uruchomił opcję *streaming-only*, czyli oglądanie filmów bez opcji wypożyczania ich na DVD. Dziś trudno uwierzyć, że wypożyczalnia płyt DVD i Blu-ray Netflixa wciąż istnieje i wysyła ponad milion płyt do swoich klientów każdego tygodnia.

Kluczowym momentem dla rozwoju Netflixa był 2010 rok, gdy postanowiono uruchomić serwis poza granicami Stanów Zjednoczonych – usługa została udostępniona w Kanadzie. Szef Netflixa, Reed Hastings, tłumaczył wtedy: „Jesteśmy teraz przede wszystkim firmą zajmującą się strumieniowaniem treści, która oferuje szeroki wybór programów telewizyjnych i filmów w internecie”.

Te słowa to klucz do dalszej ekspansji Netflixa. Kolejne lata to obecność serwisu na nowych rynkach, najpierw w Ameryce Łacińskiej, potem w kilku krajach europejskich (m.in. Austrii, Belgii, Francji, Niemczech, Holandii, Luksemburgu, Szwajcarii i Wielkiej Brytanii), oraz potężny rozwój technologiczny. Netflix konsekwentnie nawiązuje współpracę z dużymi graczami z branży elektronicznej, tj. Microsoft czy Sony. Serwis streamingowy dostępny jest na konsolach do gier: Xbox 360 i PlayStation 3.

Ważnym wydarzeniem, które definiuje dziś działalność marki, była premiera pierwszej oryginalnej produkcji Netflixa

w 2012 roku. Mało kto pamięta, że... nie był to *House of Cards* z Kevinem Spacey, który wcielił się w makiawelicznego kandydata na fotel prezydencki USA, Franka Underwooda, lecz lekko zapomniany dziś norwesko-amerykański serial o tytule *Lilyhammer* ze Stevenem Van Zandtem w roli byłego gangstera Franka Tagliano.

To był ogromny przełom. Produkcja autorskich serii, zwanych *Netflix Originals*, otworzyło przed marką zupełnie nowe możliwości – Netflix już nie tylko dostarczał widzom treści, do których prawa dystrybucji kupił wcześniej, ale oferował własne, kreując tym samym nową popkulturę i rzeczywistość.

Warto dodać, że pojęcie *Netflix Originals* przez lata nieco się zmieniło. Dziś tym hasłem sygnowane są te tytuły, za których produkcję firma nie tylko odpowiada, ale także te, które na wyłączność dystrybuje w danym kraju. Stąd różnice w oznaczaniu produkcji na różnych rynkach, np. *Better Call Saul* jest w Polsce traktowane właśnie jako oryginalna produkcja Netflixa, choć odpowiada za niego AMC.

Na kolejny przełomowy moment Netflix musiał czekać długich dziewięć lat, aż do 2016 roku, gdy usługa streamingu online stała się dostępna w ponad 130 państwach, w tym także w Polsce. To był prawdziwy *game-changer*. Słynne zachodnie produkcje, wspomniane wcześniej *House of Cards* czy *Orange Is the New Black*, w końcu były dostępne w polskim internecie, co – biorąc pod uwagę, że wcześniej latami musieliśmy czekać na premiery zagranicznych seriali lub docierać do nich nie do końca legalnymi drogami – było prawdziwą rewolucją.

To, jak wielki wpływ Netflix ma obecnie na kształt branży rozrywkowej, niech świadczy to, że chociaż minęły zaledwie

cztery lata od startu serwisu w naszym kraju (2016), to dziś trudno sobie w ogóle wyobrazić życie bez tej platformy – zwłaszcza maniakom filmów i seriali, których w Polsce nie brakuje.

Netflix nie tylko wpłynął na szybkość dostawy treści rozrywkowych, ale również zmienił sam sposób ich konsumpcji. Już nie trzeba siedzieć przed telewizorem o określonej godzinie, by obejrzeć serial. Bardzo prawdopodobne, że możemy go zobaczyć wcześniej i wygodniej właśnie na Netflixie niż w telewizji, często oglądając wszystkie odcinki po kolei. Ba, to często jedyna szansa, by w ogóle dany tytuł móc obejrzeć.

Internetowy gigant zyskał sobie też przychylność widzów, niejednokrotnie ratując różne produkcje serialowe przed śmiercią lub wyciągając je z niebytu. Tak stało się na przykład z uwielbianym *Czarnym lustrem* (*Black Mirror*) Charliego Brokera. Pozytywnie wpłynął również na przyzwyczajenia konsumentów, którzy zrozumieli, że za bezproblemowy i legalny dostęp do treści warto płacić.

Obecność serwisu w Polsce można uznać za początek ogromnej transformacji branży rozrywkowej. Po Netflixie debiutowały u nas inne platformy streamingowe. Zmienił się także sposób funkcjonowania HBO GO, który stał się serwisem ogólnodostępnym, co zresztą napędza odwieczną rywalizację tych dwóch marek.

Netflix przyniósł zresztą nie tylko potężny zastrzyk nowych treści popkulturowych, lecz także większe możliwości naszych filmowców i aktorów, którzy we współpracy z amerykańskim serwisem tworzą nowe dzieła. Warto wspomnieć chociażby polski serial *1983* czy amerykańskiego *Wiedźmina*, do którego

rękę przyłożył, jako producent wykonawczy Tomasz Bagiński. Do międzynarodowych produkcji angażowani są także nasi rodzimi aktorzy i aktorki, np. Joanna Kulig w serialu *The Eddy* w reżyserii Damiena Chazelle’a.

Netflix wciąż testuje nowe rozwiązania technologiczne – od aplikacji na różne systemy operacyjne i urządzenia, w tym wersje wyłącznie mobilne, poprzez algorytm poleceń, aż po różne mniejsze udoskonalenia. Wszystko po to, by być najlepszym, najbardziej sprofilowanym pod kątem każdego użytkownika serwisem. Wraz z Netflixem zostało spopularyzowane zjawisko *binge-watching* – polegające na oglądaniu seriali po kilkanaście godzin z rzędu.

Netflix coraz śmieiej porusza się także na polu wielkiego przemysłu filmowego – otwiera kina, zatrudnia największych reżyserów i aktorów świata. Mimo sprzeciwu niektórych środowisk filmowych, na przykład tego związanego z Festiwałem Filmowym w Cannes, filmy Netflixa są wyświetlane na festiwalach, zdobywają nominacje do prestiżowych nagród jak Emmy czy Oscary, niejednokrotnie je zdobywając, jak chociażby niedawno *Historia matżeńska* z 2019 roku. To dla tej platformy seriale tworzą teraz Ryan Murphy, odpowiedzialny za serię *American Horror Story*, czy Michael Scorsese, słynny reżyser m.in. *Taksówkarza* czy *Chłopców z ferajny*.

I kiedy branża filmowo-serialowa w trakcie pandemii koronawirusa przeżywa kryzys, Netflix i z tym zdaje się sobie świetnie radzić. Choć sam z oczywistych powodów bezpieczeństwa musiał zawiesić plany zdjęciowe, wciąż dostarcza widzom nowe tytuły, a zainteresowanie usługą nie maleje. Tylko w marcu 2020 roku liczba osób odwiedzających stronę

Netflixa w Polsce zwiększyła się o milion, dobijając do blisko pięciu i pół miliona widzów miesięcznie (według badań PBI/Gemius). W walce z wirusem Netflix wspiera także środowiska filmowe. Uruchomił m.in. fundusz pomocowy dla członków swoich ekip zdjęciowych, którego wartość zwiększyła się w ostatnim czasie o pięćdziesiąt procent i wynosi już sto pięćdziesiąt milionów dolarów.

Nie jest oczywiście powiedziane, że Netflix nie będzie musiał się mierzyć z nadchodzącym kryzysem ekonomicznym. Na razie musiał zawiesić plany zdjęciowe swoich hitowych produkcji, tj. drugi sezon *Wiedźmina* czy czwarty *Stranger Things*. Zawieszono także produkcję nowego polskiego serialu *Sexify*. Nie wiadomo także, co będzie z nowymi licencjonowanymi produkcjami. Może się zdarzyć, że Netflix będzie zmuszony zaferować mniej nowości. Rodzi się także pytanie, czy klienci, których dotknie kryzys, zdecydują się utrzymać subskrypcję serwisu – w końcu bez żadnych konsekwencji mogą z miesiąc na miesiąc z niego zrezygnować.

Na razie jednak Netflix wciąż święci triumfy. Jego wartość rynkowa wynosi prawie dwieście miliardów dolarów. To więcej od takich gigantów światowej gospodarki jak PepsiCo, Nvidia czy Cisco, a nawet jednego z największych konkurentów – The Walt Disney Company. To zresztą leży w charakterze Netflix, który od początku istnienia skutecznie ścigał się z konkurencją, najpierw na rynku wypożyczalni kaset i płyt z filmami, a dziś mierzy się z największymi przedsiębiorstwami związanymi z rozrywką.

Aby jednak w przyszłości ogłaszać dalsze sukcesy i z kwartału na kwartał chwalić się kolejnym dopływem nowych

abonentów, Netflix musi być gotowy na jedno – ciągle stymulować widza i uzależniać go od nowych produkcji. Dotychczas, mimo różnych zarzutów i niezadowolenia widzów narzekających na spadek jakości niektórych produkcji, Netflix radzi sobie nad wyraz dobrze, wciąż wiedząc, jak uwodzić publikę i analityków rynkowych.

Przemysław Pająk,
redaktor naczelny Spider's Web