



Face aux incertitudes du box-office, les responsables des majors se posent la question : "Devons nous tenter notre chance en salles ou vendre à Netflix ?". Dans le cas du récent film à moyen budget *The Cloverfield Paradox* (Paramount) ou *Extinction* (Universal), la réponse était : "Vendre". Au total, les utilisateurs de la plateforme ont payé plus de 50 M\$ pour *Paradox*...

Le Film a drainé 2,8 millions de spectateurs lors de ses trois premiers jours de diffusion. (...) Quelle aurait été la performance de *Paradox* au box-office si Paramount s'en était tenu à une distribution au cinéma ? Impossible de répondre avec certitude. Si le nombre de personnes qui ont consommé le film les trois premiers jours l'avaient vu en salles, selon le prix moyen de 8,97\$ en vigueur en 2017 [aux Etats-Unis], le film aurait réalisé un démarrage à 25M\$. Mais c'est un un gros "si" étant donné que regarder un film depuis son canapé demande une investissement moindre.

Source : HollywoodReporter.com,