

Netflix ne devrait pas tuer la concurrence

► Le service est séduisant mais n'attaque pas de front les acteurs en place.

► Certains jeunes pourraient cependant résilier leur abonnement à la télé.

Analyse Laurent Lambrecht

Netflix, le géant américain de la vidéo par Internet, devrait débarquer en Belgique dans le courant de la semaine prochaine. La société aux 50 millions d'abonnés va entamer sa deuxième phase d'expansion en Europe. L'histoire de Netflix commence à être connue : à l'origine simple fournisseur de DVD par la poste, le géant américain a bâti son succès grâce sa formule d'abonnement illimitée ainsi qu'à son système de recommandation de films par Internet.

Suite au développement de l'Internet à large bande, Netflix s'est diversifié en proposant ses services en streaming. C'est en novembre 2010 qu'il a lancé sa première formule *Internet only*. Deux ans plus tard, le service comptait déjà 5 millions d'abonnés. En 2010, l'entreprise a également entamé son internationalisation, en proposant son service de streaming au Canada, avant de débarquer en Amérique latine à l'automne 2011.

Sa conquête de l'Europe a débuté par le Royaume-Uni, l'Irlande et les pays scandinaves en 2012. Les Pays-Bas ont suivi en 2013, avant une arrivée prévue en France, en Allemagne, en Belgique, en Suisse, au Luxembourg et en Autriche la semaine prochaine.

Ces derniers temps, la progression de Netflix a été fulgurante. En un an, le service a gagné plus de 6 millions d'abonnés, à la fois aux Etats-Unis et à l'international.

Il reste à voir si Netflix conquerra aussi les téléspectateurs belges. Les experts du secteur pointent quelques arguments en sa faveur mais aussi quelques grosses faiblesses. Coté positif, le géant américain peut s'appuyer, en Belgique, sur un vaste réseau Internet à large bande, indispensable pour véhicu-

ler une qualité d'image satisfaisante. En outre, l'offre de base de Netflix est très abordable : elle ne devrait pas dépasser les 7,99 euros par mois. L'algorithme de recommandation de titres est également un des gros points forts du service.

Coté négatif, le catalogue de Netflix ne contiendra pas de films de moins de trois ans en raison du nécessaire respect de la chronologie des médias. Exit aussi les retransmissions sportives ainsi que les émissions de divertissement, le journal ou les événements en direct. Reste que Netflix doit aussi (et surtout ?) son succès à l'engouement des téléspectateurs pour les séries. Et celles-ci ne sont pas soumises à la même réglementation sur la chronologie des médias que les films.

Alors, l'arrivée de Netflix va-t-elle bouleverser le monde de la télévision en Belgique ? "Netflix, c'est

d'abord une offre complémentaire à ce qu'on retrouve actuellement sur le marché, nuance Gilles Fontaine, directeur adjoint d'Idate, un bureau spécialisé dans l'audiovisuel et les télécoms. Le service s'adresse avant tout à un public de passionnés de séries qui ne se retrouve pas dans l'offre actuelle". Dans un premier temps, les clients de Voo, Telenet,

Belgacom et Snow ne devraient donc pas résilier en masse leur abonnement à la télévision.

A long terme, le mode de consommation de la télévision pour-

"Netflix s'adresse aux passionnés de séries."

Gilles Fontaine

Directeur adjoint du cabinet Idate.

rait cependant évoluer. "Les consommateurs ont de moins en moins envie de souscrire à un abonnement classique à la télévision linéaire, déclare Gilles Fontaine. Après Netflix, d'autres offres de contenu spécialisé pourraient suivre. Pour le sport, en France, il y a déjà beIN sport. A long terme, le modèle du triple play est menacé." Si l'offre de contenus spécialisés s'étoffe dans les années à venir, le téléspectateur sera donc plus tenté de faire son shopping.

De son côté, Vincent Fosty, spé-

cialiste des médias et des télécoms chez Deloitte, estime que Netflix ne devrait pas tuer la bonne vieille télévision linéaire. "Aux Etats-Unis et au Canada, on a constaté que l'arrivée de Netflix n'avait eu aucun impact sur le nombre d'heures passées devant la télé, déclare-t-il. Aux Etats-Unis, la chaîne payante HBO n'a pas perdu d'abonnés."

Cependant, certaines couches de la population pourraient laisser la télévision traditionnelle. "Aux Etats-Unis et au Canada, les 20 % de la population qui ne regardaient la télé qu'une heure par jour sont passés à une demi-heure par jour après l'arrivée de Netflix, précise Vincent Fosty. C'est important, car il s'agit d'une cible privilégiée des annonceurs." Cette frange de la popula-

tion est majoritairement composée de personnes âgées de 18 à 35 ans. Elles sont souvent bien éduquées et il s'agit en majorité de femmes.

Si l'arrivée de Netflix déchaîne les passions, il faudra encore attendre pour assister à un véritable bouleversement de la télévision traditionnelle.

Épinglé

Netflix en chiffres

► **4,3 milliards de dollars**, tel est le chiffre d'affaires généré par Netflix en 2013, en comptabilisant les abonnés à son service de streaming et d'envoi de DVD par la poste.

► **228 millions de dollars**, c'est le bénéfice net de Netflix en 2013.

► **56 millions de clients** sont abonnés, au minimum, à un service de Netflix. 36,2 millions d'Américains au service de streaming. À l'international, le streaming comptabilise 13,8 millions de clients. Aux Etats-Unis, le service d'envoi de DVD par correspondance compte encore 6,3 millions d'abonnés.

► **2327 collaborateurs** étaient au service de Netflix à la fin décembre 2013 : 2022 à temps plein et 305, soit à temps partiel, soit comme intérimaires.

► **Plus de 40 pays** sont, aujourd'hui, couverts par Netflix. Six pays seront ajoutés à la semaine prochaine.

Une société “low cost” qui crée peu d’emplois

► Netflix fait des économies et propose des abonnements bon marché.

Le modèle économique de Netflix consiste à proposer des films et séries dits de catalogue, pour un mini-prix. Comme Youtube ou Skype, Netflix est un acteur over-the-top : cela signifie qu’il fournit ses vidéos sans intermédiaire, via une simple connexion Internet. Cet élément est déterminant puisqu’il permet au géant américain de faire pas mal d’économies par rapport à ses concurrents.

Comme ses coûts de distribution sont nuls, Netflix peut consacrer 67 % de ses charges financières à étoffer son catalogue, contre 46 % pour la chaîne payante américaine HBO (voir graphique ci-contre).

Actuellement, les profits dégagés sur le marché américain permettent à Netflix de financer son développement international. “Netflix suit le

modèle classique de développement des sociétés Internet, explique Gilles Fontaine, directeur adjoint d’Idate, un bureau spécialisé dans l’audiovisuel et les télécoms. *Son but est d’être le premier pour rafler tout le marché.”*

Ses 50 millions d’abonnés lui permettent également d’avoir une force de frappe considérable pour négocier des droits avec les grands studios américains. “Produire certaines de ses séries permet

aussi à Netflix de faire pression sur les studios, déclare Gilles Fontaine. *Il fait passer ce message : si vous vendez vos programmes trop chers, je produirai mon contenu. Ceci dit, produire lui coûte trois fois plus cher qu’acheter des droits.”*

Netflix ambitionne d’atteindre une part de marché de 10 % sur ses nouveaux marchés. “Je pense qu’il peut le faire. 10 % des ménages, ce n’est pas un

raz de marée, précise Gilles Fontaine. *En France, cela représente 2 millions d’abonnés, contre 4,5 millions pour Canal + et 2 millions pour Bein Sport.”*

Par ailleurs, l’arrivée de Netflix en Europe a soulevé pas mal de questions, notamment, en raison du déménagement de son siège du Luxembourg vers les Pays-Bas. Outre ces considérations fiscales, le monde de l’audiovisuel redoute que Netflix ne participe pas au système de financement de la culture.

En outre, la société américaine ne devrait pas créer beaucoup d’emplois en Europe. “C’est une société low cost, explique Gilles Fontaine. Les contrats sont négociés depuis les Etats-Unis. Ils débarquent avec un système technique, lancent un site Internet. Ils n’ont même pas besoin d’équipe marketing.”

Faut-il faire payer Netflix ?

► La question de la neutralité du Web est très vive après les accords noués par Netflix avec des opérateurs américains.

Nous estimons qu’il y a du potentiel pour renforcer la réglementation afin que les gros consommateurs qui profitent de l’Internet rapide participent aux frais.” Sur les ondes de Canal Z, John Porter, le CEO australien de Telenet, a annoncé qu’il voulait faire payer les sites Internet qui consomment beaucoup de bande passante. Dans le viseur, Netflix et d’autres acteurs over-the-top comme YouTube.

Le débat est sensible. Aux Etats Unis, Netflix consomme un tiers de la bande passante des opérateurs aux heures de pointe. Pour s’assurer un bon service, les dirigeants de Netflix ont accepté de payer une redevance à certains fournisseurs d’accès Internet.

En Europe, payer pour s’assurer de gros débits ouvrirait la voie à un Internet à deux vitesses. Et

violerait le principe de la neutralité du Net. C’est pour cette raison que les opérateurs belges sont très prudents sur la question. Si le patron de Telenet est sorti du bois en réclamant une redevance à Netflix, Voo et Belgacom sont moins offensifs sur cette question.

L.Lam.

“Nous estimons qu’il y a du potentiel pour renforcer la réglementation afin que les gros consommateurs qui profitent de l’Internet rapide participent aux frais.” JOHN

PORTER, PATRON DE TELENET

Les opérateurs se préparent

L'OFFRE DE TÉLÉVISION PAYANTE EN BELGIQUE

belgacom TV

Movies & Series Pass

Belgacom Movies & Series Pass

14,95 € par mois

- ▶ Les abonnés ont accès à un catalogue de plus de 100 films et à plus de 10 séries.
- ▶ Chaque jour, un film ou épisode est ajouté et un autre est supprimé du catalogue.
- ▶ Avec l'ajout de nouvelles séries au mois de novembre, 500 films et séries seront disponibles sur base annuelle.
- ▶ L'abonné a accès à des films de catalogue ainsi qu'à quelques films datant de 2013. Au niveau des séries, les plus récentes sont de 2014.

Be tv

BeTv Premium

42,50 € par mois

- ▶ Contenu premium en films, séries et sport. Les films arrivent entre 10 et 12 mois après leur exploitation en salle et sont disponibles en exclusivité pendant un an.
- ▶ Au mieux, les séries sont diffusées quasiment au même moment qu'aux Etats-Unis.
- ▶ Une cinquantaine de nouvelles séries ou saisons sont ajoutées chaque année.
- ▶ Du sport en direct, dont le championnat d'Angleterre de foot.

NETFLIX

Netflix

7,99 € par mois (?)

- ▶ Entre 1000 et 2000 films, séries et documentaires.
- ▶ Le catalogue varie en fonction du pays.
- ▶ Les films datent au minimum de trois ans.
- ▶ Hormis les productions propres de Netflix (House of cards, Orange is the new black ...), le catalogue de séries date également.



Telenet: Rex et Rio

Rex: 14,95 € par mois

Rio: 24,95 € par mois

- ▶ Rex propose des films et séries (catalogue ainsi que des chaînes thématiques).

- ▶ Rio propose, en plus du catalogue de Rex, des films un an après leur exploitation en salle. Les séries les plus populaires de HBO sont proposées peu de temps après la diffusion américaine.

Source:
Le Libre Belge

- ▶ Ils affirment ne pas craindre Netflix, mais ils ont adapté leurs offres...

Le tapage médiatique autour de Netflix a le don d'énerver les opérateurs traditionnels comme Voo, Telenet ou Belgacom. Depuis l'annonce de l'arrivée du géant américain en Belgique, ceux-ci répètent (à raison) qu'il ne s'agit pas d'un concurrent direct mais plutôt d'un service complémentaire.

Pourtant, des offres anti-Netflix ont commencé à voir le jour alors qu'enflaient les rumeurs de l'arrivée du mastodonte. Telenet a été le premier à dégainer en annonçant ses formules "Rex" et "Rio" en septembre 2013. Pour 14,95 € par mois, "Rex" donne

accès à un catalogue de films et séries relativement anciens ainsi qu'à des chaînes thématiques. Pour 24,95 € par mois, Rio propose, en plus, des films et séries nettement plus récents.

Dans le courant du mois d'avril, c'était au tour de Belgacom de lancer son "Movies&Series Pass". Pour 14,95 € par mois, il donne accès à des films et séries plus récents que ceux proposés par Netflix.

De son côté, Voo n'a pas lancé d'offre anti-Netflix. Disponible depuis début septembre, le service "BeTV Go" est plutôt le prolongement de l'offre actuelle sur d'autres supports comme les tablettes et ordinateurs. C'est aussi une possibilité de s'abonner à Be TV, via un fournisseur d'accès Internet concurrent.

D'aucuns estiment cependant que des réflexions ont eu lieu chez Voo sur l'opportunité de lancer une offre anti-Netflix : celle-ci proposerait des films et séries assez anciens, moyennant un abonnement peu onéreux.

Ceci dit, les opérateurs traditionnels comme Voo, Belgacom ou Telenet pourraient très bien s'entendre avec Netflix. Au Royaume-Uni, le géant américain a signé un accord avec Virgin Media pour que son offre soit diffusée via la box de Virgin directement sur les téléviseurs.

Cette solution permet à Netflix de proposer un confort d'utilisation supérieur. De son côté, Virgin Media espère attirer des clients tentés par l'expérience Netflix.

En Belgique, ce genre de partenariat pourrait voir le jour dans le futur. Du côté des opérateurs belges, on ne semble en tout cas pas opposé à voir débarquer Netflix sur sa box. Mais c'est au géant américain de faire le premier pas.

Tout le monde ne lui ouvrira pas les bras. En France, le patron d'Orange, Stéphane Richard, s'est juré que sa box "ne serait pas le cheval de Troie de Netflix". Une déclaration cocasse quand on sait que le groupe Orange distribuera Netflix dans d'autres pays européens. De son côté, Free a également refusé d'héberger le service sur son réseau.

Quant à Bouygues et SFR, il se pourrait qu'ils se laissent tenter par l'argument marketing que constituerait la présence de Netflix sur leur box.

L.Lam.