

# Netflix démarre timidement

## ÉTUDE 9.000 Belges visitent chaque jour le site du géant américain

- Une étude révèle le faible engouement des Belges vis-à-vis de l'arrivée de Netflix.
- Impossible cependant de connaître le nombre exact d'abonnés.
- Les chaînes de télé peuvent souffler.

Netflix n'a pas révolutionné le paysage audiovisuel belge. C'est la conclusion de l'agence Omicomedia qui se base sur les chiffres de fréquentation du site du géant de la vidéo à la demande par abonnement sur internet. « *L'effet du lancement de Netflix sur les audiences TV nous semble limité pour l'instant, malgré la proposition d'un mois d'essai gratuit* », indique l'étude qui précise que durant le mois de septembre, seules 165.000 personnes, soit à peine 2,5 % des utilisateurs d'internet en Belgique, se sont connectées sur le site de Netflix. Le battage médiatique le jour du lancement a attiré de nombreux curieux mais la fréquentation s'est rapidement tassée. En moyenne, 9.000 internautes se rendent chaque jour sur le site, ce qui ne veut pas dire que tout le monde s'abonne ou regarde des contenus. À titre de comparaison, 20.000 personnes auraient regardé des fictions via le « *Séries Pass* » de RTL (un catalogue rassemblant les séries de la chaîne et

des épisodes en version originale sous-titrés quelques jours après les USA), le mois dernier. « *En Belgique, il existait déjà toute une série d'offres pour revoir les programmes très facilement et rapidement avec le fameux "bouton rouge" de la télécommande, décrypte Frédéric Antoine, directeur de l'Observatoire de recherche sur les médias et le journalisme à l'UCL. Les opérateurs avaient anticipé l'arrivée de ce genre de plateforme chez nous, ce qui explique pourquoi une partie de la clientèle n'est pas nécessairement au rendez-vous.* »

L'autre cause du désintérêt tient dans la faiblesse du catalogue. Même si Ted Sarandos, responsable des acquisitions de Netflix, répète régulièrement que le nombre de titres proposés aura doublé d'ici à la fin de l'année, le catalogue est actuellement limité à quelques milliers de titres en Belgique. Les chaînes belges ont cadencé les contrats avec les producteurs pour s'assurer les exclusivités durant les deux à trois prochaines années en matière de séries et il en va de même pour les films. Les règles de la chronologie des médias (les différentes étapes de la vie d'un film depuis sa sortie au cinéma) empêchent ainsi l'opérateur américain de proposer des œuvres cinématographiques datant d'il y a moins de trois ans.

### Toujours autant de monde devant la télé

L'analyse d'Omicomedia se

penche aussi sur la question de la consommation de la télévision classique. Au regard des audiences de ces quatre dernières semaines, l'arrivée de Netflix n'a

absolument rien changé aux habitudes des téléspectateurs belges. « *Le jour du lancement, (le vendredi 19 septembre NDLR), les audiences globales de la télévision belge étaient certes inférieures à la plupart des autres vendredis de septembre 2014 et à la moyenne des vendredis de septembre 2013, indique Remi Boel, responsable de la recherche chez Omicomedia. Toutefois, nous remarquons dès le dimanche une remontée de l'audience et ce niveau s'est maintenu au cours des deux semaines suivantes. Probablement faut-il y lire un effet de la météo...* »

Netflix est cependant loin d'avoir dit son dernier mot. L'entreprise multiplie les effets d'annonce ces derniers jours pour

compenser la déception des marchés suite aux perspectives décevantes de la croissance du nombre d'abonnés. Quatre films exclusifs avec l'acteur Adam Sandler et la diffusion de la nouvelle série *Marco Polo* en décembre ont ainsi été confirmés. Mardi, Leonardo DiCaprio a annoncé qu'il s'alliait à Netflix pour produire un documentaire consacré aux gorilles d'Afrique de l'Est, une espèce en voie d'extinction. Un sort que Netflix fera tout pour ne jamais connaître. ■

MAXIME BIERMÉ

## 53 millions

C'est le nombre d'abonnés à Netflix à travers le monde. Parmi eux, 16 millions sont européens.

## 560.000

C'est le nombre d'abonnés que Netflix a captés en Belgique, France, Suisse, Allemagne, Autriche et Luxembourg depuis son lancement la semaine du 15 septembre. L'entreprise en espérait 900.000.

M.B.