

Netflix s'installe doucement en Belgique

Streaming La télévision linéaire demeure encore le modèle dominant.

En septembre 2014, après le Canada, l'Amérique latine, les Caraïbes, la Scandinavie, la Grande-Bretagne et les Pays-Bas, Netflix avait investi la Belgique, la France, le Luxembourg, l'Autriche, la Suisse et l'Allemagne. Six nouveaux pays européens avaient dès lors accédé au streaming légal et illimité pour seulement 7,99 euros par mois. Poursuivant son expansion internationale en Australie, en Nouvelle-Zélande, et, enfin, au Japon, le groupe envisage désormais de déployer son offre en Espagne, au Portugal, en Italie et en Chine pour finaliser son développement mondial en décembre 2016.

Un catalogue enrichi

Un an, jour pour jour, après son lancement, il est toutefois difficile d'évaluer le succès de la plateforme auprès des consommateurs belges. Car s'il communique au niveau international, le géant du streaming (qui vient de dépasser les 65 millions d'utilisateurs dans le monde, dont plus de deux tiers aux Etats-Unis) reste très discret sur la répartition par pays. Selon les études de différents cabinets, ces chiffres globaux dissimuleraient en effet de fortes disparités.

Malgré son succès en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas et en Scandinavie, Netflix ne rencontrerait pas nécessairement le même engouement en Belgique ou en France. Début 2015, le service n'avait séduit que 30 000 Belges

(0,37 % de la population) alors que le patron Reed Hastings visait explicitement 30 % des foyers belges.

Certains cabinets français ont également recoupé les données relatives au nombre d'avis sur les applications pour tablettes ou smartphones (puisque le nombre de téléchargements de ces applis est également confidentiel) avec celles relatives aux nombres de requêtes Google. Ils estiment actuellement le nombre d'abonnés entre 90 et 180 000 (il s'agit d'une estimation fluctuante dans la mesure où le marché est très volatil). Précision importante: 35 % des clients ne paieraient pas, bénéficiant du mois d'essai.

En l'espace d'un an, malgré des contenus standardisés et l'absence de production locale, le catalogue francophone s'est étoffé. Netflix a produit de nombreuses séries de qualité: "Narcos", "Daredevil", "Bloodline", "Marco Polo", "Grace and Frankie", "Sense8", "We hot Americans summer", "Unbreakable Kimmy Schmidt", etc. Son 1^{er} film original, "Beasts of No Nation" (réalisé par Cary Fukunaga), est attendu pour octobre.

La télévision linéaire n'est pas menacée

Le catalogue de Netflix Belgique, en partie francophone du pays, demeure toutefois beaucoup moins riche que celui proposé en Grande-Bretagne (16 200 programmes), en Allemagne (8 700 programmes) ou en France (11 000 programmes). Sans oublier

que la fameuse offre "riche" et "locale" de films belges (et notamment flamands) se fait toujours attendre.

Qui plus est, la télévision linéaire demeure le modèle dominant en Belgique puisque le temps moyen passé par foyer devant le téléviseur ne cesse de croître (134 minutes par jour en Flandre et 160 minutes du côté francophone). D'autre part, le marché de la vidéo à la demande avec abonnement (VàDA) a connu une croissance de 23 % en un an (et a généré 833 millions d'euros en Europe), mais ces revenus ne représentent que 1,5 % des 55 milliards d'euros du marché global de la TV payante sur le continent (2,6 % au niveau mondial). Il semblerait dès lors que Netflix ait surtout permis de dynamiser un marché encore jeune (lire ci-contre).

Outre ses rivaux traditionnels (Hulu, Amazon, HBO, CBS, Apple, Google), le service de vidéo à la demande doit désormais faire face à une offre remusclée de la part de ses concurrents locaux puisque, par ricochet, les médias auraient mis en avant l'offre des challengers. Offres par ailleurs enrichies et mieux référencées à l'annonce de l'arrivée de Netflix en Belgique. Cette concurrence accrue, ainsi que la création de nouvelles applications de streaming et de téléchargement illégal (PopCorn Time) a d'ailleurs contraint Netflix à emprunter un milliard de dollars en dépit d'un chiffre d'affaires de 5,5 milliards de dollars en 2014 (+ 26 % en un an). Objectif ? Accélérer son développement à l'international pour être présent dans 200 pays d'ici 2016.

La crainte d'une mort prématurée de la "TV de papa" ne s'est toutefois pas dissipée en raison notamment des "millennials" (personnes nées entre 1980 et 2000) dont une partie se désabonne de la télévision classique pour regarder des contenus audiovisuels sur Internet.

Au.M.

Épinglé

Un marché stable

► **Impact.** L'arrivée de Netflix a-t-elle dopé le marché de la vidéo à la demande avec abonnement (VàDA) en Belgique ? Difficile à dire dès lors que tous les chiffres relatifs aux (dés) abonnements demeurent confidentiels. Les enjeux stratégiques, économiques et financiers entre les différents acteurs de la VàDA en Belgique sont, en effet, considérables. Le service de streaming affecterait néanmoins les revenus des autres services de vidéos à la demande.

► **Telenet.** Si l'on en croit le fournisseur d'accès, l'arrivée de Netflix n'aurait pas bouleversé le marché. *“Nos produits sont très différents. Nos offres sont seulement disponibles pour nos clients et nous avons un catalogue plus local, avec des séries et des films de qualité que les gens peuvent voir plus rapidement chez nous en version sous-titrée.”*

► **BeTV.** Même son de cloche chez le groupe de télévision privé belge où le dispositif Be TV Go rencontrerait un joli succès. *“Bien sûr, beaucoup de personnes ont testé Netflix mais ils se sont vite rendu compte que la plateforme propose des films datés. Notre offre est bien plus diversifiée et inédite. Nous sommes une chaîne généraliste et nous essayons d'avoir une grande diversité de contenus afin de satisfaire nos publics sur l'ensemble de l'offre. Le marché évolue mais notre TVG avance bien”,* assurait récemment Christian Loiseau, le directeur des programmes.

Au.M.