

Amazon attaque Netflix en Belgique et à l'international

LE RÉSUMÉ

Le géant de l'e-commerce **Amazon** débarque sur le marché de la **vidéo à la demande**.

Annuellement, le service sera proposé à la **moitié du prix** de celui de **Netflix**.

Dans la **bataille** que les oppose, les deux acteurs vont **investir massivement**.

SIMON SOURIS

Avec presque 20.000 films et 2.000 séries, le Belge aura de quoi occuper ses soirées hivernales. En tout cas, c'est armé de ce catalogue qu'Amazon a annoncé hier son arrivée sur le marché de la vidéo à la demande. Deux cents pays à travers le monde sont concernés. Et la Belgique figure sur la liste, signale la firme. Jusqu'ici, la plateforme n'était proposée que dans quelques pays tels que les États-Unis, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Cette annonce flottait dans l'air depuis quelque temps déjà. Le voile est désormais levé et Amazon expose sa stratégie: proposer un large choix de films et de séries, inclus dans un service premium plus large. Et ce,

«Ce qu'il y a de vraiment excitant, c'est que cela ne fait que commencer.»

TIM LESIE
RESPONSABLE
VIDÉO
AMAZON

pour 49 euros par an. En effet, moyennant cette somme, la livraison en un jour ouvré de toute commande sur le site, le stockage illimité de photos et l'accès en primeur à des ventes flashs étaient déjà proposés aux clients. En parallèle, l'offre vidéo vient simplement s'ajouter au tout. En fait, «la vidéo constitue un produit d'appel pour Amazon», analyse le consultant médias Thierry Tacheney. «Amazon ne fait rien d'autre que ce qu'ont fait les télédistributeurs à leurs débuts, comme Proximus, qui proposait la télévision gratuite pour attirer des consommateurs», poursuit-il. Pour les clients belges ayant déjà souscrit à l'offre premium, ce nouveau service est mis à disposition sans aucun coût additionnel. Un cadeau que certains apprécieront à l'approche des fêtes. Dans 18 autres pays, cela se passera de la même manière. Les clients premium ne devront rien payer de plus pour accéder à la plateforme. Ce sera par exemple le cas pour la France, l'Italie, le Canada et l'Espagne. Ailleurs dans le monde, il faudra déboursier environ trois euros par mois pendant la période de lancement pour visionner les films et séries d'Amazon, puis ce montant passera à environ six euros.

Du côté des opérateurs belges, pas de réelle réaction pour le moment. Une intégration est-elle envisageable dans le futur? «On regarde en permanence toutes les offres pouvant être intéressantes pour nos clients», souligne Haroun Fenaux, porte-parole de Proximus. Chez Telenet, même son de cloche.

Coup dur pour Netflix

Avec «Prime Video», Amazon exprime clairement son intention de conquérir le marché mondial. C'est que la période est propice. En effet, Netflix déçoit pour le moment et ne parvient pas à convaincre les analystes

qui s'inquiètent de sa faible croissance. Dans ce contexte, l'arrivée du géant de l'e-commerce risque de faire mal. Surtout vu la différence de prix entre les deux services: quatre euros par mois pour Amazon, contre une dizaine pour Netflix. Un coup de massue? Peut-être. Mais «il ne faudrait pas négliger le désavantage de commencer 11 mois après Netflix», signale un analyste du secteur. Déjà active dans 190 pays, la firme a eu le temps de fidéliser une masse importante de consommateurs. C'est pourquoi, en Europe et en Amérique du Nord, l'impact du nouveau service vidéo d'Amazon devrait être assez limité, relativise ce spécialiste. Pour ce qui est du reste du monde, il faudra laisser faire le temps avant de pouvoir conclure quoi que ce soit.

Produire, un enjeu clé

Une chose est sûre, en vue de la bataille à venir, les deux acteurs investissent massivement dans la production de contenus originaux. L'objectif? Se différencier et proposer des séries que l'on ne retrouve nulle part ailleurs. Une stratégie qui a un coût. Si les estimations parlent, du côté de Netflix, de 5 milliards de dollars d'investissements en contenu original (non-sportif) pour 2016, du côté d'Amazon, la somme de 4 milliards de dollars est évoquée, selon le magazine américain Forbes. Mais on sait déjà que le géant de l'e-commerce ne compte pas en rester là. Forbes prévoit en effet qu'Amazon pourrait augmenter ses dépenses l'an prochain en vue de s'aligner sur Netflix. C'est que celui-ci souhaite investir jusqu'à 6 milliards de dollars pour 2017. Si les sommes dont il est ici question peuvent sembler importantes, elles ont permis aux deux acteurs de truster 30% des nominations aux Golden Globes 2017 catégorie séries.

