

# Disney sur les plates-bandes de Netflix

**BUSINESS** Le studio californien créera sa propre plate-forme de streaming en 2019

► Le mariage n'aura pas duré longtemps.

► Un an après s'être rapproché de Netflix, Disney a décidé de se passer des services de la plate-forme de vidéos à la demande.

► Pour lancer ses propres services de streaming.

Pour rappel, les deux géants avaient conclu un accord de partenariat en mai 2016 : Netflix avait alors obtenu l'exclusivité sur la rediffusion des productions du studio californien (y compris celles des labels Pixar, Marvel et Lucasfilm). Cela ne sera plus le cas à partir de 2019.

Affichant des résultats très mitigés et avec un titre en baisse de 4 % à Wall Street, Disney fait tout simplement marche arrière afin de stopper l'érosion des bénéfices de ses chaînes câblées. Car là est tout le problème : depuis plusieurs années, les câblo-opérateurs ne cessent de perdre du terrain

face à la multiplication des réseaux de streaming. Des réseaux proposant souvent une offre plus diversifiée et des prix plus attractifs pour les « millenials », cette nouvelle génération née avec Internet. Netflix, quant à lui, n'est d'ailleurs plus qu'un simple distributeur.

Proposant ses propres productions, la plate-forme est devenue un redoutable concurrent, y compris pour son partenaire Disney. D'où la décision de la Walt Disney Company de ne pas renouveler le contrat arrivant à échéance en 2019. « Pour nous, il est très clair que le futur de l'industrie devra passer par la relation directe entre les consommateurs et les créateurs de contenus », se justifie Robert Iger, PDG du groupe.

## Deux nouvelles plates-formes de streaming

Pour se passer de ces intermédiaires, le créateur de Mickey diffusera lui-même son contenu. Ce qu'elle avait déjà décidé en 1983 en créant la chaîne Disney Channel. Sauf que cette fois-ci, le studio se lance à la conquête d'In-

ternet avec la création de deux plates-formes de streaming. La première, consacrée au sport, verra le jour dès l'année prochaine et diffusera 10.000 événements sportifs tels que la *Major League Baseball*, la *National Hockey League* ou la *Major League Soccer*. Disney espère ainsi sauver ses chaînes ESPN (*Entertainment Sport Programming Network*), qui ont perdu près de cinq millions d'abonnés depuis 2013. La deuxième, prévue pour 2019, sera dédiée au divertissement et récupérera les contenus proposés actuellement par Netflix. C'est là, et uniquement là, que seront accessibles les productions familiales du studio californien.

Afin de mettre en œuvre cette nouvelle stratégie, Disney a annoncé son intention de déboursier 1,6 milliard de dollars pour porter sa participation dans l'entreprise américaine BAMTech de 33 % à 75 %. Spécialisée dans la technologie de diffusion, celle-ci gère actuellement le streaming de chaînes telles que HBO (« *Game of Thrones* »). Le studio américain est donc bel et bien décidé à rompre avec Netflix. ■

THOMAS CLEERBAUT (st.)

## réussite Pour Disney, le pari est risqué mais...

Netflix n'est pas le seul à avoir vu son action chuter à l'annonce de la rupture. Les titres de Disney ont, quant à eux, perdu 4 %. Car, si le créateur de Mickey est bien décidé à se passer d'intermédiaires, le succès de ses deux futures plateformes de streaming n'est pas forcément garanti.

Et pour cause, le studio californien devra se faire une place sur un marché très concurrentiel. Ces dernières années, les plates-formes de streaming n'ont cessé de se multiplier à l'étranger ou chez nous : Netflix, Hulu, Amazon Video, YouTube, PlayStation Vue, Sling Orange, HBO Go/Now, BeTV, CanalPlay, OCS... La liste est longue et le choix du consommateur, cornélien. D'autant plus que la plupart ne sont accessibles qu'en payant un abonnement allant de 9 à 50 euros ou dollars mensuels.

Avec ce morcellement de l'offre, la facture augmente de manière exponentielle pour celui qui veut continuer à suivre ses

séries ou films préférés. Ainsi, sur les réseaux sociaux, nombreux sont ceux qui ont mal réagi à la décision de Disney. « Je ne payerai pas un autre abonnement. Tant pis pour Disney », écrit un abonné de Netflix. « En définitive, entre Netflix/Amazon/Hulu/Disney, le peuple s'abonnera à un service (le plus complet) et reviendra aux "autres pratiques" », renchérit un autre.

Une situation problématique pour la Walt Disney Company, surtout que d'autres partenaires de Netflix pourraient prendre exemple et se lancer à leur tour dans l'aventure du streaming.

Ce n'est également pas la première fois que des producteurs de contenus tentent de se passer des grandes sociétés de streaming. Depuis 2014, plusieurs chanteurs, dont Taylor Swift, ont boycotté la plate-forme musicale Spotify, par exemple. Ils lui reprochaient de dévaloriser la musique par leur modèle économique basé sur la publicité. Tous sont re-

venus au pas de course après avoir essuyé un échec de leur côté.

## Le studio qui a le plus de chances de réussir

Le pari de Disney est donc risqué mais la situation n'est pas pour autant désespérée. Car, parmi tous les producteurs de contenus se lançant dans le streaming, le studio californien est potentiellement celui ayant le plus de chances de réussir. Depuis sa création en 1941, la Walt Disney Company a produit des centaines de films (d'animation ou non) et de séries au point d'être actuellement le leader mondial du divertissement familial. Ayant engrangé 55 milliards de chiffre d'affaires en 2016, elle possède également deux des sociétés de productions les plus rentables du moment : Marvel depuis 2009 et Lucasfilm (*Star Wars*) depuis 2012. De quoi proposer un catalogue attractif et se faire une place sur le marché. Tout dépendra alors du choix du public. ■

Th. C. (st.)

**CONTENUS****Netflix sans Disney**

Pouvoir proposer la dernière production Marvel ou le dernier Pixar en exclusivité était sans conteste un argument de vente pour Netflix. A l'annonce du divorce, le couperet n'a donc pas tardé à tomber. L'action de la plateforme de streaming a perdu 7 % en Bourse, signe de l'inquiétude des investisseurs. Suivi par une perte d'abonnés ? Pas sûr puisque

la rupture n'aura lieu qu'en 2019. D'ici là, Netflix a confirmé qu'il continuera de proposer les contenus de Disney et que les prochaines sorties (le prochain *Star Wars*, prévu pour fin 2017, par exemple) pourront toujours rejoindre son catalogue. Bien plus, la décision ne concerne pas les séries de Marvel Télévisions (« *Daredevil* », « *Jessica Jones* », « *Luke Cage* », « *Iron Fist* » et « *The Defenders* »). Co-produites par Netflix, elles auront droit à de nouvelles

saisons dans les prochains mois et seront rejointes par de nouvelles productions en 2018 (« *The Punisher* »). Par ailleurs, le géant du streaming aux cent millions d'utilisateurs a d'autres atouts dans sa manche : ses propres productions plébiscitées à travers le monde mais pas que... En début de semaine, sentant peut-être le vent tourner, Netflix a réalisé la première acquisition de son histoire : le Millarworld, le label de Mark Millar. Un achat qui lui per-

mettra de faciliter l'adaptation des comics (« *American Jesus* », « *Jupiter's Legacy* ») du célèbre scénariste britannique. Et puis, certains auront peut-être déjà remarqué que les catalogues francophones européens de Netflix ne proposent déjà plus les productions Disney depuis septembre 2016. Les abonnés belges ne verront donc pas la différence au moment de la migration du studio californien.

TH. C. (ST.)