

Disney entend désormais défier son concurrent Netflix

■ Le géant du divertissement va attaquer son rival sur son propre terrain : le streaming.

Disney a décidé de défier Netflix en mettant fin au partenariat unissant les deux groupes et en privilégiant désormais la diffusion de ses programmes en flux continu ("streaming") pour mieux s'adapter aux souhaits des consommateurs, a-t-il annoncé mardi.

Une nouvelle stratégie

Cette initiative fait partie d'une nouvelle stratégie de diffusion du groupe, qui a également annoncé qu'il allait déboursier 1,6 milliards de dollars pour porter sa participation au sein de l'entreprise technologique Bamtch de 33 % à 75 %. Cela lui permettra notamment de proposer en streaming les programmes de sa chaîne sportive ESPN à partir de 2018 et de lancer en 2019 un service similaire pour ses programmes de divertissement auquel pourront s'abonner directement les consommateurs.

Le PDG du groupe Robert Iger a qualifié cette montée en puissance au sein de Bamtch de "stratégie de croissance complètement nouvelle". Disney avait acquis 33 % de Bamtch il y a un an.

Les groupes traditionnels de médias font face à la concurrence de Netflix et d'Amazon, ou même bientôt de Twitter pour le sport, qui proposent des contenus en flux continu plus adaptés aux habitudes de la génération des "millennials", qui s'affranchissent du câble.

Si Disney va mettre fin en 2019 à l'accord de distribution de ses productions conclu avec Netflix, les contenus de sa filiale Marvel vont rester sur la plateforme, a précisé M. Iger. La décision de Disney de privilégier le streaming par rapport à la diffusion classique par câble ou satellite montre que ce moyen de diffuser les programmes est désormais considéré comme l'avenir par les grandes sociétés de médias américaines. En attendant, Disney a annoncé des résultats mitigés pour le troisième trimestre de son exercice décalé avec une baisse de 9 % de son bénéfice net, ce qui faisait reculer son titre de quelque 4 % à Wall Street. (Belga)