

# Netflix : 8 milliards POUR 700 FICTIONS



Le géant des médias met le paquet sur les productions originales en 2018

► Si la grippe et le froid ne les ont pas encore cloués au lit, les responsables de nos chaînes de télévision risquent d'en être malades en découvrant les moyens mis en œuvre par Netflix rien que pour l'année 2018. Dans une interview accordée à *Variety*, le directeur financier du géant des médias, David Wells, a en effet annoncé que d'ici la fin de l'année, Netflix va dépenser huit milliards de dollars pour la bagatelle de 700 productions originales, qu'il s'agisse de films ou de séries.

**PARMI LES 700 SHOWS** proposés, 80 seront produits en dehors des États-Unis, comme la série fantastique en langue arabe *Jinn* (une première pour ce média) tournée en jorda-

nie ou la saga de science-fiction allemande *Dark*, par exemple.

Seule petite consolation pour les boss de RTL-TVi ou de la RTBF, s'ils parviennent toujours à cligner des yeux tant ils ont été écarquillés, aucune production belge n'est annoncée par *Variety* dans cette masse d'images.

"Continuons à ajouter du contenu, cela marche, cela engendre de la croissance", a ajouté David Wells. Dont l'objectif est double : couper l'herbe sous le pied des futurs concurrents (Disney s'annonce comme un adversaire redoutable) et largement surpasser le nombre de ses 117,6 millions d'abonnés de par le monde ("Il y a plus de non-membres que d'abonnés"). Mais pour ça, Netflix ne compte pas que sur son catalogue. Le budget marketing va aussi connaître une croissance assez spectaculaire en passant d'1,3 milliard de dollars à 2 milliards de dollars,

toujours uniquement pour l'année 2018...

"Nous avons l'habitude de penser que chaque dollar gagné devait être dépensé dans le contenu, mais nous estimons désormais que le marketing est un multiplicateur de contenu", a concédé David Wells. Qui a décidé le chic de rendre vert de jalousie la concurrence, puisqu'en 2017, Netflix a connu une croissance du chiffre d'affaires de 34,7 % sur un an, pour une valeur de 2,6 milliards de dollars. Et a réalisé un bénéfice net de 178 millions de dollars, contre 28 un an plus tôt. Le moral y est tellement au zénith qu'on y estime que le seul vrai concurrent de la plateforme, désormais, ce n'est plus les chaînes de télé ou une autre plateforme, mais le sommeil des téléspectateurs...

Et c'est parti pour une déprime supplémentaire chez les directeurs des médias audiovisuels belges...

P.L.