

# Netflix pulvérise ses objectifs et le cours de son action s'envole

■ Le succès des contenus "originaux" de la plateforme américaine est croissant.

Netflix a engrangé bien plus de nouveaux abonnés que prévu au troisième trimestre, totalisant 137 millions de souscripteurs à travers le monde, signe que son pari d'investir énormément dans les contenus originaux semble être efficace face à une concurrence féroce. Le titre de la plateforme de vidéo en streaming prenait mardi 11 % à 384,49 dollars dans les échanges électroniques d'après séance.

Une nouvelle fois, le groupe – derrière des succès comme *The Walking Dead*, *House of Cards* ou *Orange Is the New Black* – attribue ses performances à son "vaste portefeuille de programmes originaux" dans sa traditionnelle lettre aux actionnaires de présentation des résultats. "Nous avons fait beaucoup de chemin en cinq ans, lorsque nous avons lancé les contenus originaux", a relevé la plateforme. "En plus de notre succès commercial, nous sommes extrêmement heureux de voir que les auteurs avec lesquels nous travaillons sont reconnus pour leur travail", dit encore le groupe, qui souligne avoir aligné 112 nominations aux Emmy Awards, équivalent des Oscars pour la télévision américaine. Sa série *The Crown* a ainsi reçu en septembre l'Emmy de la meilleure actrice dans une série dramatique, pour Claire Foy qui y interprète la reine Elizabeth II.

Croissance "remarquablement stable"

En engrangeant près de sept millions de nouveaux abonnés dans le monde, Netflix a pul-

vérisé ses propres objectifs (+5 millions) et a ainsi rassuré les investisseurs, qui s'étaient montrés très déçus par le nombre d'abonnés au deuxième trimestre, bien en deçà des prévisions du groupe. Certains analystes avaient estimé que le conte de fées était terminé pour Netflix tant la concurrence est féroce et le marché américain mature. Mais, a souligné le PDG Reed Hastings lors d'une interview avec un analyste diffusée sur Internet pour commenter ces résultats, la mauvaise surprise du deuxième trimestre venait d'un simple souci dans l'ajustement des prévisions et non d'un "changement dans le business". La croissance est "remarquablement stable", a-t-il assuré.

Une longueur d'avance

Géographiquement, la hausse du nombre d'abonnés s'est faite à la fois aux États-Unis, avec 1,1 million de nouveaux abonnés (contre 650 000 attendus), et à l'international avec 5,9 millions, soit 1,5 million de plus qu'anticipé. Netflix, qui ne semble pas pâtir de ses récentes hausses de

tarifs, prévoit 9,4 millions de nouveaux abonnés au quatrième trimestre.

Ces performances se reflètent dans ses finances, avec un bénéfice net trimestriel multiplié par plus de trois sur un an, à 400 millions de dollars. Ajusté et rapporté par action, référence en Amérique du Nord, le bénéfice ressort à 89 cents, largement au-dessus des attentes des analystes (68 cents). Le chiffre d'affaires pour sa part est conforme aux attentes, à 4 milliards de dollars (+34 %), réparti presque à parité entre les États-Unis et le reste du monde.

Le groupe investit énormément dans les programmes: environ 8 milliards de dollars sont prévus cette année. "Certes, nous faisons d'énormes investissements dans les contenus" mais "ils devraient nous permettre de poursuivre la croissance de notre chiffre d'affaires et de nos bénéfices à très long terme", fait valoir Netflix.

Pionnier du secteur, il doit faire face à une concurrence croissante et féroce, d'Amazon, Hulu, HBO ou encore d'acteurs plus traditionnels, comme Disney, qui lancent des services de streaming. Selon le cabinet eMarketer, qui estime que Netflix représente les trois quarts du marché américain du streaming, le groupe devrait garder une longueur d'avance sur ses concurrents pendant un bon moment. (AFP)

## 137

millions d'abonnés

Pionnier du secteur, Netflix a gagné en l'espace de trois mois 7 millions d'abonnés supplémentaires.

