

Rien ne semble pouvoir arrêter Netflix en 2019

STREAMING L'arrivée de nouveaux concurrents ne devrait pas affaiblir le géant

- Abonnés, chiffre d'affaires, productions originales: 2018 fut l'année des records.
- La plateforme se repose sur quatre piliers pour préserver son trône.

Des bénéfiques en forte croissance et des abonnés toujours plus nombreux sur la planète : le géant américain de la vidéo en ligne Netflix affiche une santé insole à l'entame de l'année 2019. Présent depuis 2016 dans le monde entier, à l'exception de la Chine, Netflix étend son territoire à une vitesse fulgurante. Il a régné en maître sur le marché de la vidéo à la demande en 2018, jusqu'à bouleverser les modes de consommation de la télévision. Une petite révolution, notamment grâce à l'expérience de qualité sur mobile. Récemment, le patron Reed Hastings a annoncé avoir franchi la barre des 130 millions d'abonnés. Soit une hausse record ces derniers mois. Conscient de la présence de concurrents sérieux (Amazon et Hulu surtout) et de l'arrivée de nouveaux mastodontes (Disney+, WarnerMedia, ...), Netflix renforcera ses stratégies en 2019. Quatre piliers lui permettent d'avancer sereinement.

Investissement massif dans la production originale

Dopé par des résultats qui dépassent ses propres attentes, Netflix a porté à un milliard de dollars ses investissements dans les productions originales en Europe en 2018. Un montant inégalé dans le monde de la VOD. La société américaine sait pertinemment que ses films et séries estampillés « Netflix » l'ont aidée à bâtir sa notoriété. Et lui permettent de conserver ses millions d'abonnés, friands d'œuvres variées. Des investissements qui lui ont permis de s'attaquer à l'Europe, incontestable-

ment sa cible en 2018. Ce qui a largement payé puisque, non seulement le nombre d'abonnés sur le Vieux Continent a doublé, mais les productions originales européennes plaisent énormément. Avec d'énormes succès à la clé en 2018. Il fallait vraiment vivre reculé de tout pour ne pas entendre parler de « La Casa de papel », série espagnole dont la bande originale résonne encore. Mais aussi « Elite », sa petite sœur, plutôt à destination des ados. L'Allemagne, la Suède, le Danemark, l'Italie et la France n'étaient pas en reste avec quelques bonnes surprises. L'Europe conquise, Netflix avance son prochain pion. Fin d'année, le leader du marché annonçait des productions et des studios en Amérique latine, en Inde et en Afrique. Après l'expansion territoriale en 2018, Netflix s'attellera cette année à renforcer son catalogue d'œuvres originales dans les quatre continents.

Enterrement de la hache de guerre avec le cinéma

En devenant le premier producteur de films au monde en 2018 avec pas moins de 80 sorties, Netflix s'est imposé comme un acteur majeur du cinéma. Et plus seulement des séries. Certes la qualité de ses films n'est pas toujours au rendez-vous, mais force est de constater que le niveau d'exigence a joliment augmenté en 2018. Pour *Roma*, Netflix a décidé d'élargir sa proposition en s'essayant au film d'auteur. Si le service de *streaming* n'est arrivé qu'en fin de parcours dans la production, cela ne l'a pas empêché de s'attribuer le succès du film de Cuarón. Le film a d'ailleurs permis à Netflix de bousculer les codes en obtenant le Lion d'Or à la Mostra de Venise. Une récom-

pense qui démontre sa nouvelle position sur le marché du cinéma après avoir été totalement boudé, en 2017, avec *Okja* à Cannes. Parce que 2018 n'a pas suffi à Netflix, la plateforme voit plus grand pour 2019. Pas moins de 90 nouveaux films sont prévus pour cette nouvelle année, et des noms encore très prestigieux sont annoncés. Le géant produira donc 55 films : 20 sont des productions originales à gros budget, 35 sont des films indépendants. Côté documentaire et films d'animation, on dénombre 35 projets pour 2019. La hache de guerre avec le 7^e art semble (presque) enterrée. Netflix, c'est aussi la possibilité pour des œuvres nationales de s'exporter à l'international. Notre *Girl*, approchée par la plateforme, devrait connaître cette destinée.

Se (re)faire une santé financière

Côté portefeuille, le groupe a dépassé ses propres attentes avec un bénéfice net de 290 millions de dollars en 2018, un bond de plus de 60% par rapport au premier trimestre de l'année précédente. Avec désormais quasiment 50% du chiffre d'affaires réalisé à l'international, le groupe, dont le siège est situé en Californie, récolte les fruits de ses investissements pour se développer en dehors de son pays d'origine. Des résultats que l'on peut attribuer à sa politique d'investissements dans les contenus et à son modèle économique. Le service de vidéo à la demande met tout en œuvre pour préserver cette santé financière en 2019. Malgré quelques déceptions ponctuelles du côté des actionnaires, dues à une progression moins forte du nombre d'abonnés, l'entreprise à de quoi s'étendre encore davantage. Reed Hastings, le directeur de Netflix, aurait embauché Spencer Neumann, ancien directeur financier chez Activision Blizzard, géant de l'édition de jeux vidéos, depuis mai 2017. Avant de travailler pour la firme de jeux

vidéo, Neumann a notamment fait un passage chez... Disney. Toujours intéressant pour Netflix.

Prendre le plein pouvoir des séries

Si Netflix a renforcé en masse son catalogue de films en 2018, il n'en a pas pour autant oublié sa meilleure arme marketing : les séries. Auparavant laissées au soin des chaînes de télé, avec un format et des thèmes devenus standards, Netflix a révolutionné le genre avec un large choix de séries. Et il a vite compris que les adolescents et jeunes adultes étaient un public à bichonner. En effet, avec « 13 Reasons why », « Black mirrors » et « Stranger things », le leader du

marché a mixé les genres et en a rendu des millions accros. Il s'agit en effet du public le plus adepte du *binge watching* (le fait d'enchaîner plusieurs épisodes à la suite), une addiction née avec le service américain. Ce faisant, Netflix a accéléré sa production et a sorti, début 2018, un grand nombre de séries en un laps de temps très court. Grâce à la possibilité de télécharger des épisodes sur son smartphone pour les visionner hors-connexion, les abonnés enchaînent les saisons en moins de temps qu'il n'en faut à Netflix pour en proposer une suivante dans ses recommandations personnalisées (autre arme marketing puissante). Mais sa véritable stratégie se cache ailleurs. Car la série la plus *binge watchée* de 2018 n'est autre que « Friends ». Une série de 1994, multi-diffusée sur toutes les chaînes télé. Un vent de nostalgie souffle sur le catalogue de Netflix avec également « Grey's Anatomy », « Prison Break », « Gilmore Girl » et « How I met your mother ». La programmation du géant s'appuie donc sur un savant dosage de programmes déjà diffusés en télé et de créations exclusives. Plusieurs séries disparaîtront début d'année pour laisser place à de nouvelles saisons attendues. ■

LOLA LEMAIGRE

LA CONCURRENCE**Des mastodontes à l'horizon**

L'an 2019 sera symbole de nouveaux records et d'une flopée d'œuvres surprenantes dans le catalogue de Netflix. Tant du côté des films que des séries. Mais le service de *streaming* ne doit pas oublier de jeter un œil

du côté de ses concurrents. Des mastodontes plus nombreux et mieux armés pour battre le fer. Amazon restant son ennemi n°1 dans la profession. Hulu, acquise par Disney en rachetant la 21st Century Fox, débarque en Belgique cette année. Mais il faudra aussi vivre avec l'ombre de Disney+, WarnerMedia, Comcast, Apple et Facebook Watch. À noter

qu'avec la création de sa nouvelle plateforme à la demande, Disney récupère ses œuvres Marvel, présentes en nombre chez Netflix. Les super-héros Daredevil, Luke Cage, Jessica Jones, The Punisher vont donc disparaître de la plateforme pour réapparaître sur Disney+ fin 2019. Le groupe aux grandes oreilles débar-

quera en force avec de nouvelles aventures *Star Wars*. Time Warner, qui a fusionné avec AT&T et qui possède la chaîne HBO, n'arrivera pas les mains vides. L'expérience des studios américains et des chaînes de télé pourraient bousculer le jeune Netflix. En 2019, la guerre des services de VOD battra son plein.

L.L.E