

Apple prêt à concurrencer Netflix ?

Apple pourrait dévoiler ce lundi un service de vidéo en streaming pour concurrencer Netflix.

Fidèle à sa culture du secret, Apple laisse depuis plusieurs semaines circuler la rumeur selon laquelle les comédiennes Jennifer Aniston, Reese Witherspoon ou le réalisateur J.J. Abrams seraient présentes lors d'un événement organisé au siège du groupe, dans la Silicon Valley. « Il semble évident qu'ils vont lancer un nouveau service dans la vidéo », confirment les spécialistes.

Reste à savoir combien va coûter le service et comment Apple va pouvoir se distinguer dans un marché de la vidéo en streaming déjà très peuplé, et où il arrive assez tard. Netflix y reste leader du secteur avec

140 millions d'abonnés.

L'enjeu est de taille pour Apple, pressé de trouver d'autres relais de croissance que son iPhone dont les ventes ont baissé fin 2018. Outre des moyens financiers gigantesques, Apple possède une force de frappe incomparable, avec 1,4 milliard d'iPhone ou d'iPad en circulation dans le monde, sur lesquels il pré-installe ses services. Et l'entreprise fondée par Steve Jobs a déjà un pied dans la vidéo (via iTunes ou Apple TV) ou encore avec une émission culte comme *Carpool Karaoke* mais c'est encore timide si ce n'est le contrat signé avec la papesse de la télé américaine, Oprah Winfrey.

Disney et Warner arrivent aussi

Il va donc lui falloir frapper fort pour damer le pion aux concurrents actuels ou futurs sur un marché en plein boom. Disney est particulièrement attendu avec sa plateforme prévue cette année, de même que War-

nerMedia. Tous deux disposant d'un catalogue existant très impressionnant.

Malgré l'omniprésence de Netflix, les nouveaux estiment qu'il y a encore de la place sur le marché : les consommateurs changent leurs habitudes, privilégiant les abonnements à des plateformes à la demande et délaissant les traditionnels bouquets satellite et câble.

Selon l'Association américaine du cinéma (MPAA), le nombre de souscriptions dans le monde à ce type de plateformes a crû de 27 % entre 2017 et 2018 pour atteindre 613,3 millions, dépassant pour la première fois le nombre d'abonnements au câble (556 millions, en baisse de 2 %).

Reste à savoir ce qu'Apple va proposer comme contenu sur sa plateforme. Selon Daniel Ives, analyste chez Wedbush Securities, Apple aurait besoin d'acheter une entreprise qui produit films, séries ou émissions, comme CBS ou Sony Pictures, pour devenir un acteur majeur du marché. ■