

## Les analystes ne sont pas convaincus par Apple

**Les analystes ne sont pas convaincus qu'Apple va nuire à Netflix sur le segment de la vidéo à la demande. Ils ne s'attendent pas à un impact positif des nouveaux services du groupe à court terme.**

JENNIFER NILLE

Le titre Apple est remonté ce mardi, au lendemain de la présentation des nouveaux services du groupe. Vers 18h, l'action progressait de 1,07%. Les analystes sont optimistes, mais prudents, pour la nouvelle offre de services de la firme à la pomme, car ils estiment que celle-ci peut offrir du potentiel à long terme. Mais les éléments révélés par Tim Cook, le patron d'Apple, lundi, manquaient de détails, selon les analystes. Et ceux-ci pensent qu'il faudra des années pour que les nouveaux produits aient un impact majeur sur les revenus de la société.

Lundi, Apple a révélé parmi ses nouvelles initiatives un service de vidéo à la demande, semblable à ceux proposés par Amazon et Netflix, et il a aussi dévoilé une carte de crédit. «Même si Apple introduit une plus grande offre de contenu original que

Netflix et Amazon au moment de leur lancement, le marché de la vidéo à la demande a atteint un niveau de saturation et de fatigue du consommateur aux Etats-Unis», observe Colin Gillis, analyste chez Chatham Road Partners. Les analystes s'interrogent en plus sur les prix que va demander Apple pour ses nouveaux services. «La gamme de services lancés est impressionnante, mais le manque de détails sur les prix rend difficile l'évaluation de l'impact financier», indique Katy Huberty, analyste chez Morgan Stanley. Mais chez le courtier Loup Ventures, l'analyste Gene Munster estime que «les quatre services dévoilés par Apple pourraient apporter plus de 20 milliards de dollars de revenus annuels à haute visibilité d'ici cinq ans». «Les leviers pour atteindre 78 milliards de dollars de revenus en 2023 sont plus clairs», ajoute-t-il.

L'Apple TV+, service de vidéo et TV à la demande, arrivera dans un segment déjà très concurrentiel. Amazon et Netflix ont déjà dépensé énormément pour capter l'attention du public et pour produire des séries et des films primés. De plus, le contenu familial proposé par Apple TV+ devrait entrer en concurrence

avec Walt Disney. Le secteur des médias souffre de la concurrence pour le public, et subit une consolidation. Disney a racheté 21st Century Fox, et AT&T, qui a racheté Time Warner, projette de lancer un service de vidéo à la demande cette année.

«L'incursion d'Apple dans le contenu original va permettre au groupe de tirer profit d'un marché à forte croissance», estime John Butler, analyste chez Bloomberg Intelligence. Mais Colin Gillis ne partage pas cet avis. «Le nouveau service de vidéo ne va pas tuer Netflix, et ne va pas avoir un impact matériel sur les perspectives d'investissement pour la firme», indique-t-il.

Mike Bloxham, directeur de la firme de consultance Magid, s'in-

quiète lui de l'offre proposée par Apple TV+. Le service de vidéo à la demande ne proposera pas de catalogue de films et programmes existants, selon lui. «Je n'arrive pas à croire qu'ils vont lancer leur service sans ce catalogue», s'interroge-t-il. Netflix et Amazon ont démarré leur offre avec un catalogue de films et programmes existants, mais les studios d'Hollywood et les sociétés de production télévisuelle sont de moins en moins généreuses avec leurs li-

ances, souligne Mike Bloxham. «Apple va devoir s'appuyer sur ses propres films et programmes», insiste-t-il. Or, il indique que quatre adultes sur dix souscrivent à des services de vidéo à la demande avec l'intention de se désabonner dans les six mois. «Ils viennent pour consommer des séries populaires et puis ils se désabonnent», relève-t-il.

### Service news incomplet

De plus, le service de news lancé lundi par Apple pour 10 dollars par mois rencontre des difficultés. Le New York Times et le Washington Post ne font pas partie de l'offre. Le Wall Street Journal a lui limité l'accès à ses articles, tout comme le Los Angeles Times.

Les analystes sont donc prudents pour les perspectives d'Apple. Actuellement, le groupe tire 14% de ses revenus de ses services. Mais en 2018, ceux-ci ont connu une croissance de 24%. «Les nouveaux services n'auront pas d'impact sur le bénéfice par action d'Apple à court terme. Nous pensons que le focus du marché va se concentrer sur l'activité de smartphones, qui ralentit», prédit Rod Hall, analyste chez Goldman Sachs.