

45 MILLIONS D'EUROPÉENS abonnés aux plateformes



Le marché de la SVOD pèse 5,33 milliards € actuellement. Et sa croissance explose.

► *“Les habitudes ont la vie dure.”* Combien de fois n'a-t-on pas entendu cette sentence dans la bouche de professeurs ou de parents peu satisfaits de la reproduction d'un comportement pas tout à fait à leur goût ? Il faut croire que leurs remarques ont porté leurs fruits, puisqu'aujourd'hui, nos habitudes changent à un rythme affolant. Notamment en matière de consommation des médias.

La bonne vieille télé de papa, loin d'être finie, n'est plus le centre du monde comme voici une dizaine d'années. Les plateformes de streaming lui volent désormais la vedette. Avec des chiffres de croissance hallucinants. En 2011, on ne comptait que 600 000 abonnés à la SVOD (service de vidéo à la demande par abonnement) en Europe. En 2015, le nombre était passé à 24,9 millions. Un an plus tard à 38,7 millions. L'an

dernier, à 45 millions. Soit 750 fois plus de clients en huit ans à peine !

Et ce n'est pas tout. Selon les analystes de Kagan Research, à l'horizon 2022, les plateformes compteront 60 millions d'abonnés. Sur une population de 512 millions d'habitants. Qui aurait cru, voici une décennie, qu'un Européen sur neuf accepterait de payer pour regarder des fictions sur un écran à la maison ?

Actuellement, le marché de la SVOD pèse 5,33 milliards € sur notre continent.

Dans trois ans, il devrait valoir 6,22 milliards €. Un tel gâteau attise forcément des convoitises. Netflix s'en taille aujourd'hui la part du lion, avec 52 % des abonnés européens, loin devant Amazon (21 %), Sky (4 %), HBO (3 %) et Viaplay (3 %).

CES CINQ OPÉRATEURS, qui contrôlent donc 83 % du marché et façonnent la mode des séries (*Game of Thrones*, *La Casa de Papel...*), vont bientôt subir une concurrence sévère. Au niveau global, tout d'abord, avec l'arrivée très attendue cette année de Disney +, puis celles de rivaux très puissants comme AT&T, Apple, WarnerMedia et NBC Universal.

AU NIVEAU LOCAL, ensuite. RTL Group, le leader européen des médias, qui revendique déjà un million d'abonnés à TV Now en Allemagne et aux Pays-Bas, compte tri-

pler ce chiffre en trois ans, en investissant 400 millions €. Dans l'Hexagone, TF1 et M6 unissent leurs forces pour séduire les Français, tandis que de l'autre côté de la Manche, ITV, Channel 4 et la BBC en font de même pour charmer les brexiteurs avec BritBox. Du haut de ses 139 millions de clients, Netflix ne tremble pas sur ses bases, mais dans un marché où les habitudes n'ont plus la vie dure, tout pourrait changer très vite.

P.L.