

La guerre du streaming

La firme à la pomme s'apprête à lancer son propre service de vidéo à la demande. Pourrait-elle détrôner le leader du secteur? - Texte: **Pauline Zecchinon**

Apple

Rude concurrence

Apple TV+, le service de vidéo en ligne à la demande d'Apple, arrivera cet automne, dans un milieu déjà fortement concurrencé: Netflix, Amazon, Hulu, HBO, Youtube et bientôt Disney, NBC ou Warner...

Netflix-killer?

Les analystes ne sont pas persuadés qu'Apple tuera Netflix. Apple n'aurait finalement qu'amélioré son application existante "Apple TV" en lui ajoutant certains canaux. Il ne sera d'ailleurs pas obligatoire de s'abonner à toute l'application mais seulement aux chaînes désirées.

Rien que du neuf

Contrairement à ses adversaires, l'Apple TV+ ne sera pas lancée avec un catalogue préexistant et ne comptera que sur ses productions propres pour attirer ses futurs abonnés. Pour convaincre, la marque sort des gros noms: Spielberg pour un remake des *Histoires fantastiques*, Oprah Winfrey à la création de deux documentaires, Reese Witherspoon et Jennifer Aniston à l'affiche d'une émission consacrée aux coulisses de la télévision.

De l'eau dans le gaz

On ne connaît pas grand-chose d'autre de la nature des contenus proposés par Apple. Mais selon le *New Yorker*, Tim Cook, CEO d'Apple, parasiterait le processus de création des séries (scénarios modifiés, intervention sur les tournages...) et imposerait des contenus plus familiaux avec un minimum de sexe et de violence... ce qui ne fait pas l'affaire des scénaristes.

Netflix

Une longueur d'avance

Netflix a créé et bouleversé le monde du streaming vidéo. Près de 140 millions de personnes sont maintenant abonnées au service qui rayonne dans 190 pays depuis son lancement à l'international en 2016. Mais aujourd'hui, il va devoir faire un peu de place aux autres...

Netflix-winner?

La concurrence? Même pas peur. Ses revenus financiers sont en dessous des prévisions, mais le nombre d'abonnés grandit, et c'est déjà beaucoup mieux que ses concurrents. Netflix serait plutôt inquiet du succès de Fortnite, qui empêche son audience de regarder ses films et séries.

Catalogue en or

Netflix dépense toujours plus pour produire ses séries, films et documentaires: 10 milliards de dollars en 2018, 15 milliards prévus pour 2019. Ces dernières années, plusieurs ont été primés dont *Roma*, *Lion d'or* à Venise. Mais la société achète aussi des productions externes, pour assurer un catalogue plus étoffé et diversifié.

Progressiste et polémique

Les contenus produits par Netflix sont souvent reconnus comme étant progressistes et abordent des thématiques comme le féminisme, le racisme, la lutte des classes... Netflix est aussi un fervent défenseur de la cause LGBTQ+ mais est parfois critiqué pour son traitement un peu trop caricatural de ces sujets. Il y a eu néanmoins quelques ratés comme avec *Insatiable*, une série accusée de grossophobie.