

# Petit guide de survie dans la jungle de la VOD

Cette année, le marché de la vidéo en ligne va se structurer avec, en plus de Netflix et Amazon, l'arrivée de géants comme Disney+, Apple TV+ et WarnerMedia. Suivez le guide.

**DIDIER ZACHARIE**

Quand Netflix a débarqué en Belgique en septembre 2014, nombreux ont été ceux qui n'y ont vu qu'une tempête dans un verre d'eau. Pourtant, cinq ans plus tard, la VOD (vidéo à la demande, c'est-à-dire, la télé sur internet) s'est propa-

gée dans le monde et révolutionne le paysage audiovisuel. Aux États-Unis, la fréquentation des cinémas est en constante baisse, comme les abonnements aux chaînes de télévision payantes. À l'instar du streaming musical, la VOD semble la planche de salut de l'industrie audiovisuelle. Derrière Netflix, les gros joueurs se lancent dans la course à coups de milliards de dollars

d'investissements, du jamais vu. Les plus grosses entreprises du monde (venant du cinéma, de la télé, des télécoms ou d'internet) lancent leur service de VOD en espérant s'emparer d'un Graal dont le chiffre d'affaires s'élève à près de 40 milliards de dollars par an. 2019 verra le marché se structurer autour d'une demi-douzaine d'acteurs qui ont plus d'un atout. Revue des troupes.

## Netflix

A tout seigneur, tout honneur. Avec ses 140 millions d'abonnés dans le monde (sauf en Chine et en Syrie), Netflix est le leader incontestable de la « télé sur internet » – incontestable, mais désormais contesté. Ayant l'avantage d'avoir lancé le mouvement, l'entreprise de Los Gatos investit chaque année près de 3 milliards de dollars en contenus. Cette année 2019 qui voit arriver la concurrence et avec elle la perte d'une manne de contenus non négligeable va même la pousser à déboursier plus. Des analystes de la banque d'investissement Exane/BNP Paribas parlent de 15 milliards de dollars. Netflix ressemble de moins en moins à une plateforme de streaming et de plus en plus à un studio de cinéma, avec une sortie de film par semaine (et plusieurs séries en production ou licence). Problème, Netflix marche sur une dette de 10 milliards de dollars. Il est donc grand temps qu'il devienne rentable. De plus, si le renouvellement des contenus se fait de façon industrielle, la quantité prime le plus souvent sur la qualité. Netflix sera-t-il toujours numéro un dans un an ?

+ Renouvellement des contenus, fonctionnalité de sa plateforme, algorithmes puissants, (début de) reconnaissance dans le milieu du cinéma.

— Dette, perte des contenus Disney (dont ceux de Marvel et de la Fox) et Warner, la quantité prime sur la qualité.

## Amazon

Deuxième arrivé sur le marché, « Prime Video » est surtout, des dires même de Jeff Bezos, un appât pour que ses clients viennent faire leurs emplettes sur Amazon Prime. Il n'empêche, le plus grand magasin du monde a su caresser les faiseurs de films dans le sens du poil, notamment en sortant leurs œuvres sur grand écran. Amazon s'est doté d'une image cinéophile, il l'a encore prouvé en achetant pour 46 millions de dollars de films, soit deux fois plus que les majors du cinéma, au dernier festival de Sundance, le temple du cinéma américain indépendant ! Leurs succès sont avant tout critiques (*Beautiful Boy* du Belge Felix Van Groeningen, *Manchester By The Sea* de Kenneth Lonergan), mais aussi, petit à petit, populaires (la série *The Marvelous Mrs. Maisel*). Surtout, Jeff Bezos a anticipé la fin de *Game of Thrones* en achetant les droits du *Seigneur des anneaux* et de son univers. Le prochain méga-succès « fantasy » risque donc bien de se regarder sur Amazon.

+ Contenus cinéphiles/sériophiles, manne financière inépuisable, potentiel clients énorme.

— Jeff Bezos s'intéresse-t-il vraiment aux contenus culturels dans lesquels il investit ?

## Apple TV+

Présenté par Tim Cook lors de la dernière keynote d'Apple le 24 mars dernier, Apple TV+ s'avance en biais. Au contraire de Netflix et Amazon qui marchent au pas, Apple proposera (d'abord ?) un bouquet qui permettra de s'abonner directement à des chaînes payantes et d'accéder à un catalogue de films et de séries. Sur le modèle des bouquets de chaînes câblées, donc, qui n'ont plus vraiment la cote outre-Atlantique. Une manière de camoufler son manque de contenus originaux ? La firme de Cupertino y travaille avec quelques grands noms comme Steven Spielberg, Jennifer Aniston, Reese Witherspoon ou Oprah Winfrey, invités surprise de la grand-messe. A suivre à l'automne lorsque le service sera lancé. Reste qu'Apple, déjà très actif sur le marché musical (Apple Music et iTunes) et désormais la presse (Apple News), n'a pas la VOD dans le sang. A l'instar d'Amazon, c'est un business parallèle qui doit servir à ses intérêts premiers : le marché de l'iPhone.

+ 1,4 milliard de détenteurs d'iPhone, la marque Apple et les grands noms qu'elle attire.

— Manque de contenus, manque d'ADN cinéma/séries.

## Disney+

Le 20 mars, Disney officialisait le rachat de la Fox pour 71,3 milliards de dollars. De quoi lui offrir 40 % de parts de marché au box-office mondial.

De quoi lui ouvrir les portes de la VOD grande ouverte. Disney+ devrait arriver avant la fin de l'année et il aura de quoi proposer : le catalogue Marvel (dont une partie sera récupérée chez Netflix), Pixar et les *Star Wars*, donc, mais aussi celui de la Fox, à savoir les *X-Men*, *Avatar*, *Alien*, *Deadpool*, *La planète des*

*singes* et toutes les possibilités que cela implique en matière de franchises sans fin, de rencontres cinématographiques et de séries.

Niveau séries, on y ajoutera *Les Simpsons*, *Modern Family*, le catalogue indien de la chaîne Star India, mais aussi celui de Hulu (service de VOD disponible aux Etats-Unis qui s'était fait remarquer pour la qualité de ses séries, notamment *The Handmaid's Tale*). Disney+ est un géant qui débarque

dans le « game » façon Hulk.

En tout cas, les fans de blockbusters sauront où chercher...

+ Catalogue champion du box-office, manne financière, possibilités de création.

— Parlera beaucoup moins aux amateurs de films d'auteur, l'overdose de super-héros (déjà ? bientôt ?).

## WarnerMedia

« Ce n'est pas de la télé, c'est HBO. » Bientôt, ce ne sera même plus HBO du tout. La chaîne, responsable de l'âge d'or des séries, va bientôt être noyée dans la pléthorique offre Warner : chaînes télé, séries, films. Time Warner, propriétaire de HBO, a en effet été

racheté par le géant des télécoms AT&T, lequel est en train de réorganiser la maison de fond en comble. Sous l'appellation « WarnerMedia », le service VOD, qui devrait voir le jour avant la fin de l'année, regroupera les films des studios Warner (qui possèdent le catalogue DC – *Batman*, *Wonder Woman*...), les séries HBO (*Game of Thrones*, *The Wire*, *The Sopranos*...), mais aussi des séries télé sous pavillon

Warner (*Friends*). Bref, un géant qui s'organise. Problème, plusieurs figures historiques de HBO ont déjà quitté le navire, inquiètes (ou poussées vers la sortie ?) par l'emprise d'AT&T sur ce fleuron de la série télé.

+ Qualité et quantité du catalogue de base, tant au niveau des séries que des films, manne financière.

— Que va faire exactement AT&T avec WarnerMedia ?

## Les autres...

Et ce n'est pas tout. Google s'est lui aussi lancé dans la VOD avec Youtube Premium (disponible en Belgique depuis quelques mois). Une centaine de séries ont déjà vu le jour, assez qualitatives, dont quelques-unes jouent avec les formats pour garder une « Youtube touch ». Facebook a fait de même avec Facebook Watch, également disponible chez nous depuis

août 2018, qui propose des séries originales, du sport et d'impliquer les utilisateurs (propositions de sujets, interactions).

Mais les internautes n'ont pas encore sauté sur ce service. Et en Europe, plusieurs propositions se mettent en place comme Canal + Séries (le catalogue séries de Canal +), Salto (M6, TF1 et France Télévisions) ou, chez nous, Be tv Go sur lequel on peut voir « *Game of Thrones* » ou UnCut qui propose un catalogue de films d'auteur, principalement européens. Bref, la guerre est lancée. D.Z

## ABONNÉS

### LE SOIR +

« La VOD vise avant tout la satisfaction immédiate du client », soutient Benjamin Campion, expert. Retrouvez son interview sur le bras de fer « streaming » versus « télé de papa » sur notre site abonnés.