

http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/18/la-concurrence-s-intensifie-dans-le-streaming-video_5202481_3234.html

La concurrence s'intensifie dans le streaming vidéo

Netflix continue de dominer le secteur, mais les rivaux et les nouveaux entrants n'ont pas dit leur dernier mot.

LE MONDE ECONOMIE | 18.10.2017 à 09h54 • Mis à jour le 18.10.2017 à 10h33 | Par Jérôme Marin (San Francisco, correspondance)

image: http://img.lemde.fr/2017/10/18/0/0/545/768/534/0/60/0/7c12d9d_8747-ogndz5.gm7ufk1emi.jpg

Le PDG d'Hulu, Mike Hopkins et sa femme, Sheri, après avoir remporté un Emmy Award, le 17 septembre, à Los Angeles, dans la catégorie « meilleure série », pour « The Handmaid's Tale ». VIVIEN KILLILEA / AFP

En attirant 5,3 millions d'abonnés supplémentaires au troisième trimestre, Netflix confirme que son succès ne se dément pas. La plate-forme américaine de streaming vidéo compte désormais près de 110 millions de clients dans [le monde](#), dont plus de 1,5 million en [France](#). Et, à Wall Street, son action frôle son plus haut niveau historique. Pourtant, Netflix fait face à une intensification de la concurrence, en particulier aux Etats-Unis. Sûre de sa force, la société a annoncé, début octobre, une hausse de ses prix, portant son principal abonnement, qui permet de [regarder](#) deux programmes simultanément, à 11 dollars ou 11 euros, contre 10 actuellement.

Lire aussi : [Netflix, le nouveau nabab d'Hollywood](#)

Cette augmentation doit lui [permettre](#) d'accroître ses dépenses dans les contenus, tout en maintenant ses marges. L'entreprise prévoit de [dépenser](#) entre 7 milliards et

8 milliards de dollars en 2018 (entre 6 milliards et 6,8 milliards d'euros), contre 6 milliards en 2017, pour [acquérir](#) des droits de diffusion et, surtout, pour [financer](#) ses propres films, séries, documentaires et émissions. « *Notre futur dépend principalement de nos contenus originaux* », prédit Reed Hastings, son fondateur et patron, faisant le pari que les prix ne joueront pas un rôle important face à la richesse du catalogue.

Changement de stratégie

Lire aussi : [Au Canada, la « taxe Netflix » n'aura pas lieu](#)

Mais l'américain Hulu cherche à [capitaliser](#) sur le choix de son rival, en ôtant 1 dollar à son abonnement de base, désormais fixé à 6 dollars par mois. Depuis le printemps, la plate-forme a retrouvé des ambitions, portée par le succès de sa série « The Handmaid's Tale », qui lui a permis de [doubler](#) son rythme de recrutement d'abonnés. Mi-septembre, Hulu est devenu le premier service de streaming à [remporter](#) un Emmy dans la catégorie « meilleure série ».

Lire aussi : [Le PDG de HBO : « Nous n'essayons pas d'être Netflix ou Amazon »](#)

S'il n'a pas encore réussi à véritablement [concurrencer](#) Netflix, [Amazon](#) ne baisse également pas les bras. Le géant du commerce en ligne vient de [changer](#) de stratégie, mettant l'accent sur des programmes plus grand public, capables de [faire](#) le buzz, comme certaines séries de Netflix ou de HBO. Dans un futur proche, deux nouveaux compétiteurs se dresseront devant Netflix. Début août, Disney a annoncé qu'il ne renouvellerait pas le partenariat qui le lie à la plate-forme jusqu'à la fin de 2018. A la place, il prévoit de [lancer](#) un service concurrent, alimenté par son gigantesque catalogue de films, de dessins animés et de séries. Le 10 octobre, [Apple](#) a signé un contrat avec l'une des [sociétés](#) de Steven Spielberg pour [produire](#) une nouvelle version de sa série de science-fiction « Histoires fantastiques ». Une première étape, estiment les observateurs, vers le lancement d'une offre de streaming.

En savoir plus sur http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/10/18/la-concurrence-s-intensifie-dans-le-streaming-video_5202481_3234.html#QkB6PHZWfTvvdCj.99