

CES 2018 : la VoD avance ses pions sur l'échiquier de l'audiovisuel

« À l'heure où nos fournisseurs historiques tendent à reprendre la main sur la diffusion de leurs contenus, notre avenir réside dans la production d'un catalogue exclusif. »

Reed Hastings, patron de **Netflix**, avait fait passer ce message en octobre dernier, dans la [lettre](#) adressée aux actionnaires de la firme parallèlement à la présentation des [résultats financiers](#) pour le 3^e trimestre 2017.

La tendance s'est confirmée dans les propos que John Martin, son homologue chez **Turner**, a tenus au CES dans le cadre d'une [conférence sur l'avenir de la télévision](#).

Arrivé à la tête du groupe audiovisuel américain en 2014 après douze ans au sein de la maison mère Time Warner, le dirigeant a évoqué l'abaissement des barrières à la distribution et l'« afflux massif de capital » pour la production de contenus « originaux ».

Il estime que l'industrie en est aujourd'hui à un point de confrontation entre des sociétés « traditionnelles » qui veulent gagner en expertise technologique et des acteurs du numériques – Facebook et Google sont donnés en exemple – qui cherchent pour leur part à monter en puissance sur la production de contenu premium.

Médias et télécoms

Turner traverse une période particulière : le groupe télécoms AT&T a annoncé, voilà près d'un an et demi, son intention d'acquérir le groupe média Time Warner, mais l'opération n'a toujours pas été finalisée.

Ouvertement critiqué par Donald Trump pendant la campagne électorale de 2016, le deal a été bloqué par l'autorité américaine de la concurrence et par le gouvernement fédéral. Une décision de justice est attendue au plus tôt le 22 avril prochain.

En toile de fond, **Hulu**, dont Time Warner détient 10 %... et dont le patron Randy Freer, fraîchement investi (en octobre 2017, après vingt ans chez Fox, également actionnaire de la plate-forme VoD), était sur scène avec John Martin.

Sur ce front aussi, c'est l'inconnue.

Conséquence de l'acquisition d'une grande partie de l'empire 21st Century Fox (pour 66 milliards de dollars dette comprise), Disney va devenir majoritaire au capital de Hulu, avec une participation qui sera portée de 30 % à 60 %.

Reste néanmoins le paramètre Comcast. Le groupe télécoms américaine possède lui aussi 30 % de Hulu, via NBCUniversal. Il est jusqu'à présent resté en retrait, mais l'accord signé dans ce sens prend fin en septembre prochain, sans doute avant le rapprochement effectif Disney – 21st Century

Fox.

Pas les mêmes valeurs ?

Du côté de Randy Freer, on se contente d'affirmer « *se concentrer sur le business, peu importe la structure actionariale : on verra ce que chacun compte faire à mesure qu'avancera le dossier* ».

Quant aux investissements massifs annoncés notamment par Netflix pour la création de contenus (8 milliards de dollars sur l'année 2018), il les relativise : entre Fox, Disney, et Time Warner, « *le contenu auquel Hulu a accès vaut 25 à 30 milliards de dollars* ». Et il séduit une clientèle « *qui se rajeunit* », à 31 ans de moyenne d'âge.

Quant à s'étendre à l'international, aucune annonce officielle n'est faite pour le moment, même si Randy Freer assure être « *passé en phase offensive* », alors que Hulu avait été créé il y a près de dix ans dans « *une logique défensive* », face à YouTube, puis Netflix*.

Disponible uniquement aux États-Unis, la plate-forme VoD [revendique](#) 17 millions d'abonnés à fin 2017 – contre 12 millions au précédent pointage de mars 2016.

Elle affirme avoir dépassé, pour la première fois, le milliard de dollars de recettes publicitaire annuelles. [Ses pertes se creusent](#), néanmoins : 560 millions de dollars sur les neuf premiers mois de 2017, contre 331 millions sur la même période en 2016 et 129 millions en 2015.

* Qui compte 104 millions d'abonnés à ses offres payantes.