

ACTUALITÉS 09/05/2021 12:07 CEST | Actualisé 10/05/2021 11:39 CEST


Le confinement, des conséquences fructueuses pour Netflix

Enquête sur l'aspect économique de cette firme multinationale

Retour sur le bilan économique global de cette firme incontournable présente dans beaucoup de foyers, suite au Covid-19. Vue d'ensemble de l'utilisation massive de ce service qui devient peu à peu un élément indispensable dans les foyers du monde.

Par Alexandre Sola, Kadim Arslan, Diego Touchard

La croissance ralentit

D'après ses derniers résultats, Netflix n'a gagné « que » 2,2 millions de nouveaux abonnés au cours des trois mois clos le 30 septembre, l'explosion de la demande de ses services provoquée par la pandémie s'étant estompée. Alors que la société avait prévu qu'un ralentissement était probable, le chiffre final est inférieur à ses prévisions de juillet, qui étaient de 2,5 millions, ce qui a fait chuter les actions de la société de 5 % dans les échanges après les heures de marché.

Netflix a tout de même rappelé aux investisseurs qu'il est toujours en bonne voie pour atteindre le nombre record de 34 millions de nouveaux abonnés en 2020 ou plus de 200 millions au total.

Le succès du trimestre

Selon Netflix, 78 millions de foyers membres ont regardé The Old Guard, un film original Netflix, au cours des quatre premières semaines suivant son lancement, ce qui en fait le titre le plus populaire du trimestre. Enola Holmes, Project Power et The Kissing Booth 2 ont également été populaires, attirant 76 millions, 75 millions et 66 millions de foyers au cours des quatre premières semaines suivant leur lancement.

Bien entendu, ces chiffres sont à prendre avec des pincettes : Netflix comptabilise toute durée de visionnage de plus de deux minutes. Et les chiffres de visionnage qu'elle partage se concentrent sur ses propres productions originales.

L'importance des marchés internationaux

Le nombre d'abonnés internationaux à Netflix a déjà dépassé celui des États-Unis, et la croissance à l'étranger reste essentielle. Au cours du dernier trimestre, la plus forte croissance du nombre d'abonnés a été enregistrée dans la région Asie-Pacifique, qui a compté plus d'un million de nouveaux abonnés, soit près de la moitié des inscriptions. La société s'est vantée d'être désormais membre d'une part à "deux chiffres" des foyers connectés au haut débit au Japon et en Corée du Sud.

Mais c'est aux États-Unis que la société réalise le plus gros chiffre d'affaires par utilisateur. Il est donc essentiel qu'elle reste sur son marché national, d'autant plus que la concurrence de rivaux comme Disney et HBO s'intensifie. Sur ce point, Netflix a cherché à rassurer les investisseurs, écrivant dans sa mise à jour trimestrielle que "la fidélisation reste saine et que l'engagement par foyer membre a augmenté de manière solide" par rapport à l'année dernière.



L'ascension des contenus

L'arrêt des productions cinématographiques et télévisuelles, imposée par les blocages de ce printemps, a mis l'accent sur la manière dont Netflix et ses concurrents vont s'emparer de nouvelles offres pour fidéliser leurs membres. Netflix a minimisé ces inquiétudes, déclarant qu'il faisait des "progrès satisfaisants et prudents" dans la production et qu'il s'attendait à ce que le nombre de productions Netflix lancées l'année prochaine dépasse 2020 à chaque trimestre.

Mais comme les spectateurs à domicile consomment le matériel à un rythme plus rapide, les coûts vont augmenter et pourraient pousser la société à augmenter ses prix. Le ralentissement de la production a aidé ses bénéfices. En effet, la firme a annoncé un bénéfice trimestriel de 790 millions de dollars, alors que les revenus ont augmenté plus que prévu pour atteindre 6,4 milliards de dollars. Et la société a déclaré que ses marges bénéficiaires se sont également améliorées, en raison du ralentissement temporaire de la production.

Contenus sponsorisés



PUBLICITÉ CITROËN

Changez de véhicule grâce à la reprise Citroën.



PUBLICITÉ CROIX ROUGE FRANÇAISE

2 minutes de votre temps pour aider près de chez vous

Outbrain

SUIVEZ-NOUS

 Avec la newsletter quotidienne du HuffPost, recevez par email les infos les plus importantes et les meilleurs articles du jour. [En savoir plus](#)

Newsletter

adresse@email.fr

« Informations sur l'utilisation de mes données »

S'inscrire →

Twitter

Facebook

Snapchat

Instagram