

Netflix réagit face aux pertes financières dues à la chute du nombre d'abonnés

Chaque vendredi, dans sa revue de presse, Maddyness vous propose une sélection d'articles sur un sujet qui a retenu l'attention de la rédaction. Cette semaine, Netflix fait face aux conséquences de la baisse de ses abonnés.

Temps de lecture : minute

écrit le 22 avril 2022, MÀJ le 23 mai 2023

Netflix perd des abonnés

L'actu

La société américaine a perdu 200 000 abonnés dans le monde au premier trimestre de l'année 2022, par rapport à la fin de 2021. Netflix avait prévu de gagner 2,5 millions d'abonnés supplémentaires - et les analystes en escomptaient encore plus -, mais a, au contraire, constaté une décreue ramenant son total à 221,64 millions d'abonnements. [Lire l'article complet sur le site du Monde](#)

Le titre dévisse en Bourse

La conséquence

Un effondrement. À mi-séance à New York, le cours de l'action de Netflix chute de plus de 35 %, soit plus de 50 milliards de dollars de capitalisation envolés en quelques heures. Les investisseurs lui font payer l'effritement de sa base d'abonnés au premier trimestre, soit quelque 200 000 abonnés, et le géant américain du streaming prévoit même d'en perdre 2 millions ou plus au printemps.

C'est trop, selon les analystes, habitués à une entreprise de croissance qui gagnait des dizaines de millions de clients par an. Ils étaient pourtant sur leurs gardes depuis le 20 janvier dernier lors d'une publication jugée décevante sur le nombre de nouveaux abonnés avait fait plonger le titre de 23 % en une seule séance. La rafale des révisions à la baisse sur le titre avait alors déjà

commencé. [*Lire l'article complet sur le site de La Tribune*](#)

Le partage de compte en cause

Le problème

L'un de ces obstacles est donc le partage des comptes entre utilisateurs appartenant à plusieurs foyers, estime le groupe. Netflix compte environ 222 millions d'utilisateurs payants - et 100 millions d'utilisateurs qui accèdent à ses contenus sans payer.

Le groupe californien veut désormais s'attaquer sérieusement à ce problème. Pour l'instant, il teste une nouvelle formule au Chili, au Costa Rica et au Pérou . Dans ces trois pays, il faut payer 3 dollars par mois en plus de son abonnement pour pouvoir partager son compte en dehors du foyer. [*Lire l'article complet sur le site des Échos*](#)

L'intégration de la publicité n'est pas écartée

La contre-attaque

L'heure est donc au branle-bas de combat du côté de Netflix. De quoi la pousser à revoir son modèle ? C'est ce que suggère le PDG de Netflix, Reed Hastings, qui envisage désormais de proposer une version moins chère du service avec de la publicité, citant le succès d'offres similaires formulées par ses rivaux HBO Max et Disney+.

Soumis à une forte pression de ses actionnaires, Netflix pourrait faire pivoter son modèle par abonnement pour s'orienter vers un modèle mixte, associant abonnement et publicité, afin d'accroître ses effectifs d'abonnés... et de stopper l'hémorragie, qui devrait encore se poursuivre dans les prochains mois. [*Lire l'article complet sur le site de ZDnet*](#)

Article écrit par Anne Taffin