

Alphabet revendique une croissance « significative » des revenus de YouTube

Alphabet, la maison-mère de Google, a fini l'année 2016 avec un chiffre d'affaires en forte croissance mais un bénéfice net en-dessous des attentes des analystes. A fin décembre, les revenus du groupe étaient en hausse de 20% à 90,3 milliards de dollars, et son bénéfice net en progression de 23% pour atteindre 19,5 milliards de dollars. La croissance du géant de l'internet reste portée par la publicité, fort du succès de son moteur de recherche et de sa plate-forme de partage de vidéos YouTube.

Selon les derniers résultats publiés par la firme de Mountain View, le bénéfice net du groupe a progressé de 23% en un an pour s'établir à 19,5 milliards de dollars. Une performance qui n'a pas suffi à satisfaire les analystes, déçus par la hausse de « seulement » 8% du bénéfice net au quatrième trimestre. Ainsi, le résultat par action, qui sert de référence à Wall Street, a atteint 9,36\$ contre 9,64\$ initialement attendus. Un ralentissement qui s'explique par un ajustement fiscal qui a fait monter son taux d'imposition à 22% contre 5% au trimestre précédent.

Malgré cette « fausse note », les fondamentaux de l'entreprise californienne restent solides. Son chiffre d'affaires s'établit à 90,3 milliards de dollars au titre de l'exercice 2016, en hausse de 20% par rapport à 2015 (+15 Mrds \$). Le moteur de la croissance du groupe reste Google, qui regroupe depuis un an les activités de recherche et de publicité en ligne, mais aussi Android et YouTube. Sur le seul dernier trimestre, les revenus de Google, donc des activités historiques du groupe, s'élèvent à 25,8 milliards de dollars, en augmentation de 22% en un an. Les recettes publicitaires continuent de dominer nettement la structure du chiffre d'affaires de Google avec 22,4 milliards de dollars générés au dernier trimestre (+17%), soit plus de 85% du CA total de la principale filiale d'Alphabet.

Ces très bons résultats, Google les doit à son indétronable moteur de recherche, sur PC mais aussi et surtout sur mobile, devenu le support de référence de la filiale pour la vente de publicités. L'autre facteur mis en avant par le géant du net est la « *croissance significative* » des revenus de YouTube sur laquelle ont tour à tour insisté Ruth Porat, directrice financière d'Alphabet et de Google, et Sundar Pichai, PDG de Google. Une dynamique portée par la publicité vidéo, notamment le format TrueView, pour lequel les annonceurs ne payent que lorsque les internautes choisissent de visionner leur vidéo, et non pour chaque impression. L'omniprésence de la plate-forme de streaming, devenue un écosystème à part entière, pourrait jouer un rôle de plus en plus important dans la croissance du groupe ces prochaines années. Si le chiffre d'affaires et les coûts d'exploitation de YouTube restent confidentiels, la rentabilité de la plate-forme a longtemps prêté à débats. En 2015, le [Wall Street Journal](#) estimait que la plate-forme était tout juste à l'équilibre avec un chiffre d'affaires évalué à 4 milliards de dollars (contre 3 Mrds \$ en 2013). La faute à une audience très jeune, limitant l'attractivité auprès des annonceurs, et au fait qu'une partie des utilisateurs de YouTube ne se connecte pas directement au service mais le consulte via d'autres liens, repris dans d'autres sites ou réseaux sociaux. Mais

l'évolution des habitudes de consommation plaident en faveur de la plate-forme de streaming vidéo de Google. Le poids croissant de la consommation vidéo sur mobile^[1] (aidée par la montée des débits internet et de l'équipement en smartphones) conjugué à la nécessité pour les annonceurs d'adresser et d'engager les jeunes générations, ne font que conforter YouTube et ses 1 milliard de visiteurs par mois comme la principale locomotive du marché publicitaire digital de demain.

Les autres sources de revenus de Google (Google Cloud, Google Play, Pixel, Google Home...) ont également connu une croissance marquée au dernier trimestre 2016 : +62% pour s'établir à 3,4 milliards de dollars. Ruth Porat, la directrice financière d'Alphabet, a par ailleurs tenu à souligner les progrès réalisés dans les paris futuristes (Nest, Google Fiber, I.A. ...). Toujours déficitaires (perte d'exploitation de 1,1 Mrd \$ sur T4 2016, en diminution de 10% vs. T4 2015), ces nouveaux paris affichent des revenus en hausse de 75% sur le dernier trimestre à 262 M\$.

Évolution des résultats d'Alphabet / 2013-2016 - en millions \$



Source : Publications de résultats Alphabet Inc

^[1] Selon Cisco, le trafic vidéo en ligne devrait être multiplié par quatre entre 2015 et 2020. Ericsson table sur un rythme de croissance similaire et s'attend à ce que le trafic vidéo mobile compte pour les deux tiers de l'ensemble du trafic mobile d'ici 2021.