

Netflix : des indices de croissance cohérents dans l'ensemble des marchés de diffusion

D'après les résultats du quatrième trimestre publiés par Netflix jeudi 19 janvier, le service de vidéo à la demande a dépassé ses propres prévisions et a recruté 7,7 millions de nouveaux abonnés, portant ainsi le nombre de ses clients à plus de 230 millions à fin 2022 (+4 % en un an). En y ajoutant les 32Mds \$ de revenus générés et les 5,6Mds \$ en résultat d'exploitation, la plateforme continue d'être leader du secteur en matière d'engagement, de revenus et de bénéfices liés au streaming. Cette croissance vaut pour l'ensemble des zones dans lesquelles le streamer est présent.

Après un début d'année 2022 difficile marqué par la perte de plus d'1 million d'abonnés au cours des deux premiers trimestres, accompagnée d'une chute en Bourse de -35 %^{[1][2]} ; le géant du streaming a d'abord annoncé des restrictions concernant le partage de mot de passe puis a lancé, début novembre, un nouvel abonnement intégrant de la publicité. Ces mesures se révèlent concluantes puisque Netflix a clôturé l'année 2022 avec de meilleurs résultats qu'espérés. Greg Peters, qui succède à Reed Hasting au côté de Ted Sarandos, a tempéré l'effet d'annonce lors de la conférence des investisseurs en précisant qu'il restait encore beaucoup à faire, notamment en ce qui concerne l'offre avec publicité. Les bénéfices nets de l'entreprise sont encore très loin des attentes du marché. Netflix peut cependant compter sur une croissance consistante dans l'ensemble de ses marchés de diffusion.

Abonnements : l'Amérique Latine est porteuse de croissance

L'Amérique du Nord et la zone regroupant l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique (EMEA) sont les deux piliers de Netflix en termes de nombre d'abonnements. **Elles se partagent, presque à parts égales, 65 % des abonnements totaux à fin 2022 (32 % pour l'UCAN et 33 % pour l'EMEA).** Pour le quatrième trimestre 2022, les États-Unis et le Canada ont enregistré 910 000 abonnés supplémentaires (contre +1,2 millions au T4'21 et +100 000 au T3'22) et l'Europe le Moyen-Orient et l'Afrique +3,2 millions (contre 3,6 millions un an plus tôt ; +570 000 au T3'22).

Répartition des abonnements Netflix par zones géographiques



Source NPA Conseil sur données Netflix

L'Amérique Latine (LATAM) et l'Asie-Pacifique (APAC) ont également poursuivi leur croissance au quatrième trimestre 2022 : +1,76 millions d'abonnés en Amérique Latine (contre 973 000 supplémentaires au T4'21 et +312 000 au T3'22) et +1,8 million pour la région Asie-Pacifique (contre +2,6 millions l'année précédente et +1,4 million au troisième trimestre 2022). **L'Amérique Latine enregistre proportionnellement la croissance la**

plus importante par rapport à l'année précédente.

Les bons résultats de Netflix en termes de recrutement concernent donc l'ensemble des zones géographiques (UCAN, EMEA, LATAM, APAC) et dans un même temps, **le T4'22 est marqué par une baisse du revenu moyen par client dans les quatre zones observées.** Si la société a très peu communiqué sur les performances de sa nouvelle offre avec publicité, il est possible de suggérer un lien direct entre son lancement, les excellents chiffres de recrutement du dernier trimestre de l'année et la baisse globale du revenu moyen par client.

Évolution du revenu moyen par client (ARPU) en 2022 par zones géographiques (\$)



Source NPA Conseil sur données Netflix

Au quatrième trimestre, L'Amérique du Nord a enregistré une baisse de -0,16 \$ de revenu moyen par client pour la première fois tandis que la zone EMEA a poursuivi la décroissance observée tout au long de l'année (-0,38 \$ par rapport au T3'22). L'Amérique Latine est revenue à la moyenne de début 2022 (8,3 \$ en moyenne par client ; -0,28 par rapport au T3'22) et l'Asie-Pacifique a enregistré la perte la plus importante (-0,66 \$ par rapport au T3'22 ; -1,52 \$ sur l'année).

Des éléments restent à préciser pour affirmer que le lancement de l'offre avec publicité justifie totalement la baisse globale du revenu moyen par client mais il s'agit d'une des clefs de lecture principale. **Lors de la conférence des investisseurs, le 19 janvier dernier, Greg Peters a estimé que le démarrage de la nouvelle formule était une réussite tout en expliquant que peu de clients dégradent leur abonnement existant pour passer à l'offre avec publicité. La souscription à l'offre « Basic with Ads », moins rémunératrice, qui concernerait alors en grande partie les nouveaux entrants contribuerait alors à expliquer cette tendance.**

Il paraît au-delà nécessaire de noter que le revenu moyen par client sur l'année 2022 connaît une baisse importante en Europe, Moyen-Orient et Afrique pour la première fois en 5 ans (-0,64\$) ; idem pour la région Asie-Pacifique (-1,06 \$).

Évolution du revenu moyen par client (ARPU) en 5 ans par zones géographiques (\$)



Source NPA Conseil sur données Netflix

Netflix avait annoncé, en octobre dernier, que la société fournirait d'avantage d'indications sur la croissance du nombre d'abonnés, estimant qu'il s'agissait effectivement d'un paramètre essentiel pour analyser l'évolution de son chiffre d'affaires. Lors de la conférence des investisseurs, jeudi 19 janvier, Greg Peters et Ted Sarandos ont affirmé que Netflix bénéficie d'une voie claire pour accélérer la croissance de ses revenus : l'engagement de nouveaux abonnés avec le développement de « Basic with Ads » en fait

partie.

45% du chiffre d'affaires porté par l'Amérique du Nord (UCAN)

L'Amérique du Nord reste, de loin, le territoire le plus rémunérateur pour Netflix. **Bien qu'elle ait été légèrement dépassée par la zone EMEA en termes de part d'abonnement, la zone UCAN représente toujours 45 % du chiffre d'affaires la société (14 Mds \$ en 2022).** Cela s'explique par un revenu moyen par client largement supérieur aux autres territoires (15,86 \$ en 2022, contre 10,99 \$ pour l'EMEA, 8,48 \$ pour LATAM et 8,5 \$ pour l'APAC) et en hausse constante depuis 5 ans (+4,70 \$ par rapport à 2018). La zone UCAN comptabilisait plus de 74,2 millions d'abonnés à fin 2022 (contre 76,7 millions pour l'EMEA), et les clients y semblent prêts à payer pour des abonnements plus onéreux.

Répartition du chiffre d'affaires de Netflix par zones géographiques



Source NPA Conseil sur données Netflix

Évolution du chiffre d'affaires de Netflix sur 5 ans par zones géographique (Mds \$)



Source NPA Conseil sur données Netflix

L'EMEA a totalisé 9,7 Mds \$ chiffre d'affaires (31 %), soit davantage que LATAM (4 Mds \$) et APAC (3,5 Mds \$) réunis. **Les quatre zones géographiques ont enregistré une croissance positive de leur chiffre d'affaires respectif en 2022.** Le chiffre d'affaires global et le bénéfice d'exploitation du quatrième trimestre ont également dépassé les prévisions de Netflix grâce à l'acquisition de nouveaux abonnés et à la rétention des clients existants.

Pour l'année 2023, Netflix fonde sa stratégie sur **le lancement d'une offre payante pour le partage des comptes qui devrait voir le jour avant la fin du T1'23, et sur l'amélioration de l'offre avec publicité (en particulier en ce qui concerne le ciblage et la mesure).** Concernant la formule « *Basic with Ads* », Spencer Neumann, le directeur financier de Netflix, a estimé que l'objectif était à terme d'arriver au même résultat que Hulu, soit environ 50 % des abonnements avec de la publicité.

La société prévoit une croissance de son chiffre d'affaires de 4 % au premier trimestre 2023.

Sur la base des expérimentations réalisées dans la zone LATAM, Netflix prévoit des mouvements de désabonnement après le lancement du partage payant, ce qui aura un impact sur la croissance des abonnés à court terme. Le géant du streaming prévoit cependant qu'au fur et à mesure les ménages commenceront à activer des comptes autonomes et que des comptes « membres supplémentaires » seront ajoutés.

Les objectifs financiers de Netflix à long terme restent les mêmes : maintenir une croissance des revenus à deux chiffres, augmenter la marge d'exploitation et dégager une trésorerie positive croissante. La société affirme qu'elle pourra maintenir ce cap en 2023 avec une accélération de la croissance du chiffre d'affaires au cours de l'année.

[1] Chiffre de Boursorama - Avril 2022

[2] « *Le faux pas de Netflix fait trembler la SVOD* » - Insight NPA, Avril 2022