

# Offres D2C : les studios ont perdu 10 M d'abonnés au T2... mais commencé à réduire leurs pertes

Le changement de stratégie intervenu début 2022 de la part des studios a connu au 2e trimestre 2023 une spectaculaire traduction : alors qu'il avait progressé sans discontinuer au cours des dernières années, le nombre total d'abonnés aux offres D2C de Disney, Paramount, NBC Universal et Warner Bros. Discovery a reculé de 10 millions dans le monde par rapport à la fin mars. La re focalisation sur la rentabilité des services, par rapport à la conquête de nouveaux clients, se traduit de façon plus satisfaisante dans les comptes des géants américains, avec une réduction sensible de leurs pertes : à -1,6 Mds\$ au 2° trimestre, le déficit d'exploitation des activités D2C a diminué de 234 M\$ sur trois mois, et de 942 M\$ par rapport à la même période de 2022. L'arrivée de forfaits Paramount+ à l'international et le retrait de Disney+ de certains territoires prolongeront au cours des prochains mois la marche vers la profitabilité.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter