

# Alibaba va-t-il dévorer Netflix ?

Le groupe de commerce en ligne Alibaba est un acteur majeur du commerce électronique, mais il fait bien plus que de simplement gérer des marchés en ligne. Le géant technologique chinois a annoncé aujourd'hui qu'il va produire son premier programme audiovisuel grâce à Alibaba Pictures Group, qui était précédemment Chinavision Media Group avant qu'Alibaba en ait pris le contrôle l'année dernière.

Le premier projet sera mené de main de maître par l'influent cinéaste de Hong Kong, Wong Kar-wai, et son collaborateur Tony Leung. Les deux ont déjà fait équipe en 2000 dans "In the Mood for Love," sans doute le film le plus connu des publics du monde entier, la cible prioritaire pour Alibaba.

Le titre du prochain film est "Bai Du Ren" (qu'on peut traduire par «le passeur») et il sera distribué en utilisant les réseaux créés par les plates-formes en ligne d'Alibaba, y compris des sites d'achat Taobao et Tmall.com. Alibaba envisage ainsi de mettre à disposition de ses films et d'autres séries à venir l'ensemble de sa communauté de sites marchands.

Pour parachever l'ensemble, la plate-forme mobile de paiement d'Alibaba sera mise à contribution pour assurer et faciliter les ventes de billets en ligne.

Dans une déclaration commune, le PDG d'Alibaba Pictures Group et son directeur exécutif Zhang Qiang ont déclaré : "La société s'appuiera sur le cloud computing d'Alibaba Group ainsi que sur ses technologies Big Data pour répondre à la demande des consommateurs et créer un écosystème complet pour la production cinématographique et télévisuelle et leur commercialisation."

La Chine est le deuxième plus grand marché du film dans le monde, et les recettes au box-office ont augmenté de 36% pour atteindre 4,8 milliards de dollars en 2014. Malheureusement pour les cinéastes chinois, cela ne s'est pas traduit par une demande accrue pour les films locaux, puisque la plupart des auditoires préfère encore et toujours regarder les productions Hollywoodiennes. En 2017, le gouvernement chinois envisage de lever les restrictions actuelles en matière de quotas de films étrangers, ce qui se traduira par une concurrence

accrue pour les studios chinois.

La taille de la Chine rend son marché du film attrayant à plus d'un titre pour les géants de l'entertainment, mais la route du succès d'Alibaba est encore semée d'embûches, même avec des stars comme Wong Kar-wai et Tony Leung.

Alibaba est désireux de s'attaquer à l'industrie du divertissement en Chine. Mis à part sa participation majoritaire dans Chinavision, il a également acquis le service de streaming musical Xiami l'année dernière, ainsi qu'une participation de 50 pour cent dans l'équipe de foot chinoise Guangzhou Evergrande. Alibaba, aujourd'hui, est un géant majeur de l'internet. Son business s'étend sur le commerce en ligne, les services de cloud, les paiements, les jeux, le sport. Comment ne pas réussir bientôt dans l'entertainment et le cinéma ?

S'il y parvient, cela apportera à Alibaba du crédit intellectuel, de la respectabilité et cela lui permettra d'avancer ses pions dans une industrie qui n'a pas encore totalement fini d'envahir l'internet.

Etre un grand parmi les grands, dévorer quelques grosses proies comme Netflix, telle est la partie de poker dans laquelle se lance le groupe qui pèse déjà 153 milliards de dollars.

Comme avec l'industrie du cinéma, le succès d'Alibaba reste encore à inventer, mais Alibaba a une carte maîtresse dans sa poche : des millions de comptes clients et donc des millions de consommateurs captifs, des millions de comptes bancaires.

Ce fut l'une des données majeures qui ont fait la force d'Apple.

Cela sera-t-il également décisif pour Alibaba ?

Affaire à suivre dans les tous prochains mois.