



NOUVEL HORIZON POUR TECHNICOLOR



Gerard Guerdat

Investment Analyst

«Après deux années tourmentées, nous avons de bonnes raisons de penser que les perspectives de Technicolor s'annoncent plus favorables. En premier lieu, le prix de certains composants devrait baisser tôt ou tard en 2018 et, par conséquent, améliorer la marge de la division Maison Connectée. En second lieu, Technicolor est en pourparlers avancés pour vendre son activité Technologie, principale responsable de la volatilité du cours des titres à cause d'un manque de visibilité sur le calendrier des revenus.»

Alors que Netflix annonce une hausse de son budget alloué au contenu de 6 milliards USD à plus de 7 milliards USD en 2018, ses concurrents n'ont pas d'autre choix que de se lancer dans la course. En effet, la part du budget consacrée au contenu devient de plus en plus un facteur de différenciation.

En décembre dernier, les responsables de Technicolor ont annoncé qu'ils avaient engagé des négociations avancées concernant leur activité de brevets. Bien que l'issue des négociations reste incertaine, tout comme les conditions d'un éventuel accord, celui-ci pourrait jouer un rôle clé dans la hausse des titres. L'activité Technologie est souvent comparée à une «boîte noire», à cause de la faible visibilité de ses bénéfices. Lui fixer un prix pourrait clore le débat sur la valeur de cette activité et recentrer l'attention sur la division Maison Connectée et surtout sur les Services de Production.

Nos habitudes de visionnage et le paysage télévisuel dans son ensemble ont été bouleversés par la montée des services de diffusion en streaming. Alors que le nombre de plateformes de streaming est monté en flèche, la compétition pour les abonnés s'est intensifiée et le besoin de contenu exclusif et de qualité est devenu crucial sur le plan stratégique. Par conséquent, les plateformes de distribution internationales telles que Netflix et Amazon Studio augmentent chaque année de manière substantielle leurs budgets alloués à la programmation. Par exemple, Netflix a déjà annoncé qu'il allait dépenser entre 7 et 8 milliards de dollars en contenu (original et sous licence) cette année, contre 6 milliards de dollars en 2017!

Comme les acteurs principaux investissent afin de satisfaire leur stratégie de croissance agressive en vue d'atteindre une taille critique le plus vite possible, les acteurs traditionnels doivent eux aussi augmenter leurs coûts de programmation pour rester dans la course et défendre leur part de marché.

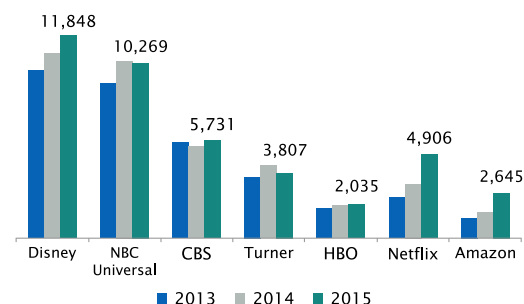
Ces tendances sont très prometteuses pour le secteur des services de production et pour Technicolor, acteur consolidateur de ce marché très fragmenté. En tant que leader sur le marché, Technicolor travaille déjà avec la plupart des meilleures sociétés

de production et a remporté de nombreux prix venant récompenser, entre autres, ses réalisations d'effets spéciaux de première qualité.

L'activité de Services de Production devrait enregistrer une croissance robuste au cours des prochaines années, stimulée par la demande croissante de contenu vidéo de qualité alors que la course aux abonnés s'intensifie.

Technicolor est également numéro 2 dans la fabrication de décodeurs et de solutions gateway pour le streaming via sa division Maison Connectée. Ce matériel est souvent sous-estimé, mais reste crucial pour fournir des contenus de qualité et adaptés aux clients. Technicolor est en bonne voie pour faciliter la création et la livraison de contenu de qualité réalisé par tout type de sociétés de production, et ce sur la plupart des plateformes.

Du fait de l'intensification de la compétition, le budget annuel alloué à la création de contenu vidéo augmente chaque année (en milliards de dollars).



Source: IHS Technology
Données au 31 décembre 2016

Remarque: l'intégralité des droits d'auteur est détenue par IHS Technology. L'intégration des données ci-dessus sert uniquement à des fins d'information et ne devrait pas être reproduite ni distribuée à une quelconque entité dans toute forme que ce soit.