Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

# (Vidéo) Néro : la série événement de l'avignonnais Jean-Patrick Benes bientôt sur Netflix



A partir du 8 octobre prochain, la plateforme de Streaming Netflix va diffuser la mini-série 'Néro'. Imaginée par l'avignonnais Jean-Patrick Benes cette création en 8 épisodes de 52 minutes raconte l'histoire de Néro, interprété par l'acteur français Pio Marmaï, un assassin méthodique trahi par son maître et qui voit réapparaître dans sa vie sa fille (jouée par Alice Isaaz) qu'il n'a jamais élevé. Au casting également : Olivier Gourmet, Yann Gael, Lili-Rose Carlier Taboury, Camille Razat, Louis-Do de Lencquesaing, Tom Leeb, Sandra Parfait, Quentin d'hainaut…

**Tournage dans le Sud de la France**

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

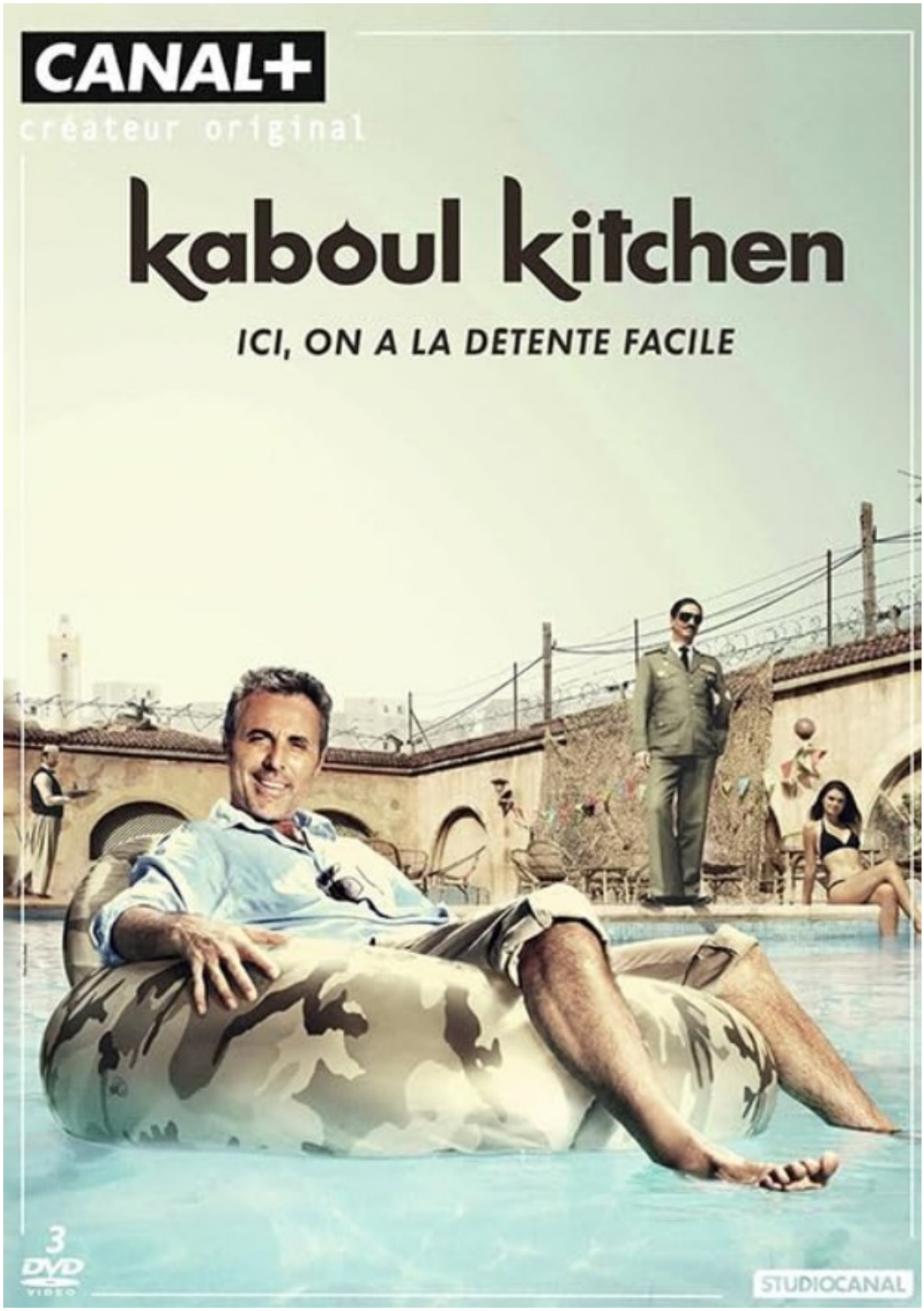
Ecrit par le 15 novembre 2026

L’action se passe en 1504 dans le Sud de la France. Cette aventure historique pose un dilemme simple et brutal : sauver sa peau ou sauver sa fille, le tout sur fond de sécheresse historique et de soulèvement paysan.
« Néro coche une case rare dans la production française : l’aventure historique jouée au premier degré, avec un humour noir à froid et des scènes d’action taillées pour le feuilleton, explique Simon Janvier sur Netflix News. La vidéo annonce un mélange net : cape-et-épée sec, sarcasme de bas étage, grands espaces cramés par la chaleur, et un tandem père-fille qui apprend à fonctionner dans l’urgence. »
Mise en ligne simultanément à l’international sous le nom de ‘Néro the Assassin’, la série a été tourné en Provence-Alpes-Côte d’Azur et en Occitanie mais aussi en Italie et en Espagne.

**Une filmographie déjà bien fournie**
Originaire d’Avignon, c’est donc Jean-Patrick Benes qui a créé cette nouvelle série phare de Netflix aux côtés de Martin Douaire, Nicolas Digard et Allan Mauduit. Outre le scénario, ce dernier est aussi à la réalisation des 4 premiers épisodes avant que Ludovic Colbeau-Justin ne prenne le relais pour la seconde partie de cette première saison.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Jean-Patrick Benes.
Crédit : Facebook/DR

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

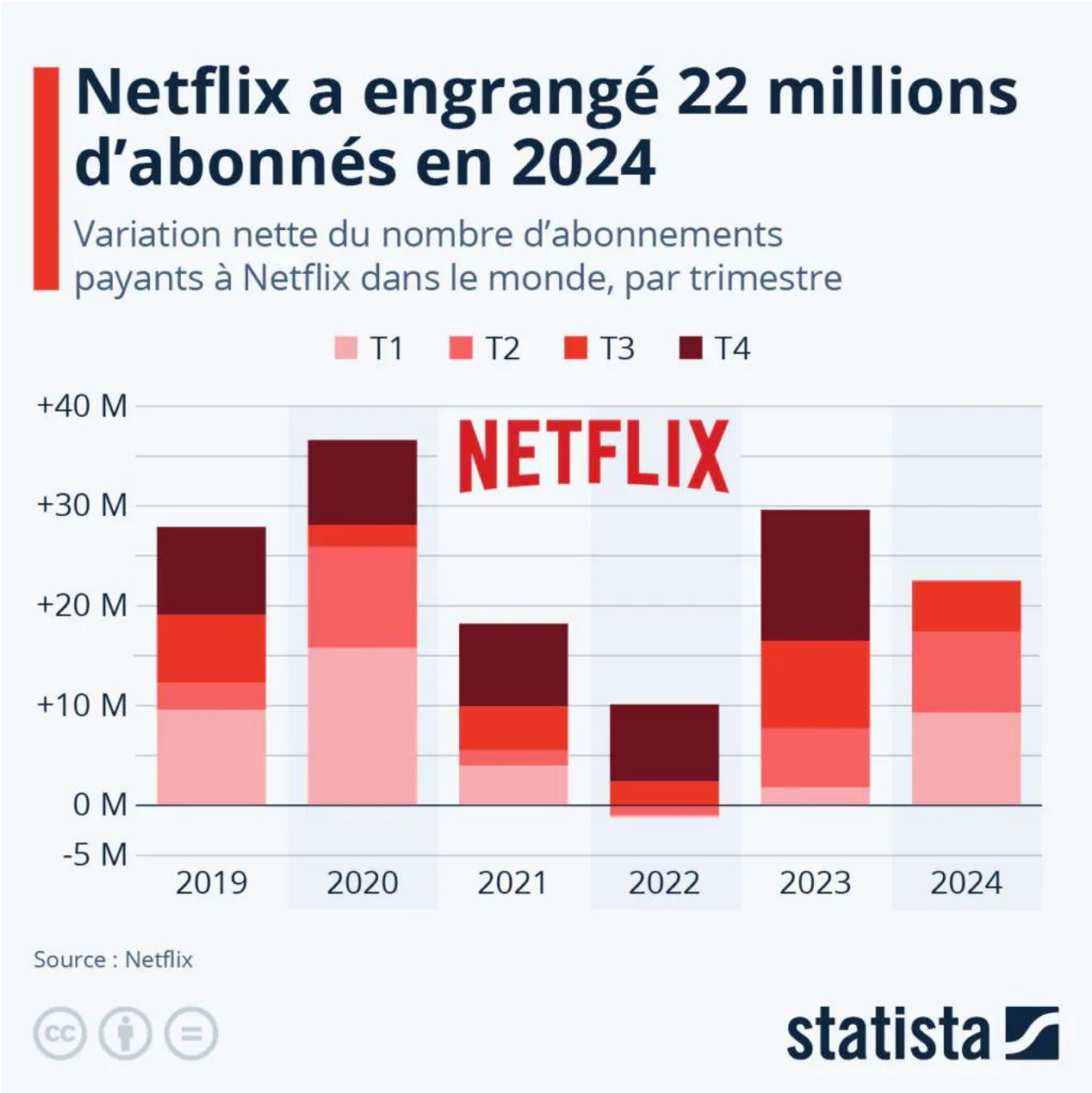
De son côté Jean-Patrick Benes n'est pas un inconnu puisqu'on lui doit notamment la très réussie série de Canal+ Kaboul Kitchen (2012 à 2017) ainsi que plusieurs longs métrages comme Le sens de la famille en 2020, Vilaine en 2007, Quatre garçons pleins d'avenir en 1997 ou bien encore le très ambitieux film d'anticipation Arès (2015), une des trop rares œuvres cinématographiques de science-fiction française de ses dernières années.

---

# Netflix a engrangé plus de 22 millions d'abonnés en 2024, du jamais vu depuis 2020

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Grâce à la sortie réussie de plusieurs productions originales, au succès de son offre d'abonnement avec publicité lancé en 2022 et à la répression renforcée contre le partage des mots de passe, Netflix connaît sa meilleure année depuis 2020 en matière de croissance d'abonnés. En effet, le géant du streaming vidéo a engrangé 22,4 millions d'abonnés supplémentaires dans le monde au cours des neuf premiers mois de 2024, soit 37 % de plus que le niveau à la même période l'an dernier (16,4 millions de nouveaux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

abonnés entre janvier et septembre 2023). Après un premier semestre extrêmement solide (17,4 millions de nouveaux abonnés), Netflix a enregistré 5,1 millions d'abonnements supplémentaires de juillet à septembre, dépassant les prévisions qui tablaient sur 4,5 millions de nouveaux clients payants.

Au cours du troisième trimestre, le chiffre d'affaires de Netflix a augmenté de 15 % d'une année sur l'autre, principalement grâce à la croissance du nombre d'abonnés. Pour l'avenir, le service de vidéos à la demande s'attend à une croissance continue à deux chiffres de ses revenus. L'entreprise mise en effet sur la poursuite de l'élargissement de sa base d'utilisateurs et ambitionne d'accroître le revenu moyen par abonné, tout en développant son activité publicitaire encore naissante. La publicité « n'est pas encore un moteur de croissance important, mais elle devrait avoir une contribution plus significative en 2025 », a précisé le directeur financier de Netflix Spencer Neumann.

Au troisième trimestre, le nombre d'abonnés à la formule incluant de la publicité a bondi de 35 % par rapport au trimestre précédent. Dans l'ensemble, plus de la moitié des nouveaux abonnés dans les marchés éligibles ont choisi l'offre avec la publicité. « Nous sommes sur la bonne voie pour atteindre ce que nous pensons être le niveau critique d'abonnements avec pub pour les annonceurs dans tous les pays [où l'offre avec publicité est disponible] en 2025, créant ainsi une base solide à partir de laquelle nous pourrons continuer à augmenter nos clients publicitaires en 2026 et au-delà », a écrit l'entreprise dans une lettre aux actionnaires.

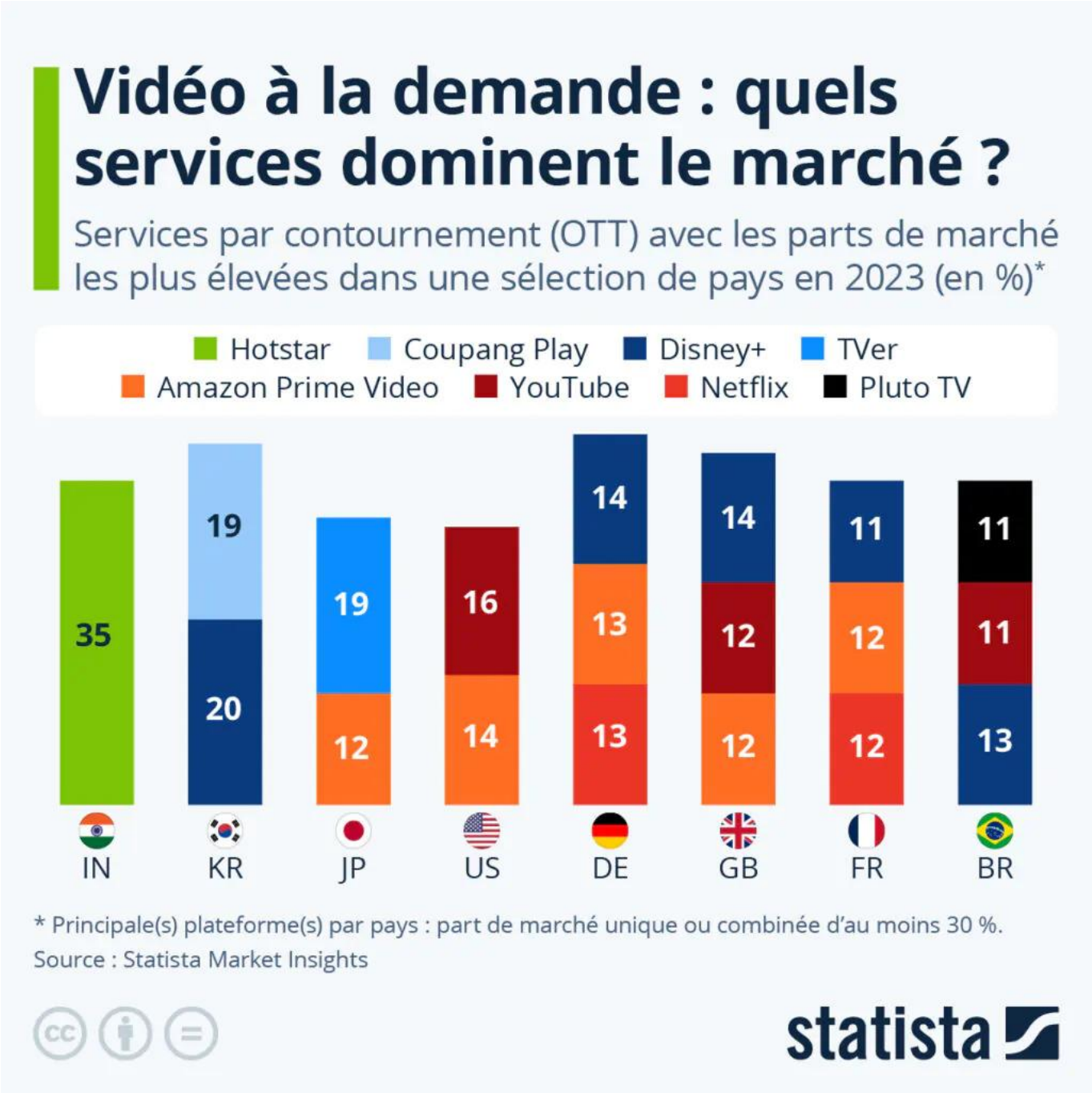
**Vidéo à la demande : quels services dominent le marché ?**
Netflix et Disney+ figurent, avec Amazon Prime Video, parmi les services de streaming les plus connus au monde. Cela se reflète dans les parts de marché des entreprises auxquelles ils appartiennent, ces dernières dominant le secteur de la vidéo à la demande dans les principaux marchés mondiaux.

En France, en 2023, Netflix était le leader du marché de la vidéo à la demande en ligne (services par contournement), à égalité avec Amazon Prime Video, selon les estimations des Market Insights de Statista. Les deux géants du streaming vidéo affichaient chacun une part de marché de 12 % dans le pays. Netflix détenait également l'une des plus grosses parts du marché aux États-Unis (14 %), en Allemagne (13 %) et Royaume-Uni (12 %), et Amazon Prime Video l'une des plus importantes au Japon (12 %) et en Allemagne (13 %). Au Royaume-Uni, en Allemagne et au Brésil, Disney+ se démarque également parmi les leaders du marché (part de marché comprise entre 13 et 14 %).

Le Japon, l'Inde et la Corée du Sud font figure d'exception dans cette comparaison internationale. Dans le pays du Soleil-Levant, TVer (19 %) occupe la position de leader des services par contournement loin devant Amazon Prime Video (12 %). En Inde, c'est Hotstar qui domine (35 %), mais ce dernier n'est différent de Disney+ que sur le papier. En effet, Hotstar a été créé en 2015, mais Disney a racheté ce fournisseur de streaming en 2019. Enfin, en Corée du Sud, Coupang Play et Disney+ font jeu égal, avec une part de marché respective d'environ 20 %.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




*De Tristan Gaudiaut pour [Statista]*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

# Les séries originales Netflix les plus chères




Il y a tout juste une semaine sortait le jeudi 5 octobre la troisième saison de Lupin, la série française à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

succès de Netflix, inspirée des aventures du célèbre gentleman cambrioleur créé par Maurice Leblanc à la fin du XIXème siècle. À cette occasion, Statista s'est penché sur les séries les plus chères de l'histoire du service de streaming, d'après des chiffres publiés par le site MovieWeb.

Devançant de loin toutes les autres, la série d'horreur et science-fiction Stranger Things arrive en première place des programmes originaux les plus chers de Netflix, chaque épisode de la quatrième saison coûtant en effet en moyenne 30 millions de dollars à produire. Loin derrière en terme de budget vient ensuite The Crown, qui dépeint la vie et le règne de la reine Élisabeth II d'Angleterre. Chaque épisode de The Crown coûterait aux alentours de 13 millions de dollars à Netflix. Enfin, c'est la série musicale de Baz Luhrmann, The Get Down, qui complète le podium. The Get Down, qui retrace la genèse du Hip-Hop et de la musique Disco dans le New York des années 1970, est estimé avoir coûté 11 millions de dollars par épisode, en faisant, à l'époque de sa sortie, la série la plus chère de l'histoire de Netflix.

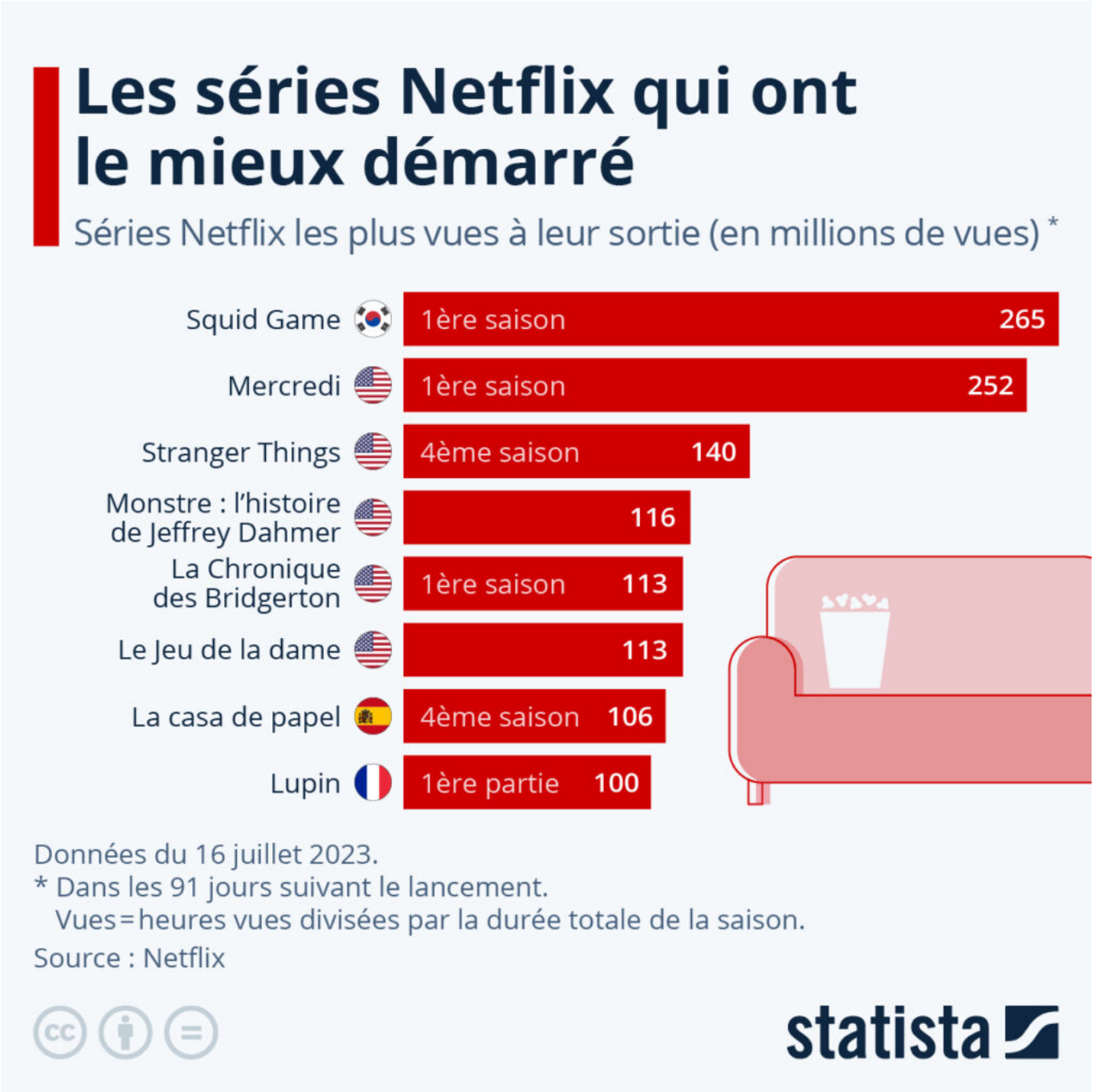
*Valentine Fourreau pour Statista*

---

# Les séries Netflix qui ont le mieux démarré

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Malgré le succès des productions américaines de Netflix comme Stranger Things ou Mercredi, la série sud-coréenne Squid Game reste le leader incontesté des lancements de séries en 2023. Selon les données de Netflix, ce thriller survivaliste a atteint environ 265 millions de vues au cours des trois premiers mois de diffusion.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Cette métrique nouvellement introduite par Netflix représente les heures vues divisées par la durée totale de la saison (en heures), afin d'éviter les aberrations statistiques dues à des séries plus longues ou plus courtes. Ainsi, 91 jours après son lancement, Squid Game comptait environ 13 millions de vues de plus que la première saison de la série Mercredi.

Comme le montre le graphique ci-dessous, malgré la popularité croissante des productions en dehors de l'espace anglophone, les séries américaines restent parmi les plus performantes. Une production française a néanmoins réussi à se hisser dans le top 8 : la saison 1 de Lupin, avec 100 millions de vues trois mois après sa sortie.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

Claire Villiers, Statista.

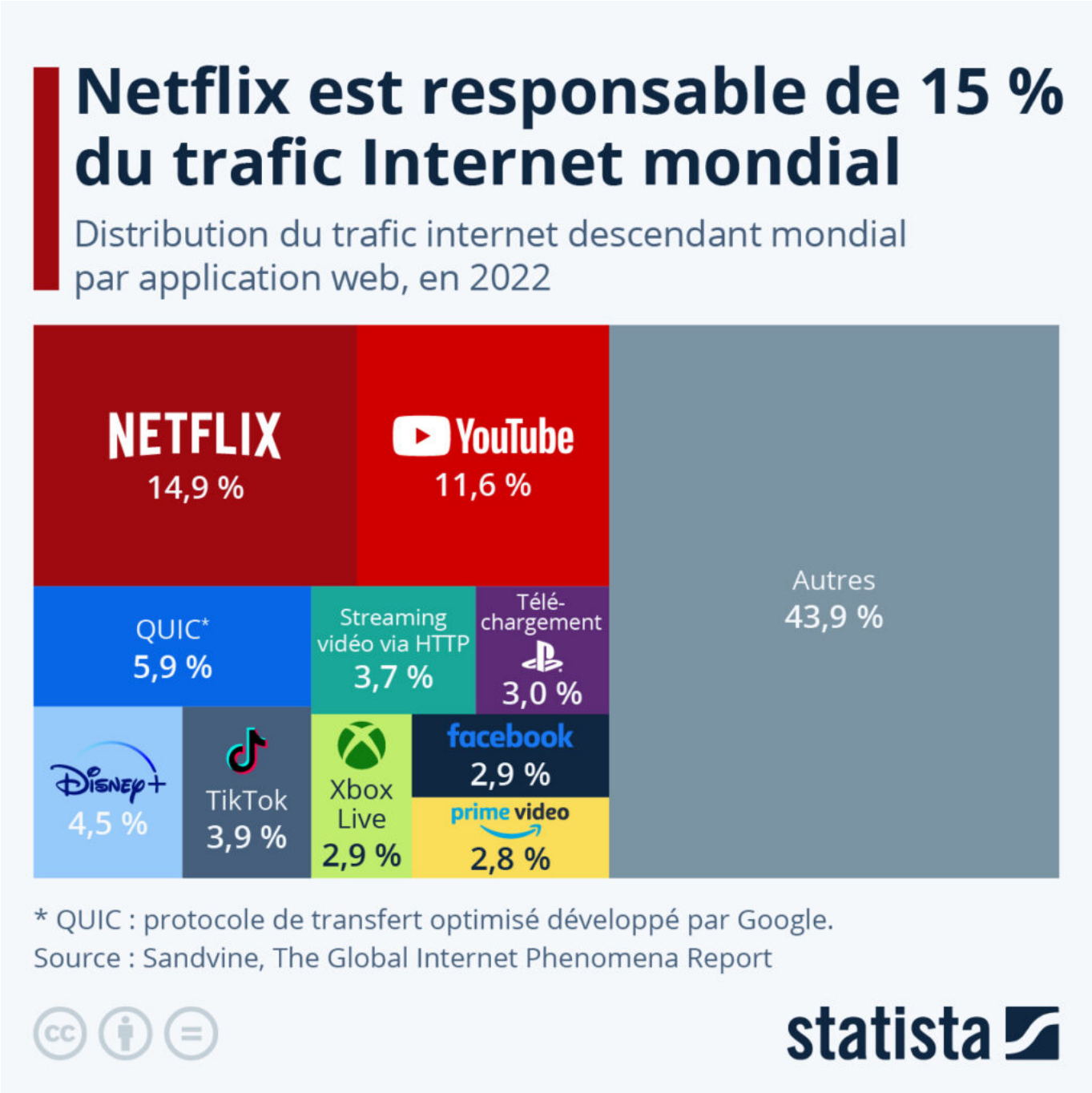
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

# Les principaux générateurs de trafic Internet dans le monde

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Un nouveau rapport de Sandvine montre quelles applications Web sont responsables de la plus grande partie du trafic Internet descendant (c'est-à-dire les flux reçus par les utilisateurs) dans le monde. Le fait que Netflix consomme le plus de mégaoctets avec 14,9 % confirme la popularité de la plateforme.

Les services du streaming et de vidéos à la demande occupent la moitié des places de ce top 10 :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

YouTube n’est pas loin derrière Netflix avec 11,6 %. Disney+ est responsable de 4,5 % et Amazon Prime Video de 2,8 % du traffic Internet global.

Les réseaux sociaux et les jeux vidéo représentent les autres catégories qui se démarquent, avec TikTok (3,9 %), Facebook (2,9 %), Playstation (3 %) et Xbox (2,9 %) qui ont généré une part importante du trafic descendant mondial en 2022.

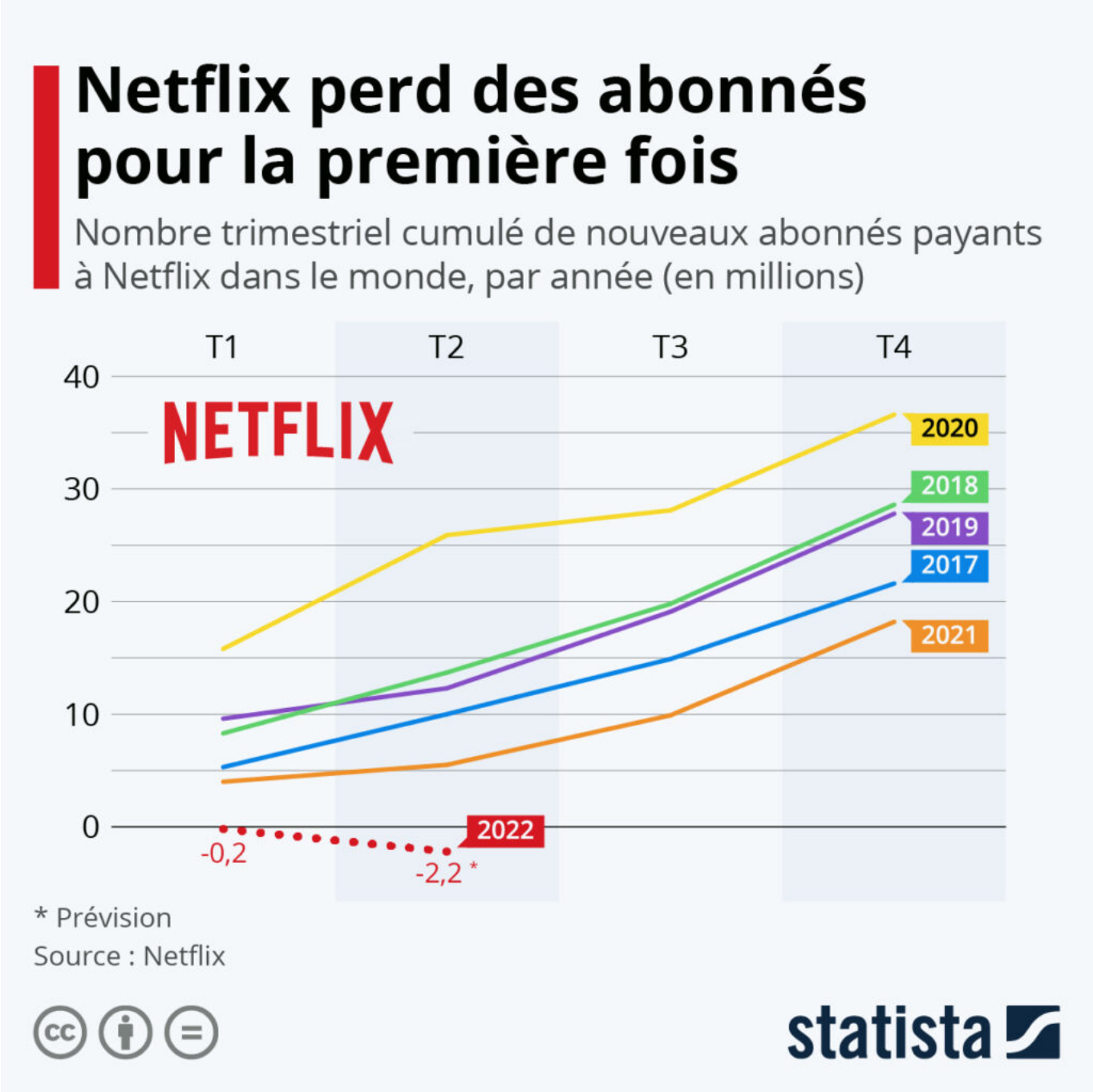
De Claire Villiers pour Statista

---

# Netflix perd des abonnés pour la première fois

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Après plus d'une décennie de croissance ininterrompue, Netflix a subi sa première perte d'abonnés au cours des trois premiers mois de l'année 2022. Le leader mondial du streaming vidéo a terminé le trimestre avec 221,64 millions d'abonnements payants, soit environ 200 000 de moins qu'au trimestre précédent. Une perte qui s'explique en partie par la fermeture du service en Russie début mars, en réponse à l'invasion de l'Ukraine.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Dans une autre mesure, Netflix se retrouve également victime de son propre succès pendant le début de la pandémie en 2020, lorsque sa base d'abonnés a augmenté beaucoup plus rapidement qu'elle n'aurait dû le faire dans des circonstances normales. En outre, le taux de pénétration élevé au sein des ménages, la concurrence accrue et le partage des comptes font qu'il est désormais difficile pour la plateforme de maintenir sa dynamique de croissance, en particulier dans des circonstances macroéconomiques défavorables.

Netflix prévoit de perdre encore plus d'abonnés payants au cours du trimestre en cours (environ deux millions), tablant sur une base de 219,64 millions de clients à la fin du mois de juin. L'entreprise reste toutefois optimiste quant à son potentiel de croissance à long terme, évoquant des centaines de millions de foyers connectés au haut débit qui ne sont pas encore abonnés dans le monde. La société entend également mettre un frein aux partages de compte pour « monétiser » de nouveaux utilisateurs.

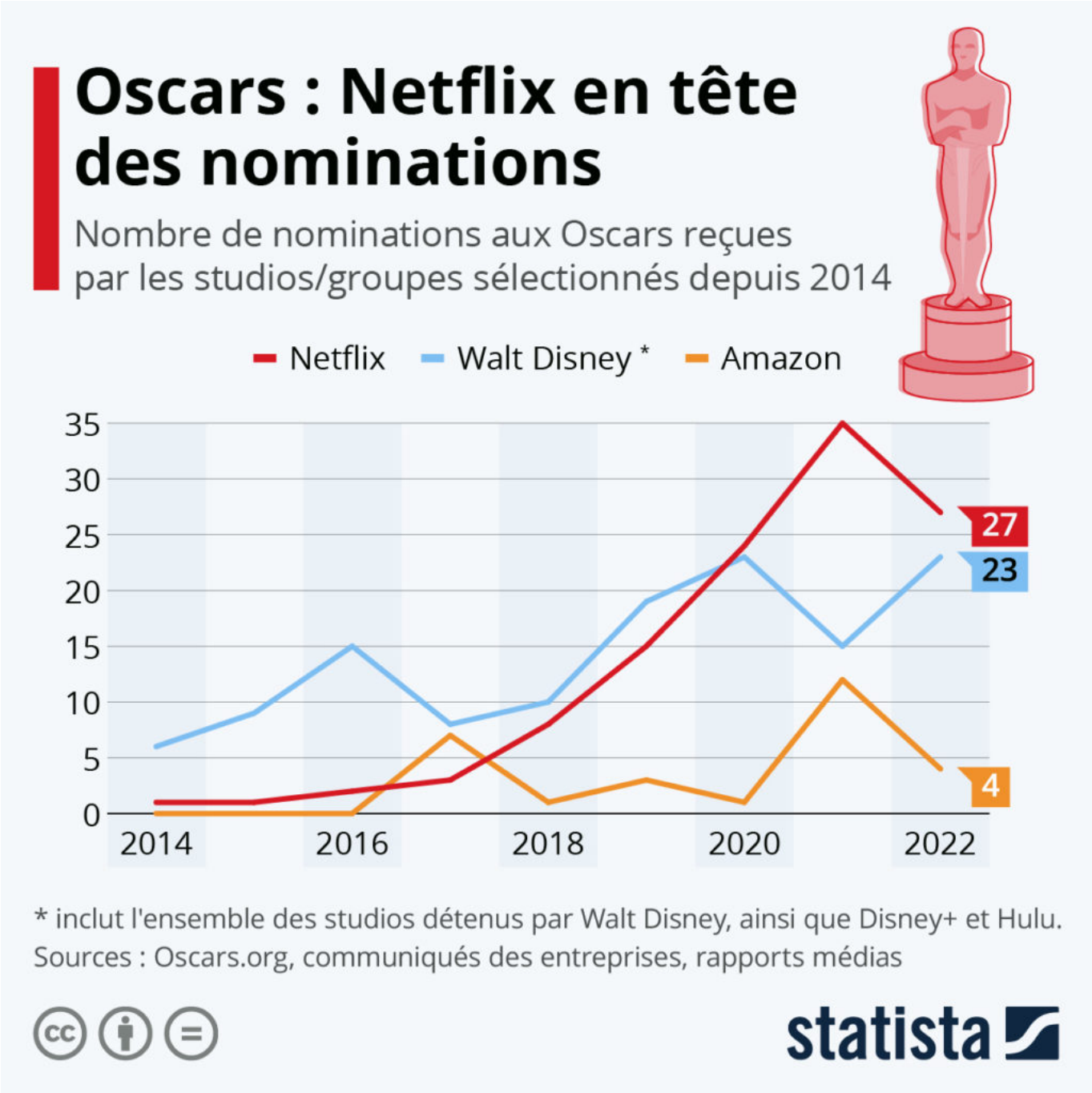
De Tristan Gaudiaut pour Statista

---

# L'ascension de Netflix dans la course aux Oscars

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




**Alors que la 94e cérémonie des Oscars doit se tenir ce lundi, retour sur la présence grandissante des géants du streaming dans les palmarès de l'événement cinématographique.**

Après une cérémonie des Oscars 2021 qui a vu Netflix remporter 7 prix sur 35 nominations et devenir le studio le plus récompensé devant Disney, le géant du streaming vidéo est de nouveau bien placé pour

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

réaliser un carton cette année. Avec 27 nominations reçues, les productions cinématographiques de Netflix dominent la sélection des Oscars 2022, devant Walt Disney (23 nominations en incluant toutes les filiales) et Warner Bros. (16).

Comme le montre notre infographie, Netflix s'est lancé à la conquête d'Hollywood depuis déjà quelques années. Après avoir décroché sa toute première nomination en 2014, la société n'a cessé d'accroître sa présence à la célèbre cérémonie de récompenses, dépassant pour la première fois les nominations de Disney en 2020. Autre concurrent majeur sur le marché du streaming, Amazon a récolté 4 nominations aux Oscars cette année, après avoir enregistré un record de 12 en 2021.

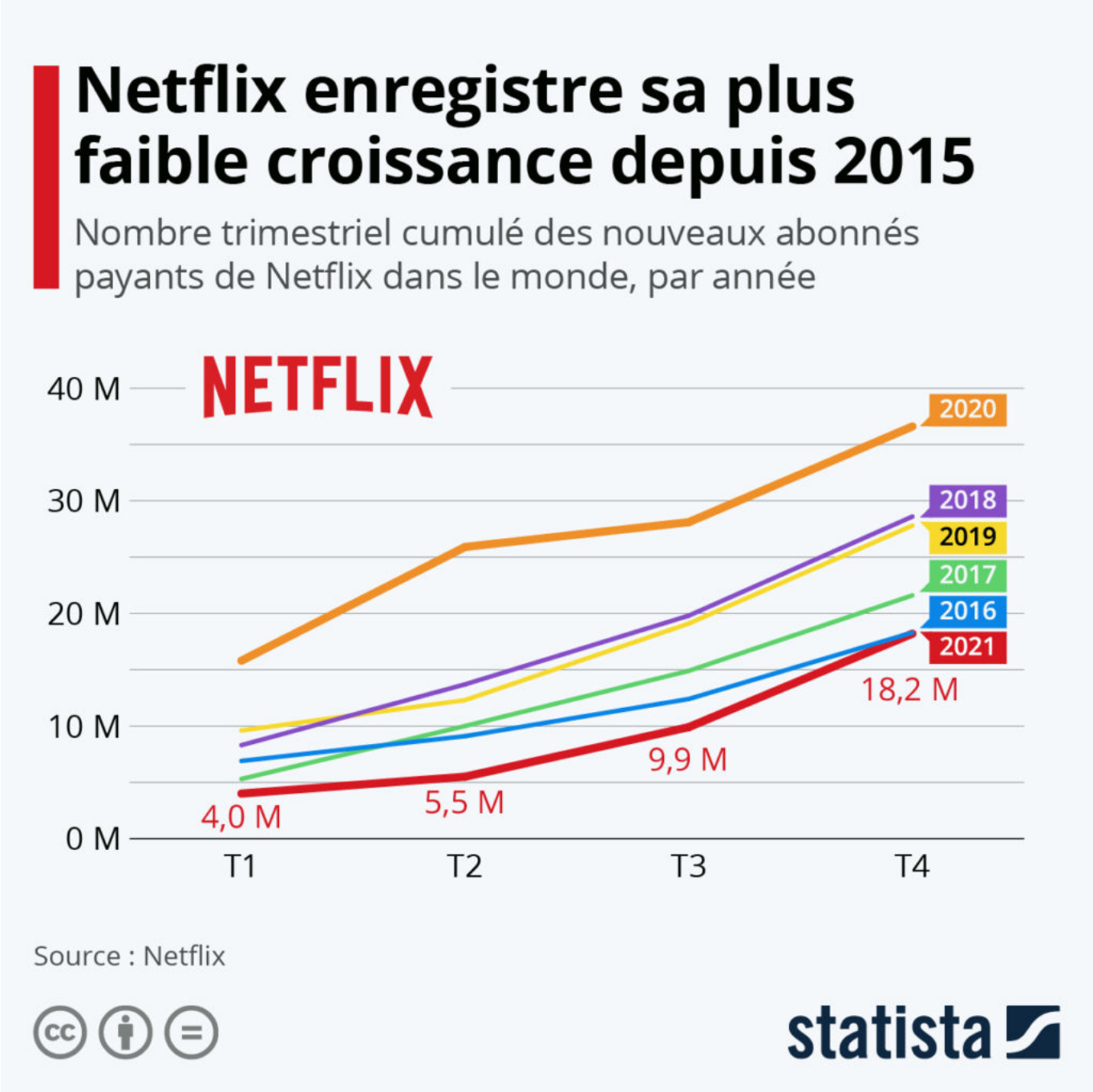
De Tristan Gaudiaut pour Statista

---

# Après le boom, la croissance de Netflix marque le pas

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Après une année 2020 record, où Netflix avait ajouté 36 millions d'abonnés payants à sa communauté, le célèbre service de streaming vidéo a vu sa croissance considérablement ralentir l'année dernière. Selon sa dernière publication de résultats, Netflix a attiré 8,3 millions d'abonnés d'octobre à décembre 2021, portant le total pour l'année à 18,2 millions d'abonnements supplémentaires. Comme le met en avant notre graphique, il s'agit de la plus faible croissance annuelle d'abonnés depuis 2015. Mais bien que cela

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

puisse sembler préoccupant à première vue, il n'est pas nécessaire de tirer la sonnette d'alarme pour l'entreprise.

D'après l'évaluation faite par la société elle-même, Netflix a été victime des effets du boom de 2020, lorsqu'une foule de personnes s'est soudainement inscrite pour se divertir pendant les périodes de confinement. Beaucoup de ces nouveaux abonnés avaient probablement l'intention de s'inscrire tôt ou tard, créant ce que l'entreprise appelle un « excédent Covid » dans sa lettre aux actionnaires. Un autre facteur mentionné par Netflix pour expliquer son ralentissement concerne « les difficultés macroéconomiques dans plusieurs parties du monde comme l'Amérique latine ». Pour le premier trimestre 2022, Netflix reste prudent dans ses prévisions, tablant sur 2,5 millions d'ajouts nets, contre 4 millions en 2021.

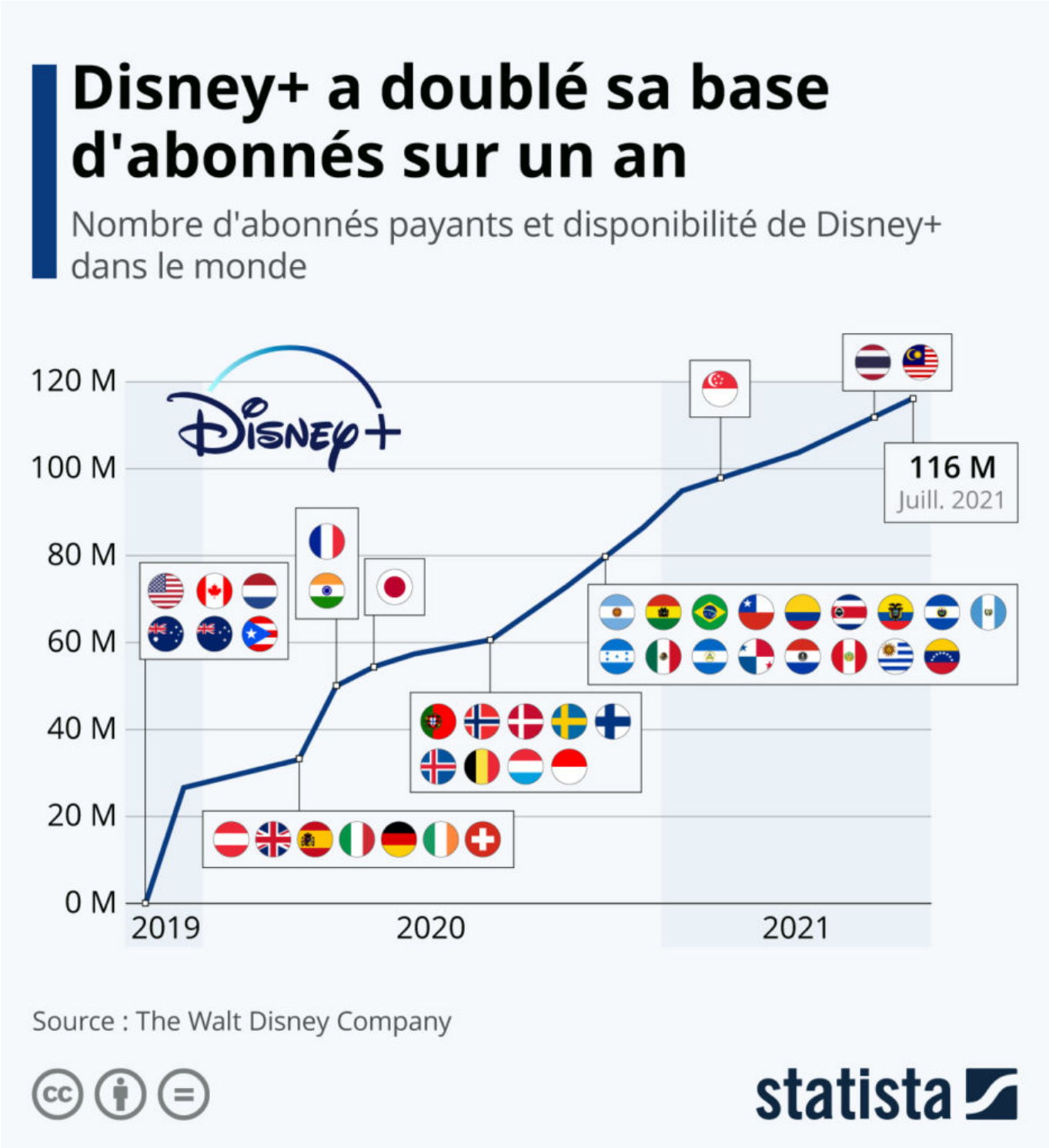
De Tristan Gaudiaut pour Statista

---

# Disney+ a doublé sa base d'abonnés en l'espace d'un an

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026




Alors que Disney+ approche de son deuxième anniversaire en novembre, le service de streaming de la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 15 novembre 2026

Walt Disney Company continue de dépasser les attentes. Après avoir atteint son objectif de 90 millions d'abonnés avec trois ans d'avance à la fin de l'année 2020, le concurrent de Netflix a attiré 20 millions d'abonnés supplémentaires au cours des six premiers mois de 2021. Selon la dernière publication des résultats de l'entreprise, Disney+ comptait 116 millions d'abonnés dans le monde début juillet, doublant ainsi sa base d'abonnés sur l'année écoulée. En comparaison, il aura fallu à Netflix de sept à dix ans (selon le moment où l'on commence de compter) pour atteindre le même nombre de clients sur sa plateforme, qui reste toujours numéro une dans le monde avec plus de 200 millions d'abonnés.

Comme le montre notre graphique basé sur les données communiquées par le groupe, après la sortie de Disney+ en Amérique du Nord en novembre 2019, la croissance des abonnés a connu un bond conséquent en mars 2020, coïncidant avec son lancement sur le marché européen et la survenue des premiers confinements liés au Covid-19. En profitant de la hausse de consommation des médias numériques et en étendant sa disponibilité à l'international, notamment en Asie et en Amérique du Sud, la plateforme a continué de croître à bon rythme au cours de l'année écoulée. Le service est désormais disponible dans 45 pays, alors que d'autres lancements sont encore prévus d'ici la fin de l'année.

Note : graphique mis à jour avec les données de juillet 2021. Si le graphique ne correspond pas avec le texte, nous conseillons de vider la mémoire cache du navigateur puis d'actualiser la page.

Tristan Gaudiaut pour Statista