

Moins de politique, plus de belles histoires : le PDG de Disney veut revenir aux fondamentaux

Par Caroline Sallé

Publié il y a 2 heures



Bob Iger, le PDG de Disney, lors du DealBook Summit à New York. *MICHAEL M. SANTIAGO / AFP*

Bob Iger appelle ses scénaristes à divertir le public avant tout. Ces dernières années, l'image et la valorisation du géant américain se sont dégradées à force d'échecs au box office.

Retour aux fondamentaux. Mercredi, lors du DealBook Summit organisé à New York par le New York Times, Bob Iger, le PDG de Disney, n'y est pas allé par quatre chemins. «*Les créateurs ont perdu de vue ce que devait être leur objectif n°1. Nous devons d'abord divertir. Il ne s'agit pas d'envoyer des messages*», a-t-il insisté. À trop vouloir embrasser le multiculturalisme et à multiplier les séries et films dérivés de ses grandes franchises au détriment de la qualité, Disney reconnaît qu'il a fait fausse route.

«*Nous avons divertifié avec des valeurs et avons eu un impact positif sur le monde de différentes manières. Black Panther en est un excellent exemple* », a-t-il expliqué. «*J'aime pouvoir divertir en insufflant des messages positifs et avoir un bon impact sur le monde. Fantastique! Mais cela ne devrait pas être l'objectif. Quand je suis revenu, ce que j'ai vraiment essayé de faire, c'est de revenir à nos racines*».

Les déclarations de Bob Iger, de retour à la tête de Disney depuis un an, interviennent alors que le géant mondial du divertissement enchaîne les flops au cinéma. Son dernier film de superhéros The Marvels, une superproduction à 200 millions de dollars, a réalisé le plus mauvais démarrage de l'histoire de la franchise, qui était il y a encore peu la vache à lait de Disney. Le film d'animation *Wish*, qui vient de sortir, est aussi un échec.

Bataille politique

Ces dernières années, Disney a enchaîné les prises de position en faveur de la diversité. Le géant du divertissement s'est ainsi retrouvé au cœur d'une bataille politique avec Ron DeSantis. Le gouverneur conservateur de Floride accusant la firme de Burbank d'être devenue un agent du «*capitalisme woke*». Et à force de vouloir imposer aux Américains des valeurs «*woke*», Disney s'est mis à dos une partie du public.

La firme était autrefois considérée comme la quatrième marque la plus appréciée outre-Atlantique. Elle fait désormais partie des marques les plus détestées par les Américains, selon un classement réalisé en mai dernier par Axios-Harris. Trop woke pour les uns. Pas assez radicale pour les autres.

Du côté des actionnaires, Disney se retrouve aussi sous pression. La valorisation de l'entreprise a fondu de moitié depuis mars 2021. «*Depuis que nous avons donné à Disney l'opportunité de prouver qu'il pouvait « redresser le navire » en février dernier, jusqu'à notre réengagement il y a quelques semaines, les actionnaires ont perdu environ 70 milliards de dollars de valeur*», a indiqué cette semaine dans un communiqué l'investisseur activiste Nelson Peltz . Sa société Trian Fund Management, qui a investi 3 milliards de dollars dans Disney, cherche à obtenir plusieurs sièges au conseil d'administration.

«*La confiance des investisseurs est faible, des questions stratégiques clés se profilent et même le PDG de Disney reconnaît que les défis de la société sont plus grands qu'on ne le pensait auparavant*», a-t-il poursuivi.

Plus tôt dans la semaine, lors d'un séminaire avec ses employés, Bob Iger a indiqué que ses trois priorités pour retrouver en 2024 la magie de Disney serait l'expansion des parcs à thème, le développement d'un service de streaming ESPN complet et l'amélioration de l'activité des studios.

La rédaction vous conseille

- [Les dix travaux de Bob Iger pour restaurer la magie de l'empire Disney](#)
- [Disney, Warner Bros. Discovery, Paramount... À Hollywood, les studios croulent sous une montagne de dettes](#)
- [Face à l'essoufflement des franchises, Hollywood change de stratégie](#)

Sujets

Disney

woke

Marvel