

## Droits du foot : bataille au sommet entre Orange et Canal+ pour la Ligue 1 française

### Description

*La guerre des droits du football a fait rage en France : Canal+ conserve son leadership mais voit l'opérateur historique de télécommunications Orange s'imposer comme une alternative dans la télévision payante. Pour le prochain appel d'offres, en 2012, la bataille risque d'être encore plus dure et le monopole de la chaîne cryptée sur le football battu en brèche. Le débat sur la privatisation des images sportives à la télévision pourra-t-il inverser cette tendance ?*

Averti par l'exemple belge, où l'opérateur de télécommunications Belgacom s'est emparé des droits de retransmission de la Ligue 1 de football pour les saisons 2005-2008, le groupe Canal+ a, en France, trouvé les moyens de résister à l'arrivée d'Orange (France Télécom) sur le marché des droits sportifs.

Reste que la concurrence sur le marché français des droits de transmission des événements sportifs est apparue à l'occasion de l'appel d'offres pour les droits de la Ligue 1 de football pour les saisons 2008-2012. En effet, la fusion de CanalSat et TPS, effective le 4 janvier 2007, semblait avoir fait disparaître la concurrence qui, en décembre 2004, avait conduit Canal+ à la surenchère pour s'emparer de l'exclusivité de la Ligue 1 moyennant 600 millions d'euros par an pour les saisons 2006-2008. Paradoxalement, c'est l'absence même de concurrence qui a conduit la Ligue de football professionnel (LFP) à imaginer un appel d'offres susceptible d'attirer d'autres groupes audiovisuels et des groupes de télécommunications pour contrebalancer l'hégémonie de Canal+ dans la télévision payante.

Aujourd'hui, Canal+ dépense chaque année 800 millions d'euros en achats de droits sportifs, l'essentiel allant à la Ligue 1 de football, une dépense que le groupe souhaite réduire dans la mesure où elle constitue, à elle seule, 40 % du coût de grille et pénalise le taux de marge de la chaîne, à 6 % en 2006, alors que le groupe compte rattraper la moyenne européenne en 2010 pour afficher un taux de marge de quelque 20 %. Face à la stratégie de réduction de coûts développée par Canal+, la LFP s'est donc inspirée de l'exemple britannique tout en obtenant du gouvernement des facilités lui permettant d'attirer de nouveaux postulants sur les droits de la Ligue 1.

### L'allongement des droits de trois à quatre ans

La LFP, évoquant l'absence de concurrence depuis la fusion de CanalSat et TPS, a d'abord souhaité une modification du décret du 15 juillet 2004 pour porter de trois à cinq ans la durée des droits du football, cela afin de permettre à leurs détenteurs de mieux amortir leur investissement et de

nouveaux prétendants de se manifester. Le 25 juillet 2007, le Conseil de la concurrence jugeait toutefois *« qu'une durée de trois ans est satisfaisante dans la mesure où elle ne ferme pas le marché pour une période trop longue »*, invitant par ailleurs la LFP à s'inspirer de la commercialisation en de nombreux lots du football britannique pour mieux valoriser le championnat français (voir le n° 4 de *La revue européenne des médias* automne 2007). Après un lobbying important auprès du ministre des sports, le gouvernement décidait pourtant, le 23 octobre 2007, d'allonger la durée des droits de la Ligue 1 de trois à quatre ans, à l'instar de ce qui se pratique pour les autres sports comme le rugby ou encore pour les matchs de l'équipe de France de football. Le 9 novembre 2007, le Conseil de la concurrence donnait un avis favorable au projet du gouvernement, tout en considérant que la durée des droits ne constitue pas un facteur décisif sur le plan concurrentiel, comme il l'avait précisé dans son avis du 25 juillet 2007. Le 21 novembre 2007, le Conseil d'Etat validait à son tour le projet de décret gouvernemental allongeant à quatre ans la durée des droits de la Ligue 1. Le 30 novembre 2007, la LFP pouvait donc lancer son appel d'offres pour les saisons 2009-2012, plutôt que 2009-2011, comme elle le souhaitait depuis le début.

### De quatre à douze lots

Plus que l'allongement de trois à quatre ans des droits, c'est bien la segmentation de l'appel d'offres en douze lots distincts, contre quatre lots lors du précédent appel d'offres, qui a véritablement permis à la concurrence de se positionner face à Canal+. Transmis à 25 groupes différents, l'appel d'offres de la LFP pour les saisons 2008-2012 s'inspire en grande partie de l'exemple britannique où les matchs de la Première League sont commercialisés en six lots distincts. Ainsi, l'appel d'offres de la LFP comporte trois lots *« premium »*, trois lots *« fans »*, un lot multiplex, trois lots pour des magazines, un lot VOD et un lot pour le mobile. Par ailleurs, la LFP a modifié les horaires des matchs pour accroître l'exposition du football à la télévision, avec notamment des matchs prévus le dimanche après-midi. Enfin, à l'exception des lots premium, la LFP entend produire les images des matchs, une stratégie permettant à des groupes n'ayant pas de tradition dans la captation d'événements sportifs, de postuler face à des spécialistes comme Canal+.

En ce qui concerne les trois lots premium, le lot 3, traditionnel, porte sur le grand match du samedi soir pour les 38 journées que compte le championnat, le lot 1 porte sur les dix plus belles affiches de la saison, qui se dérouleront le dimanche soir, le lot 2 portant sur les 28 matchs restants du dimanche soir.

Quant aux autres affiches, qu'elles se tiennent le samedi soir, le dimanche après-midi ou le dimanche soir, elles sont commercialisées au sein des trois lots fans, qui proposent chacun l'ensemble des matchs de six ou sept clubs en direct, sauf pour les matchs premium où la diffusion se fera avec un léger décalage.

Cette nouvelle segmentation de l'offre de football a incontestablement ouvert à d'autres acteurs le marché des droits de la Ligue 1, les matchs premium étant repartis en trois lots, ce qui atténue l'effet de barrière à l'entrée. A l'inverse, le coût de l'exclusivité sur les matchs de la Ligue 1, repartis en trois lots premium et trois lots fans, doit, dans cette configuration, s'envoler. En effet, le

groupe qui souhaiterait disposer de l'exclusivité, doit surencherir sur chacun des lots, à chaque fois face à un concurrent qui a pu potentiellement tout miser sur un seul lot. Enfin, l'offre de magazines ouvre encore le marché en permettant aux télévisions financières par la publicité, qui bénéficient d'une assise financière moindre que les télévisions à péage, ou au service public audio- visuel de postuler sur des lots moins onéreux, le coût d'achat des lots premium et fans ne pouvant être rentabilisé que sur la base d'une offre de télévision à péage.

Ce nouvel allotissement de l'appel d'offres a incontestablement modifié l'approche des différents acteurs sur le marché, le groupe Orange, par la voix de son P-DG, Didier Lombard, déclarant ainsi, dès le 5 décembre 2007, pouvoir «changer de stratégie», la nouvelle répartition des lots impliquant de réfléchir à la position du groupe, jusqu'à alors officiellement interpellé par les seuls «petits» lots, notamment le lot mobile, qu'Orange avait déjà acheté lors du précédent appel d'offres pour 29 millions d'euros par saison.

Quant au groupe Canal+, conscient de la difficulté à conserver l'exclusivité de la diffusion de la Ligue 1, c'est finalement dans une bataille juridique et de communication qu'il s'est lancé pour affaiblir la position de la LFP.

### Bataille juridique entre Canal+ et la LFP

Le 7 décembre 2007, Canal+ déposait un recours en référé devant le Conseil d'Etat, s'opposant à la possibilité, pour la LFP, de produire elle-même les images des matchs de la Ligue 1, son mandat étant limité à la seule commercialisation des droits, et entamait également une action en référé devant le tribunal de grande instance (TGI) de Paris pour faire annuler l'appel d'offres. Canal+ contestait notamment la programmation d'un magazine le dimanche soir et l'existence du lot multiplex, estimant que la Ligue ne peut commercialiser des droits déjà vendus dans d'autres lots. Canal+ contestait également le prix de réserve fixé par groupe de lots par la LFP, la possibilité de négocier de gré à gré que s'est réservée la LFP, enfin la manière dont les offres qualitatives des répondants devront être évaluées.

Face à la complexité du dossier, le TGI de Paris, après audition des deux parties le 18 décembre 2007, mettait son jugement en délibéré au 19 février 2008, c'est-à-dire après la fin de procédure d'appel d'offres, les offres qualitatives étant attendues pour le 22 janvier 2008 et les offres financières le 31 janvier 2008. Profitant de l'insécurité juridique pesant sur l'appel d'offres suite à la décision du TGI, Canal+ annonçait, le 10 janvier 2008, avoir demandé au TGI de Paris de suspendre l'appel à candidatures, au moins jusqu'à ce qu'un jugement de fond soit prononcé. Le 18 janvier, le TGI de Paris rejetait la requête de Canal+ et condamnait en outre Canal+ à une amende de 10 000 euros, versée à la LFP, au titre de dommages des frais juridiques. Après avoir fait appel de la décision du TGI, Canal+ voyait sa requête définitivement rejetée le 21 janvier 2008, le TGI confirmant ainsi que l'appel d'offres de la LFP devait se dérouler dans les délais initialement prévus. Le lendemain, la remise des offres qualitatives avait donc lieu.

De son côté, le Conseil d'Etat a auditionné les deux parties le 8 janvier 2008, avant de se prononcer incompétent le 11 janvier 2008, n'estimant pas pouvoir trancher sur le droit ou non qu'a la Ligue de produire les images des matchs de football.

### Un appel d'offres en deux phases

Malgré son échec devant le Conseil d'Etat et son incertitude sur le jugement attendu du TGI, Canal+ aura pu finalement se réjouir une première fois à l'issue de la première phase de l'appel d'offres, où le jeu de la communication a pris le pas sur la bataille juridique. Alors que la LFP prenait acte de la candidature d'Orange sur chacun des douze lots de la remise des offres qualitatives, le 22 janvier, espérant une surenchère de Canal+, le groupe de télévision payante insistait de son côté sur la préférence du championnat entraînée par le morcellement de l'offre en douze lots. Le message aura sans doute été entendu par Orange, conscient que la rentabilisation du championnat passe par la distribution d'une offre payante à large échelle, quitte à lancer en parallèle de son offre *triple play* une offre de complément par satellite, comme l'envisageait le groupe, dès le 24 janvier 2008, en confiant cette information aux *Echos*. Le 31 janvier 2008, date de remise des offres financières, la LFP se voyait ainsi contrainte d'ouvrir la deuxième phase de la procédure, le prix de réserve fixé par la Ligue n'ayant pas été atteint sur chacun des groupes de lots.

Au-delà des candidatures d'Orange et de Canal+, ou de SFR pour l'autre filiale du groupe Vivendi, les autres postulants n'auront donc pas fait monter les enchères sur les droits télévisés du football, qu'il s'agisse de groupes de télévision, TF1 et sa filiale Eurosport, France Télévisions, M6 et Direct 8, ou encore de nouveaux venus de l'Internet, à l'instar du site de vidéo Dailymotion, qui a postulé sur le lot VOD. Reste que les propositions financières avantageuses d'Orange, notamment sur les lots premium, ont conduit à une surenchère finale qui, à l'issue de la deuxième phase, le 6 février 2008, a permis à la LFP de récolter au total 668 millions d'euros par an, dont 203 millions d'euros pour Orange et 465 millions d'euros pour Canal+. Pour la LFP, ce résultat a finalement été présenté comme une réussite après la conclusion de la première phase de

l'appel d'offres, le montant des droits annuels pour les saisons 2009-2012 dépassant les 653 millions d'euros percus jusqu'ici, dont 600 millions d'euros de Canal+ et 53 millions d'euros répartis entre le lot mobile tenu par Orange et le magazine dominical (*eXtéléfoot* sur TF1, *France 2 Foot* en 2008 sur France Télévisions).

La satisfaction est également partagée du côté de Canal+ qui, s'il voit la position d'Orange se renforcer avec l'acquisition du lot premium des matchs du samedi soir, réduit tout de même sa facture, de 600 millions d'euros annuels à 463 millions d'euros, soit une baisse des coûts de l'ordre de 23 %. S'il perd les matchs du samedi soir, Canal+ s'empare en revanche de deux lots premium et conserve les affiches les plus prestigieuses. Malgré la diffusion par Orange des matchs du samedi soir, Canal+ sera par ailleurs en mesure de diffuser l'intégralité de la Ligue 1, le groupe ayant emporté l'ensemble des lots fans, qui prévoient la diffusion en léger différé des matchs premium, y compris ceux tenus par Orange. Enfin, Canal+ s'empare de l'intégralité des magazines, dont le magazine dominical diffusé jusqu'alors sur les chaînes nationales en clair (TF1 puis France 2). Le groupe est à l'évidence en mesure de proposer une offre très complète, qu'il s'agisse des abonnés à la chaîne Canal+, qui se verront proposer un film de cinéma le samedi soir et un match de foot le dimanche, ou encore des abonnés désireux de voir un match en particulier grâce à la diffusion des matchs de la Ligue 1 sur les autres chaînes du groupe.

### L'entrée d'Orange dans l'univers audiovisuel

Pour Orange, son arrivée dans le domaine de la télévision ne fait désormais plus aucun doute. En s'emparant du match du samedi soir pour près de 160 millions d'euros, le groupe confirme le virage pris depuis 2006 avec le lancement de Studio 37, une filiale qui rachète des droits cinématographiques afin de disposer d'un catalogue et a coproduit son premier film en 2007 (*La Possibilité d'une île*, de Michel Houellebecq). Au-delà des lots mobile et VOD, qui correspondent finalement au cœur de métier de l'opérateur, la téléphonie mobile et l'ADSL avec les offres *triple* et *quadruple play*, l'achat des droits de diffusion du match du samedi soir impose à l'évidence à Orange de sortir d'une logique où les contenus et les services en ligne accompagnent pour valoriser l'offre accélérée, et à entrer dans une logique où la détention de droits permet d'éditer une chaîne premium et payante qui, pour certains, sera le premier motif d'abonnement, en lieu et place des services de communication. Car les opérateurs ADSL et mobile, en proposant toujours de nouveaux services pour une offre tarifaire identique, ont de fait valorisé le transport des données au profit de l'offre de contenus. Cette dernière, de complémentarité, devient de plus en plus la première raison du choix de son opérateur, surtout pour Orange dont les tarifs sont les derniers à ne pas être alignés sur les prix planchers de ses concurrents. Orange en est conscient qui, après avoir lancé le 6 septembre 2007 sa chaîne Orange Sport, accessible à tous sur Internet, en IPTV et sur téléphone mobile pour les clients d'Orange, devrait rapidement conditionner son accès par un abonnement, à l'évidence dès l'été 2008, pour le début du championnat de football.

Au-delà de l'augmentation prévue de l'ARPU (*average revenue per user*), l'offre de télévision d'Orange doit surtout, avec le football, positionner l'opérateur comme un véritable éditeur de chaînes face à ses concurrents, le tandem SFR-Neuf Cegetel, et Free, mais également Canal+ et ses bouquets. La chaîne Orange Sport avait d'ailleurs été créée pour répondre en termes d'offre sportive à Canal+, qui détient l'exclusivité de la diffusion de L'EquipeTV et Infosport. Et Orange va devenir de fait un éditeur de bouquet. En effet, afin de rentabiliser son investissement et de pouvoir toucher les 7 millions d'abonnés haut débit du groupe, dont la moitié ne peut pas bénéficier d'une offre de télévision, Orange confirmait, le lendemain de l'appel d'offres, le lancement de son offre de télévision par satellite à l'été 2008 pour le début du championnat, cette technologie étant la moins coûteuse pour amener la télévision dans les campagnes, où les offres *triple play* sont impossibles par voie filaire. Orange a d'ores et déjà passé un accord avec Samsung pour la fourniture de décodeurs et discute actuellement avec Eutelsat. Paradoxalement, cette annonce aura moins retenu l'attention que la perspective de voir disparaître des télévisions en clair les dernières émissions consacrées au football, Canal+ s'étant emparé de l'intégralité des magazines, dont le magazine dominical détenu actuellement par France 2.

### Un débat sur la privatisation des images du football

Le 7 février 2008, le lendemain de l'appel d'offres, Daniel Bilalian, le directeur des sports de France Télévisions, lançait la polémique en déclarant *«la privatisation totale du foot français est une erreur»*, dans un contexte politique où l'avenir de la télévision publique est questionné. Le contexte a d'ailleurs mobilisé, du Parti communiste français au Modem en passant par le Parti socialiste, mais aussi le secrétaire d'État aux sports, Bernard Laporte, les uns demandant *«une loi qui donnerait aux chaînes gratuites un droit de cinq à dix minutes d'images de chaque journée de Ligue 1»*, selon les propos de Daniel Bilalian, contre une minute trente actuellement par journée de championnat, ou tout simplement une garantie pour le téléspectateur *«qu'il continuera de voir gratuitement des matchs de football à la télévision»* pour Bernard Laporte.

Canal+ défendait toutefois la polémique trop parfaite du payant contre le gratuit en annonçant, le 29 février 2008, que le groupe était prêt à diffuser *«une partie du feuilleton de la Ligue 1 en clair»*. Pour Bertrand Méheut, P-DG de Canal+, l'objectif du groupe *«est à la fois d'offrir des exclusivités et le meilleur de la Ligue 1 à nos abonnés, mais aussi donner une belle visibilité et notoriété à la compétition»*. Reste que l'offre en clair de Canal+ a toujours été la vitrine pour le recrutement de nouveaux abonnés. Sur le plan financier, l'intéressé de Canal+ rejoint ici celui de la LFP, qui s'oppose aux propositions de loi sur l'accès aux images du football, et avec qui le groupe audiovisuel s'est concilié en annonçant, le 11 février 2008, qu'il abandonnait sa plainte sur l'appel d'offres devant le TGI, même si la question de la production des images reste en suspens. Sans un accord n'était-il pour l'instant trouvé avec Canal+, la LFP annonçait, le 27 mars 2008, avoir retenu la société Host Broadcast Services (HBS), filiale du suisse Infront, contrôlée par Robert-Louis Dreyfus, pour la production des images de la Ligue 1, une déception pour Sportive, du groupe

---

Lagarde, qui avait obtenu la production des images de Ligue 2 en 2007.

Sources :

- « Les télécoms créent leurs chaînes TV de sports », Isabelle Repito *La Tribune*, 5 octobre 2007.
- « Droits TV : La LFF soutient la LFP qui veut rallonger la durée des contrats », AFP in tv5.org, 11 octobre 2007.
- « Ligue 1 : Canal+ cherchera à accueillir les lots importants », interview de Alexandre Bompard, directeur des sports du groupe Canal+, Paule Gonzales et Enguerrand Renault, *Le Figaro*, 12 octobre 2007.
- « Droits du football : la Ligue obtient un contrat de quatre ans », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 24 octobre 2007.
- « Droits du foot : feu vert à l'allongement à quatre ans », G.P. *Les Echos*, 15 novembre 2007.
- « L'allongement de la durée des droits du foot en bonne voie », Sandrine Cassini *La Tribune*, 15 novembre 2007.
- « Droits du football : le Conseil de la concurrence dit ne pas avoir changé d'avis », *Les Echos*, 16 novembre 2007.
- « Droits de la Ligue 1 : dernière ligne droite avant l'appel des offres », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 22 novembre 2007.
- « Droits du football : France Télécom fait profil bas », N.S. *Les Echos*, 29 novembre 2007.
- « Droits du football : la Ligue rebat les cartes », E.R., *Le Figaro*, 1<sup>er</sup> décembre 2007.
- « La LFP segmente le championnat de football pour accroître ses revenus », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 3 décembre 2007.
- « Droits TV : Orange peut changer de stratégie avec le nouveau partage des lots », AFP in tv5.org, 5 décembre 2007.
- « La tension monte de jaillir entre Canal Plus et la Ligue de foot », S.C. *La Tribune*, 13 décembre 2007.
- « Premier round judiciaire dans l'affrontement entre Canal+ et la LFP », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 18 décembre 2007.
- « Droits du football : Canal+ et la LFP s'affrontent devant le Conseil d'Etat », G.P. *Les Echos*, 9 janvier 2008.
- « L'appel des offres des droits du foot risque l'annulation », Sandrine Cassini *La Tribune*, 9 janvier 2008.
- « Droits TV : Canal+ veut que le TGI suspende l'appel des offres avant son jugement », AFP in tv5.org, 10 janvier 2008.
- « Droits du foot : le Conseil d'Etat se déclare incompétent », E.R. *Le Figaro*, 14 janvier 2008.
- « Canal+ n'obtient pas la suspension de l'appel à candidatures de la LFP », G.P. *Les Echos*, 21 janvier 2008.

- « Ligue 1 : l'appel d'offres de la LFP se déroulera dans les délais prévus », *Les Echos*, 22 janvier 2008.
- « Football : Orange est candidat à tous les lots de la Ligue 1 », Grégoire Poussielgue, Jamal Henni et Guillaume de Calignon, *Les Echos*, 23 janvier 2008.
- « Les chaînes TV en clair lorgnent les droits du foot », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 23 janvier 2008.
- « Orange envisage de lancer une offre de télévision par satellite », Guillaume de Calignon, *Les Echos*, 24 janvier 2008.
- « Droits télévisés du football : la Ligue juge les offres insuffisantes », Jamal Henni, *Les Echos*, 1<sup>er</sup> février 2008.
- « Orange Sports TV : une chaîne à la recherche de contenus », AFP, 6 février 2008.
- « Canal Plus rafle l'essentiel des droits du football », I.R., *La Tribune*, 7 février 2008.
- « Droits du football : Canal+ emporte neuf lots sur les douze de la LFP », Grégoire Poussielgue, *Les Echos*, 7 février 2008.
- « La filiale de l'opérateur historique signe avec Samsung pour lancer son offre de télévision par satellite », G.C. et E.P., *Les Echos*, 7 février 2008.
- « Canal+ et Orange s'offrent la Ligue 1 pour 668 millions d'euros », Guy Dutheil, *Le Monde*, 8 février 2008.
- « Orange dévoilera fin mars son offre de rencontres par ADSL et par satellite », G.C., *Les Echos*, 8 février 2008.
- « Les téléspectateurs devront désormais payer pour voir le magazine dominical sur le football », Guy Dutheil, *Le Monde*, 9 février 2008.
- « France Télévisions veut un bout de la Ligue 1 », S.C., *La Tribune*, 11 février 2008.
- « Droits TV : Canal+ retire sa plainte contre la Ligue de football », AFP in tv5.org, 12 février 2008.
- « Droits TV : Thiriez contre l'idée d'une nouvelle loi, proposée par Bilalian », AFP in tv5.org, 12 février 2008.
- « Vivendi repart à l'offensive », Marie-Cécile Renauld, *Le Figaro*, 1<sup>er</sup> mars 2008.
- « Laporte : propositions pour garder le sport sur la télévision publique », AFP in tv5.org, 5 mars 2008.
- « Foot, la loi du plus riche », V.G., *TéléObs*, 6 mars 2008.
- « Foot : Infront défie Sportfive sur la production des images de Ligue 1 », Sandrine Cassini et Isabelle Repiton, *La Tribune*, 25 mars 2008.
- « La LFP confie la production des images du championnat au groupe suisse Infront », *Les Echos*, 28 mars 2008.

## Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

## date création

20 mars 2008

**Auteur**

alexandrejoux