

La crise financière et les difficultés des chaînes pesent sur le marché des droits sportifs

Description

Alors que les Jeux olympiques de Pékin 2008 ont été l'occasion de battre des records d'audience pour un événement sportif, relayé en outre massivement sur Internet, la crise financière et les difficultés des chaînes, partout en Europe, pèsent désormais sur les budgets des droits de diffusion des événements sportifs. Ainsi, la Ligue des champions a dû revoir ses prévisions à la baisse sur le marché français, quand le Comité international olympique peine à commercialiser les droits pour les JO en 2014 et 2016.

L'année 2008 aura été celle de toutes les performances aux JO de Pékin, laissant croire à une inflation des droits sur la Ligue des champions

Le succès d'audience des Jeux olympiques de Pékin, pendant l'été 2008, semblait annoncer de nouvelles surenchères sur le marché des droits sportifs. En effet, avec 4,7 milliards de télé-spectateurs dans le monde, les JO de Pékin ont amélioré de 20 % la performance des JO d'Athènes en 2004, qui avaient réuni 4 milliards de télé-spectateurs. Plus encore, le décalage horaire des jeux par rapport aux principaux marchés audiovisuels, les Etats-Unis et l'Europe, n'a pas pénalisé les audiences, mais a permis au contraire aux nouveaux modes de diffusion de s'affirmer comme un relais de croissance non négligeable. Ainsi, NBC, détenteur aux Etats-Unis des droits sur les JO de Pékin, a accumulé à la fois les meilleures audiences jamais réalisées sur un événement sportif, avec 214 millions de télé-spectateurs sur 17 jours de jeux, en même temps que son site Internet, nbc.com, voyait sa fréquentation s'envoler du fait de la diffusion nocturne de certains événements, qui donnait tout leur intérêt aux retransmissions différées en ligne, c'est-à-dire à la télé-vision de rattrapage (*catch-up TV*).

L'effet d'entraînement des JO de Pékin sur le marché des droits sportifs aura été de courte durée. Dès la rentrée audiovisuelle en Europe, le marché des droits s'est retourné, à partir du moment où la crise financière américaine s'est transformée en débâcle économique mondiale, annonçant un reflux des dépenses publicitaires pour les chaînes gratuites, déjà fragilisées face aux nouvelles concurrences (voir *supra*). L'UEFA (Union des associations européennes de football) a été la première victime de ce retournement de situation.

Avant le déclenchement de la crise financière, les droits sur les saisons 2009-2012 de la Ligue des champions (UEFA Champions Ligue), qui oppose les meilleures équipes européennes, étaient encore ceeds à la hausse. Ce fut le cas au Royaume-Uni, où ITV aurait déboursé 55 millions de livres par an pour les matchs en clair, quand BSkyB aurait déboursé 80 millions de livres pour le reste de la Coupe, ou

encore en Espagne ou en Allemagne, les droits ayant été cédés à Mediapro et la RTVE pour l'Espagne, à Sat.1 et Premiere pour l'Allemagne (voir le n° 8 de *La revue européenne des médias*, automne 2008).

Pour les droits cédés en pleine tourmente financière, l'UEFA a dû revoir ses prévisions portant initialement sur une hausse moyenne de 10 % du coût des droits de rediffusion de la Ligue des champions. Ainsi l'UEFA a enregistré à ses dépens, sur le marché français, une première baisse historique des droits sportifs, alors même que la surenchère durait depuis le milieu des années 1990 et que l'UEFA commercialisait pour la première fois ses matchs en exclusivité pour tous les supports, la chaîne l'emportant pouvant également décliner son offre sur le mobile ou Internet.

Avec la crise financière et les difficultés des chaînes, l'appel d'offres pour la Ligue des champions en France aboutit à une baisse des droits pour un événement sportif majeur

L'appel d'offres pour les saisons 2009–2012 de la Ligue des champions a été lancé en France le 20 octobre 2008, en pleine tourmente financière. L'UEFA, qui impose aux candidats que les principaux matchs soient diffusés en clair afin de garantir une bonne visibilité à ses sponsors, quand les autres matchs sont en général cédés aux chaînes payantes, comptait bénéficier dans l'Hexagone des surenchères dont a profité la Ligue nationale lors de son dernier appel d'offres. Sur les droits en clair, l'UEFA espérait voir s'opposer TF1 et M6 et attendait une confrontation entre Canal+ et Orange sur les matchs payants.

Mais le football semble ne plus être le graal promis pour les chaînes, au moins en termes de retour sur investissement. Depuis le lancement de son offre Orange Foot en août 2008 (voir le n° 8 de *La revue européenne des médias*, automne 2008), l'opérateur de télécommunications n'affiche que 60 000 abonnés, le match du samedi soir, emporté sur Canal+, ne suffisant pas à faire décoller la chaîne sport d'Orange. S'emparer de la Ligue des champions aurait pu être l'occasion d'un renforcement de l'offre d'Orange face à Canal+. Sauf qu'Orange, qui reste avant tout un opérateur de télécommunications, n'est pas entré de nouveau dans la compétition, laissant la voie libre à Canal+ pour une négociation serrée avec l'UEFA. Pour les matchs en clair, le même scénario s'est produit avec le retrait de M6, qui n'a pas répondu à l'appel d'offres. Pour la chaîne, filiale de RTL Group, l'investissement consenti sur l'Euro 2008, qui avait renforcé significativement ses audiences en lui permettant de décrocher la meilleure audience TV de l'année 2008 avec le match France–Italie du 17 juin, n'a pas été jugé suffisamment rentable. Alors que la chaîne est confrontée à un recul de ses recettes publicitaires depuis l'été 2008, M6 a donc préféré réduire le coût de sa grille, permettant à TF1 de se retrouver seul face à l'UEFA pour négocier les droits de la Ligue des champions.

Le 18 décembre 2008, TF1 et Canal+, déjà détenteurs des droits de la Ligue des champions les saisons précédentes, renouvelaient ainsi leur contrat avec l'UEFA tout en obtenant une baisse des droits de rediffusion. TF1 s'est emparé du lot A1, celui qui regroupe les treize meilleures affiches, pour une somme inférieure à 30 millions d'euros par saison selon les analystes, quand la chaîne payait plus de 32 millions d'euros les saisons précédentes, soit une économie estimée à près de 5 millions d'euros par an pour

TF1. Malgré des audiences en baisse, s'emparer des matchs de l'UEFA, diffusés par la chaîne depuis 1992, répondait à une nécessité impérieuse pour TF1 qui cherche à conserver son statut de chaîne leader sur le marché français.

Canal+ réalise également des économies, malgré l'augmentation constatée des droits versés à l'UEFA pour les saisons 2009-2012. En effet, Canal+ versera 31 millions d'euros par an pour diffuser la Ligue des champions, contre en moyenne 29,5 millions actuellement selon Le Monde. En revanche, la chaîne cryptée diffusera désormais en exclusivité 133 matchs sur 146 rencontres, soit 21 matchs de plus que les saisons précédentes. Le coût unitaire par match a donc baissé. Cet élargissement de l'offre de football de Canal+, en compensant en partie la perte du match du samedi soir pour la Ligue nationale, lui permettra d'offrir la programmation de ses chaînes consacrées au sport, Canal+ sport, Sport+ et Foot+. Par ailleurs, Canal+ a également remporté les lots magazines proposant les résumés de tous les matchs à l'issue des journées de championnat. L'investissement était donc stratégique, notamment face à la concurrence d'Orange, alors que le football reste le premier poste de dépense de Canal+, qui y consacre près de 450 millions d'euros par an sur un coût de grille total proche de 1,2 milliard d'euros.

La baisse constatée des droits sur le marché français pourrait s'étendre à l'Europe entière, à l'exception des compétitions les plus prisées comme la Première League britannique

Sauf sur les marchés très concurrentiels, où la diffusion des grands événements sportifs est un élément crucial de la stratégie des chaînes, les droits sportifs risquent désormais d'être partout en régression du fait de la crise financière, du recul des recettes publicitaires et des difficultés des chaînes. Ainsi, même en Allemagne où Première se devait de s'emparer des droits de la Bundesliga, la somme versée a été inférieure aux 500 millions d'euros annuels initialement promis par Sirius, la société de Leo Kirch (voir *supra*). Les ventes à l'international ont toutefois compensé, pour la Bundesliga, la moins value sur le marché allemand. Ainsi, la DFL, la Ligue de football professionnelle allemande, a cédé à Eurosport, filiale du groupe TF1, les droits de la Bundesliga pour les saisons 2009–2012 dans 22 pays d'Europe de l'Est et du Nord, quand la société Sportfive, filiale de Lagarde, s'est emparée des droits de la Bundesliga pour la France, la Belgique, les Pays-Bas et le Portugal, à charge pour elle de les commercialiser directement auprès des chaînes des différents pays concernés.

Autre exemple des tensions sur le marché européen des droits sportifs : le Comité international olympique (CIO) peine à vendre les droits des Jeux olympiques de 2014 et 2016, d'ordinaire cédés aux chaînes publiques européennes par l'intermédiaire de l'Union européenne de radio-diffusion (UER). Debut décembre 2008, le CIO annonçait avoir rejeté la proposition financière de l'UER, la considérant comme insuffisante, et décidait de confier la commercialisation des droits des Jeux olympiques à une agence qui négociera directement avec les chaînes. Le CIO espère ainsi réitérer au niveau européen l'opération réalisée en Italie, où les droits des JO ont été cédés à Sky à un bon prix, 110 millions d'euros pour les JO 2010 et 2012 et 150 millions d'euros pour les JO 2014 et 2016, Sky ayant ensuite revendu une bonne partie des droits acquis à la RAI. Une stratégie qui pourrait se montrer risquée : déjà, l'UEFA a dû revoir ses prévisions à la baisse sur le marché italien pour la vente des

droits de la Ligue des champions, qui est revenue, après une baisse des tarifs importante, à la RAI pour les matchs en clair et à Sky Italia pour les matchs payants.

A l'évidence, seuls les marchés audiovisuels les plus compétitifs bénéficieront, en période de crise, d'une inflation des droits sportifs, ainsi de la Premier League britannique, qui détenait déjà le record européen sur les précédentes saisons. A l'occasion de l'appel d'offres pour les saisons 2010–2013, la Premier League est ainsi parvenue à augmenter les droits perçus. Le 6 février 2009, BSkyB remportait cinq des six lots mis aux enchères, soit au total 115 matchs par saison, alors que Setanta s'emparait du sixième lot, soit 23 matchs. Le bouquet de télévision payante de News Corp. contrôle donc désormais la quasi-totalité de l'offre britannique de football, la Premier League ayant obtenu au total, pour l'ensemble des lots cédés, la somme record de 1,78 milliard de livres.

Sources :

- « ITV hangs on to Champions League live rights », Mark Sweney, *The Guardian*, March 20 2008.
- « Sportel 2008–JO : gros succès d'audience à la télévision et sur Internet », AFP, tv5.org, 21 octobre 2008.
- « Le groupe Eurosport acquiert les droits de diffusion exclusifs du championnat allemand de football dans 22 pays européens », *La Correspondance de la Presse*, 28 octobre 2008.
- « Football : nouvelle bataille en vue entre Canal et Orange », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 5 novembre 2008.
- « Les chaînes se disputent la Ligue des champions », M-C. B. et E.R., *Le Figaro*, 18 novembre 2008.
- « Surenchère sur les prochains JO », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 3 décembre 2008.
- « TF1 et Canal+ se partagent la Ligue des champions », AFP, tv5.org, 19 décembre 2008.
- « TF1 et Canal+ renégocient à la baisse le football européen », E.R., *Le Figaro*, 20 décembre 2008.
- « Canal+ et TF1 font baisser les droits de la Ligue des champions de football », Guy Dutheil, *Le Monde*, 23 décembre 2008.
- « Angleterre : grâce à la télé, la Premier League ne connaît pas la crise », AFP, tv5.org, 6 février 2009.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date créée

21 décembre 2008

Auteur

alexandrejoux