
Le marché européen des chaînes d'information s'étoffe, mais est-il rentable ?

Description

Présentée en octobre 2009 à l'occasion du Mipcom, cette analyse du développement des chaînes d'information, réalisée à partir de la base de données européenne, Mavise, montre à la fois le dynamisme et la fragilité de ce secteur particulier. La multiplication des réseaux de distribution (câble, satellite, réseaux ADSL et mobiles) a contribué au doublement du nombre de chaînes d'information en Europe entre 2005 et 2009. Sur la centaine de chaînes européennes accessibles, moins d'une trentaine diffuse depuis plus de dix ans ; cinq seulement, parmi elles, ont été lancées avant 1990.

En septembre 2009, 162 chaînes d'information, nationales ou internationales sont accessibles en Europe (Union européenne, Croatie et Turquie) : 32 chaînes à vocation internationale reçues dans plus d'une vingtaine de pays (Al Jazeera, BBC World News, CCTV-9, CNN International, Deutsche Welle, Euronews, France 24, Russia Today, Sky News International, etc), 87 chaînes à vocation nationale dont certaines couvrent plus d'une dizaine de pays (Canal 24 Horas, n-tv, N24, ZDFinfokanal, Rainews24, etc.) et 43 chaînes éditées hors des frontières européennes (y compris la Croatie et la Turquie) reçues dans au moins un pays européen dont près de 40 % diffusent des programmes en arabe. Selon l'étude de l'OEA, il convient d'ajouter au panorama des chaînes d'information en Europe 2 800 chaînes d'information locales et régionales ayant une programmation essentiellement consacrée à l'information. Fin 2009, la base de données Mavise recensait plus de 7 200 chaînes établies en Europe, tous types de programmation confondus, à l'exclusion des programmes extra-européens.

Sur les 119 chaînes d'information européennes, un tiers sont publiques, ce qui montre que les Etats sont très engagés dans le domaine de l'information, puisque le secteur public de radiodiffusion ne représente que 5 % de l'ensemble des chaînes de télévision européennes tous genres de programmation confondus. Au sein du paysage audiovisuel européen, les informations sont majoritairement diffusées en anglais. Sur un total de 26 langues pratiquées par l'ensemble des 119 chaînes, 16 diffusent en anglais, 11 en arabe, en italien ou en turc, 10 en allemand et 9 en français. Grâce aux plates-formes multi-chaînes, les téléspectateurs européens reçoivent en moyenne 21 chaînes d'information. Les Français disposent de l'offre la plus abondante avec 51 chaînes d'information, comparée aux Allemands qui en reçoivent 33, aux Britanniques 31, ainsi qu'aux Italiens, Néerlandais et Flamands qui en captent 30.

L'étude souligne également le développement de chaînes d'information sur les réseaux mobiles, les chaînes accessibles sur un téléphone portable comme celles lancées pour la télévision mobile personnelle (TMP) : 8 chaînes privées d'information ont été créées spécialement pour être reçues sur un téléphone portable et la plupart des grandes chaînes ont lancé une application sur iPhone.

En l'absence de comptes individuels pour les chaînes d'information diffusées par les grands groupes publics ou privés, l'étude de l'OEA a pris en considération les seuls comptes accessibles, ceux d'une quinzaine d'entreprises éditrices uniquement de chaînes d'information, pour démontrer la fragilité économique de ce secteur. Ainsi, la moitié des entreprises étudiées étaient déficitaires en 2007 ou en 2008. Le montant total des recettes des chaînes d'information se situe entre 1 et 1,5 milliard d'euros, tandis que les diffuseurs européens dans leur ensemble réalisent 80 milliards de revenus. Par ailleurs, comme l'ensemble du secteur de la télévision, les chaînes d'information ont subi les effets de la crise économique sur le marché de la publicité.

En 2008, la chaîne française LCI enregistrait déjà une diminution de ses recettes d'environ 14 % et CNN International, de près de 3 %. L'étude de l'OEA permet notamment de constater le grand écart, en termes économiques, entre les différentes chaînes. La chaîne allemande Deutsche Welle réalise un produit d'exploitation de l'ordre de 300 millions d'euros, CNN International de plus de 200 millions, Euronews et Spiegel TV de l'ordre de 40 millions ; la chaîne italienne Red TV, quant à elle, dépense à peine les 5 millions tandis que l'espagnole Libertad digital atteint à peine 2 millions.

La concurrence est donc de plus en plus vive sur le marché audiovisuel de l'information. Si la pérennité de certaines grandes chaînes d'information, tant publiques que privées, peut sembler assurée par la volonté des dirigeants, il n'en sera peut-être pas de même pour les plus petites d'entre elles. L'information est un bien qui coûte cher, et l'audience de ces chaînes reste relativement confidentielle.

***Le marché européen des chaînes d'information s'effrite, mais est-il rentable ?*, Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA), Strasbourg, obs.coe.int, octobre 2009.**

Categorie

1. A lire en ligne
2. Repères & tendances

date créée

21 décembre 2009

Auteur

françoise