

A l'instar de Five, ITV, le premier réseau de chaînes privées au Royaume-Uni, a souffert des difficultés sur le marché publicitaire, liées certes à la crise économique en 2008 et 2009, mais aussi et de manière structurelle à l'augmentation de la concurrence sur le marché audiovisuel avec la montée en puissance des chaînes de la TNT, de la vidéo sur Internet et du succès de la télévision payante au Royaume-Uni. Deuxième chaîne britannique de télévision après la BBC, ITV1 a ainsi vu sa part d'audience passer de 31 % en 1999 à 17 % en 2010. Le nouveau directeur général du groupe ITV, Adam Crozier, en a tiré toutes les conséquences : alors que son groupe réalise encore 74 % de son chiffre d'affaires grâce à la publicité sur ses chaînes ITV1, 2, 3 et 4, il entend abaisser cette part à 50 % d'ici à cinq ans. Le plus grand diffuseur privé hertzien du Royaume-Uni sera donc financé à terme pour moitié par des services payants ou des ressources publicitaires engrangées grâce à ses autres activités.

ITV entend d'abord investir le marché de la télévision payante et a passé un accord avec BSkyB, qui détient 7,49 % de son capital, pour la reprise sur son bouquet HD (2,9 millions d'abonnés) des versions haute définition de ITV2, 3 et 4. S'inspirant du succès des ventes de programmes à l'exportation de la BBC, ITV va développer ses activités de production en ciblant des programmes de grande audience. Enfin, le groupe mise sur Internet où ITV est déjà associé à la BBC, à Channel 4 et à l'opérateur de télécommunications BT, dans le projet Canvas, plateforme pour les téléviseurs connectés.

Sources :

- « ITV se lance dans la télévision payante et l'Internet », Eric Albert, *La Tribune*, 4 août 2010.
- « Grande-Bretagne : le groupe ITV lève le voile sur un projet de transformation sur cinq ans », *La Correspondance de la Presse*, 4 août 2010.
- « ITV revoit de fond en comble son modèle économique pour s'affranchir de la publicité », G.P., *Les Echos*, 5 août 2010.