

En annonçant de nouvelles pertes et une recapitalisation de 340 millions d'euros, apportée par son actionnaire principal, News Corp., la chaîne à péage allemande Sky Deutschland (ex-Premiere) a vu son cours de Bourse s'effondrer de 26 % sur la seule journée du 3 août 2010. Il s'agit du deuxième apport de capitaux en un an pour News Corp., après un apport de 110 millions d'euros en janvier 2010. Afin que la participation de News Corp. dans Sky Deutschland n'excède par 49,9 % du capital, les 340 millions d'euros seront apportés sous la forme d'un prêt à court terme. En effet, si News Corp. a été autorisé à monter à plus de 30 % dans le capital de Sky Deutschland sans lancer d'OPA, il doit en revanche ne pas dépasser le seuil des 49,9 %. Or le groupe est déjà détenteur, depuis janvier 2010, de 45,42 % du capital de la chaîne (voir le n°13 de *La revue européenne des médias*, hiver 2009- 2010).

Sky Deutschland ne parvient pas à augmenter son nombre d'abonnés qui stagne aux alentours de 2,5 millions quand le point mort pour la chaîne est à 3 millions, loin pourtant des quelque 10 millions d'abonnés du Sky britannique ou de Canal+ en France. Faute de revenus, Sky Deutschland ne peut donc investir dans des productions en exclusivité pour se démarquer des chaînes gratuites, une trentaine en Allemagne, qui diffusent les mêmes productions avec quelques mois de délais. Enfin, bien que versant chaque année 240 millions d'euros à la Bundesliga pour les droits du football des deux premières divisions, Sky Deutschland doit, sur ce créneau, faire face aux chaînes publiques, qui diffusent le magazine *Sportschau*, plébiscité par les Allemands, ainsi qu'à Deutsche Telekom, qui a récupéré les droits de la Bundesliga pour la diffusion sur Internet. En août 2010, le bouquet de chaînes de Deutsche Telekom, couplé à ses offres ADSL, comptait 1,2 million d'abonnés et visait 1,8 million d'abonnés, fin 2010, à son offre de télévision.

Afin d'augmenter son nombre d'abonnés, Sky Deutschland est entré en négociation avec les deux plus grands câblo-opérateurs du pays, Kabel Deutschland et Unitymedia, pour qu'ils distribuent auprès de leurs abonnés son bouquet de chaînes, disponible actuellement par satellite et auprès de seulement quatre des quinze câblo-opérateurs régionaux que compte l'Allemagne. Pour Sky, s'allier aux deux câblo-opérateurs allemands permettrait de toucher potentiellement leurs 15 millions d'abonnés. Pour les câblo-opérateurs, s'allier à Sky leur permettrait de rendre plus attractive leur offre d'accès en l'accompagnant de contenus exclusifs, stratégie retenue par Deutsche Telekom pour répondre justement au succès des câblo-opérateurs sur le marché de l'accès à Internet.

Sources :

- « News Corp. au chevet du bouquet de télévision par satellite Sky Deutschland », Pierre Letoublon, *Les Echos*, 5 août 2010.
- « Murdoch ne parvient toujours pas à faire décoller sa chaîne à péage allemande Sky », Jean-Philippe Lacour, *Les Echos*, 16 août 2010.
- « Sky Deutschland seeks allies against Deutsche Telekom », Ben Fenton, *Financial Times*, 23 août 2010.