

Le retrait annoncé d'Orange de la télévision payante se précise

Description

La nouvelle stratégie d'Orange dans les contenus, en reposant sur des partenariats, conduit le groupe à se désengager de la télévision payante. Si un accord est conclu avec Canal+ pour les chaînes Orange Cinéma Séries, la cession d'Orange Sport sera plus complexe avec, en arrière plan, les enjeux du prochain appel d'offres sur les matchs de la Ligue 1 de football.

Announced in the arrival of Stéphane Richard at the helm of France Télécom-Orange in March 2010, the redefinition of the strategy of the operator of telecommunications on content is, in fact, currently a recombination of the French market of pay television. Orange is not withdrawing definitively from the market but is privileging its former technological partnerships or minority participations, as it did in July 2010, on the occasion of the presentation of its five-year strategic plan. Stéphane Richard has in fact taken the decision of the exclusive content strategy in content managed by the group since 2007, which was a response to the fusion TPS-CanalSatellite. The fusion of the two bouquets had in effect led to a switch to exclusivity of channels such as LCI or Eurosport, previously distributed by Orange which had to search for a way to secure its rights in itself, its content (see the n°8 of *La revue européenne des médias* autumn 2008). Coupled, notably in football where Orange pays each year 203 million euros to the Ligue de football professionnel (LFP) to broadcast primarily the match of Saturday evening (see the n°6-7 of *La revue européenne des médias* spring-summer 2008), this strategy has not allowed the group to gain new subscribers, its performances being, moreover, less good than those of its competitors SFR and Bouygues Télécom during the period.

Nevertheless, Orange Sport and the Cinéma Séries channels have managed to acquire 752,000 Orange subscribers on a base of 2.7 million ADSL Orange eligible subscribers: a good performance which remains however insufficient, compared to 5 million subscribers of Canal+. Finally, the strategy of double exclusivity of Orange, which has subordinated its access to its channels to the subscription of a pay television channel to its ADSL offer, has long been threatened (see the n°10-11 of *La revue européenne des médias* spring-summer 2009). Paradoxically, it is at the moment when Orange has announced its wish to find partners for its pay channels that the Cour de cassation recognized the exclusivity of Orange Sport in the eyes of the consumer, a procedure instructed by the Autorité de la concurrence and still in progress. Thus, in its judgment of July 13, 2010, the Cour de cassation has recognized that « all providers of Internet access strive to enrich their content with their offers to make them more attractive by innovative services or the acquisition of exclusive rights on audiovisual content », the consumer se

déterminant *«en connaissance de cause»*. Orange pourra donc miser sur ses exclusivités, mais ces dernières passeront finalement par des partenariats, comme il l'a fait avec Deezer (voir *infra*) ou avec DailyMotion, Orange ayant annoncé devenir l'actionnaire de référence du site d'échange de vidéos le 25 janvier 2011.

La même stratégie de partenariat technologique sera donc appliquée aux chaînes Orange Cinéma Séries et Orange Sport.

Canal+ et Orange, partenaires sur le cinéma et les séries

Les candidats à la reprise des chaînes d'Orange Cinéma Séries ont été nombreux. Dès l'annonce du nouveau plan stratégique, Canal+, leader de la télévision payante en France, s'est imposé comme un interlocuteur naturel. En effet, en s'associant avec Orange, Canal+ prendrait le contrôle de 752 000 abonnés supplémentaires (en incluant Orange Sport, l'offre cinéma comptabilisant 494 000 abonnés), une audience considérable quand on sait que le coût de recrutement d'un abonné oscille entre 300 et 350 euros. Les chaînes d'Orange ont également interpellé l'autre grand acteur de la télévision payante en Europe, le groupe News Corp. qui contrôle les bouquets Sky en Italie, au Royaume-Uni ou encore en Allemagne (voir le n°5 de *La revue européenne des médias* hiver 2007-2008). Enfin, outre le groupe AB, les salariés d'Orange Cinéma Séries ont soutenu le fonds Parsifal, lequel a racheté Canal+ Nordic au groupe Canal+ en 2002. Celui-ci a déposé en novembre 2010 une offre de reprise après s'être allié au fonds SearchLight, créé par des anciens du fonds KKR habitué au rachat de groupes de médias (voir le n°4 de *La revue européenne des médias*, automne 2007). Mais, les négociations entre Canal+ et Orange, commencées dès fin août 2010, se sont traduites par l'annonce, le 19 janvier 2011, de la création d'une société commune entre CanalSat et Orange, détenue à parité, qui accueillera les chaînes Cinéma Séries d'Orange et TPS Star de Canal+, les deux activités étant à ce jour déficitaires.

Le nouvel ensemble constituera un bouquet concurrent de celui proposé par CanalSatellite. Il appuiera notamment sur une nouvelle chaîne premium, Orange Cinéma Star, issue de la fusion de la chaîne cinéma Orange Cinemax et de TPS Star, laquelle comptabilise déjà € 600 000 abonnés. La nouvelle chaîne sera dotée d'un budget de 100 millions d'euros pour l'achat de programmes et sera distribuée sur toutes les plates-formes, sur la TNT payante, sur l'ADSL et le câble pour un prix compris entre 10 et 15 euros par mois. Enfin, le bouquet inclura les quatre autres chaînes Orange, Cinéma Happy, Cinéma Choc, Cinéma Novo et Cinéma Géants. L'opération sera soumise aux autorités de concurrence à Bruxelles, qui pourront ensuite renvoyer le dossier à l'Autorité de la concurrence française. Pour le groupe Canal+, la constitution de cette nouvelle offre fait émerger une concurrence qu'il contrôle, alors même que les autorités scrutent régulièrement ses agissements sur le marché de la télévision payante qu'il domine (voir le n°12 de *La revue européenne des médias*, automne 2009). Malgré un budget de 100 millions d'euros alloués aux achats de droits, la fusion d'Orange Cinemax et de TPS Star va diminuer la concurrence pour l'acquisition des droits des films en exclusivité, les studios ayant ces dernières années profité de la compétition entre Canal+ et Orange.

Le marché des chaînes sportives s'anime avec la vente d'Orange Sport et le lancement de CFoot par la LFP sur la TNT payante

Alors que le partenariat entre Orange et Canal+ concernant les chaînes cinéma Séries de l'opérateur de télécommunications a été rapidement mis en place, la cession d'Orange Sport se révèle être plus compliquée. En effet, le coût d'achat des droits pour les films et les séries sur le bouquet d'Orange (près de 100 millions d'euros par an) n'a aucune commune mesure avec les 203 millions d'euros versés chaque année par Orange pour diffuser le match du samedi soir de la Ligue 1. Pour les chaînes cinéma, la rentabilité est probable dans un futur proche, ce qui ne va pas de soi pour la chaîne sport. Les candidats au rachat en sont tous conscients, comme l'est également la Ligue de football professionnel (LFP). Celle-ci va d'ailleurs lancer sa propre chaîne pour faire émerger une concurrence nouvelle face à Canal+, après le retrait d'Orange, lors du prochain appel d'offres sur ou pour les matchs des saisons 2012-2016 de la Ligue 1.

Dans un premier temps, Orange a proposé à la LFP d'entrer au capital d'Orange Sport, gratuitement d'abord avant d'en prendre le contrôle à l'horizon 2012. La chaîne, qui ne serait plus réservée alors aux seuls abonnés Orange, pourrait ainsi conquérir jusqu'à € 2 millions d'abonnés en 2012, Canal+ s'étant proposé pour commercialiser la chaîne dans ses offres. En effet, la transaction doit se jouer à trois dans la mesure où Canal+ a annoncé qu'il ne comblerait pas le manque à gagner sur les droits du football lié au retrait d'Orange, tout en soutenant la LFP pour qu'elle conserve les moyens d'investir dans le football, la qualité des matchs proposés ayant des conséquences directes sur le recrutement des abonnés par Canal+.

Après s'être réunis le 9 septembre 2010, les quarante clubs professionnels de football ont finalement renoncé à prendre le contrôle d'Orange Sport, doutant de la possibilité de conquérir 2

millions d'abonnés avec le match de Ligue 1 du samedi soir et l'essentiel des matchs de la Ligue 2, puisque la LFP n'aurait parvenue à commercialiser qu'un match sur dix (à Eurosport, pour 10 millions d'euros par an). Pour les clubs, regroupés au sein de l'Union des clubs professionnels français (UCPF), seule une nouvelle concurrence lors de l'appel d'offres sur les droits de la Ligue 1 leur garantirait de maintenir leurs recettes, qui s'élèvent à 668 millions d'euros par an pour la période 2008-2012. Cette concurrence passe par l'émergence d'une chaîne disponible sur la TNT payante, donc positionnée face à Canal+ et non incluse dans un bouquet élargi de chaînes. Par ailleurs, si certains droits ne sont pas vendus lors du prochain appel d'offres, cette nouvelle chaîne pourrait les récupérer pour les facturer autrement, en augmentant par exemple les coûts de reprise par les distributeurs du câble et de l'ADSL. Ces considérations, partagées par les clubs, ont finalement conduit ces derniers à décider, le 26 novembre 2010, de postuler pour l'obtention d'une fréquence sur la TNT payante pour une chaîne de football éditée par la LFP.

Le 13 décembre 2010, Frédéric Thiriez, président de la LFP, a défendu devant le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) son projet de chaîne, baptisée CFoot. Cette chaîne 100 % foot a vocation à diffuser de l'information, des magazines, des documentaires et bien sûr des matchs. Elle ne sera pas nécessairement la vitrine de la Ligue 1. Son budget limité de 18 millions d'euros par an a conduit la LFP à proposer la rediffusion sur CFoot des 9 matchs de la Ligue 2 dont les droits n'ont pu être cédés, et de deux matchs de la ligue 1 en différé. Face au CSA, le président de la LFP a promis un lancement en juillet 2011, pour le début de la nouvelle saison de football, et a promis de miser sur 700 000 abonnés à l'horizon 2014 sur la TNT payante, et 3,5 millions d'abonnés toutes plates-formes confondues. Pour atteindre une telle audience, la chaîne sera vendue environ 4 euros par mois et devrait être rentable dès 2012. Le 14 décembre 2010, le CSA donnait le résultat de l'appel d'offres sur la fréquence de TNT payante libérée par Canal J (Lagarde) et choisissait CFoot face aux deux autres offres concurrentes (Canal+ Family et TV Numérique). Pour le CSA, le football peut donner un nouvel élan à la TNT payante qui n'a acquis en cinq ans que près de 1 million d'abonnés, essentiellement sur les chaînes TNT de Canal+ (voir *supra*). Sur le plan réglementaire, le CSA n'a pas déclaré de conflit d'intérêt lié au fait que la LFP éditera CFoot tout en organisant l'appel d'offres sur les droits des matchs, CFoot n'ayant pas vocation à y répondre, sauf si certains matchs de Ligue 1 ne trouvent pas preneur à un prix suffisant. L'objectif est bien de sanctuariser les montants des droits de la Ligue 1, mais la question reste de savoir s'il y a de la place pour un acteur prêt à déboursé chaque année 200 millions d'euros dans le football et dont l'offre serait rentable par rapport à celle de Canal+ ?

Les négociations sur l'avenir d'Orange Sport témoignent d'ailleurs des difficultés que devrait rencontrer la LFP, les candidats potentiels au rachat n'envisageant pas de proposer des matchs de Ligue 1 aux tarifs élevés sans disposer au préalable d'une taille critique. Outre Canal+ qui suit depuis son ouverture le dossier Orange Sport, Orange est en discussion avec TF1 (Eurosport) et Disney (ESPN) pour la cession de sa chaîne. Sa valorisation dépendra de la stratégie du repreneur, selon qu'il souhaitera se positionner sur le football, récupérer un parc d'abonnés ou récupérer des droits sportifs bon

marché. C'est par exemple ce qui suscite l'intérêt d'Eurosport, son directeur général pour la France, Arnaud Simon, ayant déclaré à *La Tribune* qu'il était d'abord intéressé par les droits détenus par Orange Sport sur les masters 1000 de tennis et le championnat de handball, droits complémentaires de ceux qui sont détenus par Eurosport. En cas de reprise d'Orange Sport, Eurosport ne participera donc pas à l'appel d'offres sur les droits de la Ligue 1 parce que, selon son directeur général, *« Économiquement, cela n'aurait aucun sens »*.

Sources :

- « Orange cherche des partenaires pour rester un acteur clef de la télévision », Solveig Godeluck, *Les Echos*, 6 juillet 2010.
- « L'exclusivité d'Orange Sport reconnue », *La Tribune*, 15 juillet 2010.
- « Orange pourra réserver sa chaîne Orange Sport à ses abonnés », N.S., *Les Echos*, 15 juillet 2010.
- « Orange veut faire de la Ligue de foot et de Canal+ des partenaires », N.S., *Les Echos*, 27 juillet 2010.
- « Télévision payante : le retrait d'Orange remet Canal+ en position de force », Guy Dutheil, *Le Monde*, 31 juillet 2010.
- « Orange et Canal+ finalisent leurs négociations sur les chaînes cinéma », Jamal Henni *La Tribune*, 27 août 2010.
- « Les clubs de foot sceptiques sur le reprise d'Orange Sport », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 9 septembre 2010.
- « AB s'intéresse aux chaînes cinéma d'Orange », Jamal Henni *La Tribune*, 6 octobre 2010.
- « Le fonds Parsifal candidat au rachat d'Orange cinéma séries », Paule Gonzalez *Le Figaro*, 9 novembre 2010.
- « Eurosport voit la vie d'Orange Sport sans la Ligue 1 », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 29 novembre 2010.
- « Droit du foot : les clubs donnent le coup d'envoi », Paule Gonzalez et Cyrille Haddouche, *Le Figaro*, 29 novembre 2010.
- « TNT payante : les candidats présentent leurs projets au CSA », N.S., *Les Echos*, 14 décembre 2010.
- « Trois projets pour sauver la TNT payante », Paule Gonzalez *Le Figaro*, 14 décembre 2010.
- « La Ligue de football va lancer sa chaîne l'été prochain », Sandrine Cassini *La Tribune*, 15 décembre 2010.
- « La Ligue lance sa chaîne foot face au monopole de Canal+ », Nathalie Silbert et Philippe Bertrand, *Les Echos*, 15 décembre 2010.
- « Orange renonce à être un opérateur de chaînes de télévision », Cécile Ducourtieux et Guy Dutheil, *Le Monde*, 18 décembre 2010.
- « Orange et Canal+ fiancent leurs chaînes cinéma », Nathalie Silbert, *Les Echos*, 20 janvier 2011.

- « Orange devient l'actionnaire de référence de DailyMotion », G. de *Les Echos*, 24 janvier 2011.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date crée

21 décembre 2010

Auteur

alexandrejoux