

---

## 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 by the arrival of Stéphane Richard at the head of France Télécom-Orange in March 2010, the redefinition of the operator's communications strategy on content entails currently a recomposition of the French pay TV market. Orange is not withdrawing definitively from the market but is privileging former technological partnerships or minority participations, as its CEO announced on July 5, 2010, on the occasion of the presentation of its five-year strategic plan. Stéphane Richard has taken note of the check of the exclusivity in content managed by the group since 2007, which was a response to the TPS-CanalSatellite merger. The merger of the two bundles had in effect led to the takeover of exclusive channels such as LCI or Eurosport, previously distributed by Orange which had to search for ways to secure its access to rights in its own content (see n°8 of *La revue européenne des médias*, autumn 2008). Conversely, notably in football where Orange spends each year 203 million euros to the Ligue de football professionnel (LFP) to broadcast primarily the match of the Saturday evening (see 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 even less good than those of its competitors SFR and Bouygues Télécom during the same period.

Orange Sport and the Orange Cinema Series channels have nevertheless gained 752,000 Orange subscribers on a base of 2.7 million ADSL Orange eligible subscribers: a good performance which remains insufficient, compared to 5 million subscribers at Canal+. Finally, the strategy of double exclusivity of Orange, which subordinates access to its channels to the prior subscription to an offer of ADSL, has long been a threat (see n°10-11 of *La revue européenne des médias*, spring-summer 2009). Paradoxically, it is at this 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 context of the consumer's right, a procedure instructed by the Autorité de la concurrence and still ongoing. Thus, in its decision of July 13, 2010, the Cour de cassation has recognized that « *tous les fournisseurs d'accès à Internet s'efforcent d'enrichir le contenu de leurs offres pour les rendre plus attractives par des services innovants ou l'acquisition de droits exclusifs sur des contenus audiovisuels* », the consumer being « *en connaissance de cause* ». Orange will therefore be able to rely on its exclusivities, but these will finally pass through partnerships, as it has done with 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 interrogé 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, créée par des anciens du fonds KKR habitués 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 s'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 alloué 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 Cinemas Series de l'opérateur de télécommunications a été rapidement mis en place, la cession d'Orange Sport se révèle 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'était 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'élevaient 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

a? proposer la rediffusion sur CFoot des 9 matchs de la Ligue 2 dont les droits n'ont pu e?tre ce?de?s, et de deux matchs de la ligue 1 en diffe?re?. Face au CSA, le pre?sident de la LFP a promis un lancement en juillet 2011, pour le de?but de la nouvelle saison de football, et a pre?cise? miser sur 700 000 abonne?s a? l'horizon 2014 sur la TNT payante, et 3,5 millions d'abonne?s toutes plates- formes confondues. Pour atteindre une telle audience, la chai?ne sera vendue environ 4 euros par mois et devrait e?tre rentable de?s 2012. Le 14 de?cembre 2010, le CSA donnait le re?sultat de l'appel d'offres sur la fre?quence de TNT payante libe?re?e par Canal J (Lagarde?re) et choisissait CFoot face aux deux autres offres concurrentes (Canal+ Family et TV Nume?ric). Pour le CSA, le football peut donner un nouvel e?lan a? la TNT payante qui n'a conquis en cinq ans que pre?s de 1 million d'abonne?s, essentiellement sur les chai?nes TNT de Canal+ (voir *supra*). Sur le plan re?glementaire, le CSA n'a pas de?cele? de conflit d'inte?re?t lie? au fait que la LFP e?ditera CFoot tout en organisant l'appel d'offres sur les droits des matchs, CFoot n'ayant pas vocation a? y re?pondre, sauf si certains matchs de Ligue 1 ne trouvent pas preneur a? 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 pre?t a? de?bourser chaque anne?e 200 millions d'euros dans le football et dont l'offre serait rentable par rapport a? celle de Canal+ ?

Les ne?gociations sur l'avenir d'Orange Sport te?moignent d'ailleurs des difficulte?s que devrait rencontrer la LFP, les candidats potentiels au rachat n'envisageant pas de proposer des matchs de Ligue 1 aux tarifs e?leve?s sans disposer au pre?alable 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 chai?ne. Sa valorisation de?pendra de la strate?gie du repreneur, selon qu'il souhaitera se positionner sur le football, re?cupe?rer un parc d'abonne?s ou re?cupe?rer des droits sportifs bon marche?. C'est par exemple ce qui suscite l'inte?re?t d'Eurosport, son directeur ge?ne?ral pour la France, Arnaud Simon, ayant de?clare? a? *La Tribune* qu'il e?tait d'abord inte?resse? par les droits de?tenus par Orange Sport sur les masters 1000 de tennis et le championnat de handball, droits comple?mentaires de ceux qui sont de?tenus par Eurosport. En cas de reprise d'Orange Sport, Eurosport ne participera donc pas a? l'appel d'offres sur les droits de la Ligue 1 parce que, selon son directeur ge?ne?ral, « *e?conomiquement, cela n'aurait aucun sens* ».

Sources :

- « Orange cherche des partenaires pour rester un acteur clef de la te?le?vision », Solveig Godeluck, *Les Echos*, 6 juillet 2010.
- « L'exclusivite? d'Orange Sport reconnue », I.R., *La Tribune*, 15 juillet 2010.
- « Orange pourra re?server sa chai?ne Orange Sport a? ses abonne?s », 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.
- « Te?le?vision payante : le retrait d'Orange remet Canal+ en position de force », Guy Dutheil, *Le Monde*, 31 juillet 2010.
- « Orange et Canal+ finalisent leurs ne?gociations sur les chai?nes cine?ma », Jamal Henni, *La Tribune*, 27 aou?t 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 Gonzales, *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 Gonzales 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 Gonzales, *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 C., *Les Echos*, 24 janvier 2011.

## Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

## date créée

21 décembre 2010

## Auteur

alexandrejoux