

Droits du foot : BeInSport s'impose dans le paysage audiovisuel franc_ais

written by Alexandre Joux | 22 septembre 2012

Pendant l'été 2012, les chaînes BeInSport 1 et BeIn-Sport 2, créations du Qatar et du groupe Al-Jazira, ont été lancées en France, profitant chacune d'une actualité sportive très riche. Grâce à un accord de distribution avec le groupe Canal+, les deux chaînes qataries devraient pouvoir s'imposer dans le paysage audiovisuel franc_ais, au moins jusqu'aux prochains appels d'offres sur les droits du football où les nouveaux équilibres imposés par Al-Jazira pourraient être remis en question.

[BeInSport](#) 1 a été lancée le 1^{er} juin 2012 afin d'ouvrir son antenne par la diffusion de l'Euro 2012, dont elle avait acquis les droits en avril 2012 (voir *REM* n°22-23, p.29). Selon *Le Figaro*, après un mois d'existence, BeInSport avait déjà conquis entre 350 000 et 400 000 abonnés, le quotidien s'appuyant sur les données communiquées par les fournisseurs d'accès à Internet. En effet, faute d'un accord début juin avec le groupe Canal+ pour la reprise des chaînes qataries sur CanalSat, BeInSport 1 n'était accessible à son lancement que dans les offres de chaînes payantes proposées par les FAI. Ces chiffres, élevés, sont liés en partie au fait que les deux, voire les trois premiers mois d'abonnement sont offerts, avec la possibilité de se désister à tout moment. Reste qu'Orange Sport avait mis plusieurs années avant d'atteindre le même nombre d'abonnés, la chaîne comptant d'ailleurs 400 000 abonnés le jour de sa fermeture, le 30 mai 2012. L'enjeu pour BeInSport 1 sera donc de fidéliser ces nouveaux abonnés au-delà de la période d'essai, le taux de résiliation des chaînes payantes étant proche de 40 % en moyenne dans les trois premiers mois, et de 60 % après six mois. Or les chaînes qataries, pour amortir leurs investissements dans les droits sportifs, visent à terme 3 millions d'abonnés.

Parce que la rentabilité de BeInSport 1 et 2 passe par la fidélisation de l'équivalent des deux tiers des abonnés à Canal+ en France, un accord a été finalement trouvé, le 25 juin 2012, entre les chaînes qataries et le premier groupe français de télévision payante. Le lendemain, BeInSport était disponible sur le canal 97 de CanalSat, BeInSport 2 bénéficiant du canal 98 pour le jour de son lancement, le 28 juillet 2012. CanalSat commercialise 11 euros par mois le duo de chaînes auprès de ses 6 millions de clients, et notamment auprès du million d'abonnés à Foot+, dont l'offre de matchs de football s'est fortement réduite après les rachats en masse de BeInSport. Autant dire que l'accord entre les

deux groupes, qui se sont retrouvés en concurrence frontale sur le marché des droits sportifs depuis l'été 2011, vient répondre momentanément à des intérêts partagés. BeInSport a besoin de Canal+ pour espérer atteindre ses objectifs et Canal+, privé d'une grande partie de son offre de sport pour ses chaînes dédiées, Foot+ notamment, a besoin désormais de BeInSport pour proposer à ses abonnés passionnés de football l'ensemble de la Ligue de football.

La réside du reste la stratégie de BeInSport : le 11 juillet 2012, Charles Biétry, vice-président de BeInSport, faisait le bilan des chaînes qatariennes six semaines après le lancement de BeInSport 1 et rappelait à cette occasion que la diffusion de la Ligue 1, à compter du mois d'août, ainsi que de la Ligue des champions seront les événements qui révéleront aux passionnés de football qu'ils sont désormais captifs de BeInSport. En effet, Canal+ diffuse désormais les deux meilleures affiches de la Ligue 1 mais ne propose plus la totalité des matchs, les droits ayant été acquis par BeInSport, ce qui fait dire à Charles Biétry que « *Canal est une chaîne de cinéma, de séries, mais pas une chaîne uniquement de sport* ». Autant dire que BeInSport vise tout simplement un monopole sur les chaînes sportives en France, à l'exception des plus grandes affiches laissées aux chaînes généralistes, telles les deux affiches de la Ligue 1 sur Canal+ et les 19 matchs en clair de l'Euro 2012 laissés à TF1 et M6. En ce qui concerne Canal+, l'accord avec BeInSport lui a permis d'anticiper les obligations imposées par l'Autorité de la concurrence pour l'autorisation renouvelée de la fusion entre TPS et CanalSat (voir *infra*).

La stratégie d'Al-Jazira, reposant sur la constitution d'une offre sportive intégrale, s'est également concrétisée le 28 juillet 2012 avec le lancement de BeInSport 2 à l'occasion des Jeux olympiques de Londres, dont elle a diffusé l'intégralité des matchs de basket, de tennis et surtout de handball. En couvrant les Jeux olympiques, transformés par France Télévisions, qui en avait l'exclusivité en clair, en programme phare de l'été, BeInSport 2 a donc à encore joué la stratégie de la chaîne de complément, par rapport aux généralistes, pour les passionnés de sport, France Télévisions ne retransmettant que les matchs les plus importants du fait de la multiplicité des compétitions au même moment durant les Jeux. En définitive cette stratégie aura permis à BeInSport 1 et 2 de convaincre quelque 500 000 abonnés début août 2012, selon un communiqué du groupe.

Reste à savoir si, à l'occasion des prochains appels d'offres sur les droits sportifs, quand BeInSport devra remettre en jeu les droits acquis cette dernière année, une lutte nouvelle ne sera pas lancée par Canal+, au prix d'une forte surenchère, pour exclure BeInSport du marché français. Cette possibilité est très probable si BeInSport n'arrive pas, dans les prochaines années, à conquérir le nombre d'abonnés – très élevé – nécessaire à son équilibre économique. La surenchère s'est en tout cas

produite au Royaume- Uni et en Allemagne où les chaînes Sky augmentent leurs dépenses pour interdire l'arrivée de concurrents nouveaux disposant de chaînes sportives (voir *infra*).

Sources :

- « BeInSport aurait séduit entre 350 000 et 400 000 abonnés », Paule Gonzalès, *Le Figaro*, 26 juin 2012.
- « Canal+ signe un accord de distribution avec BeInSport 1 et 2 », *Les Echos*, 27 juin 2012.
- « BeInSport : les abonnés sont au rendez-vous », Reuters/Jacky Naegelen, *L'Express*, 3 juillet 2012.
- « BeInSport a dépensé 330 millions d'euros dans les droits », Sandrine Cassini, *latribune.fr*, 11 juillet 2012.
- « Après avoir investi plus de 300 millions dans l'achat de droits sportifs, BeIN Sport affiche sa confiance », Fabienne Schmitt et M-J. L., *Les Echos*, 12 juillet 2012.
- « BeInSport bouscule le Yalta du sport à la télévision », Paule Gonzalès, *Le Figaro*, 1er août 2012.