

Droits sportifs et visibilité : le sport à la télévision devient un exercice à risque

Description

L'inflation constatée sur les droits de retransmission de certaines compétitions sportives n'est pas généralisable. En effet, même sur un marché très concurrentiel, tous les sports n'ont pas le même intérêt pour les chaînes : certains, par leur nature, sont trop difficilement programmables malgré leur vraie popularité, ou alors ne proposent pas suffisamment de compétitions au bon moment pour faire l'objet d'une inflation. Quant aux ligues, elles peuvent profiter la visibilité apportée par les grandes chaînes aux outsiders aux poches profondes, notamment quand leurs ressources dépendent très partiellement des droits sportifs.

En banalisant l'accès à la vidéo à la demande dans les foyers, l'internet a considérablement diminué l'intérêt des programmes de stock pour la télévision, souvent piratés, échangés, « déjà vus ». Pour les chaînes, le direct est donc le moyen le plus efficace de fidéliser un téléspectateur et de marquer sa différence par rapport aux promesses de la vidéo en ligne. Pour les programmes en direct, ceux du sport comptent parmi les plus fédérateurs, au moins pour les grands sports : le football, le rugby, le tennis dans la plupart des pays, le basket et le hockey outre-Atlantique. Dès lors, l'inflation sur les droits semble inévitable. Mais les droits sportifs n'ont pas, pour toutes les ligues, la même importance financière : quand ils ne représentent qu'une partie infime du financement du sport, céder les droits à un outsider, c'est perdre en visibilité et donc en recettes de sponsoring, en billetterie, etc. D'autres arguments expliquent pourquoi une inflation n'est pas toujours avérée. Les chaînes ont parfois besoin d'un sport pour asseoir leur notoriété et la force de leur marque. Elles gagnent ainsi avec certains matchs prestigieux une part de la visibilité et de l'aura de la chaîne dont elles sont le diffuseur. Mais l'exercice peut coûter très cher, au point parfois pour les chaînes d'aller chercher ailleurs les moyens de renforcer leur image de marque. Le juste prix pour les droits, entre visibilité pour les ligues et notoriété pour les chaînes, est donc toujours le résultat d'un arbitrage qui explique pourquoi on ne peut pas comparer le football, le rugby ou encore le tennis, sous le seul angle des droits de retransmission à la télévision.

Le football en France et au Royaume-Uni : quand la notoriété du sport déborde les chaînes

Dans l'équation délicate entre coût des droits et visibilité, le football s'en sort bien. Ce sport bénéficie en fait d'une telle popularité qu'il peut prendre le risque d'une inflation sur les droits, y compris quand celle-ci conduit à une moindre exposition des matchs. C'est le foot qui apporte sa visibilité à une offre, et non l'inverse. Cette situation se constate en France comme au

Royaume-Uni où les configurations du marché sont pourtant différentes. Longtemps monopole ou quasi-monopole du groupe Canal+, la Ligue 1 française fait aujourd'hui l'objet d'une concurrence très rude depuis le lancement de BeInSport le 1^{er} juin 2012. Pour s'imposer, les nouvelles chaînes sportives qataries ont en effet besoin de la visibilité du football et notamment de la Ligue 1 qui, par sa dimension «feuilletonnante», est même de fidéliser des abonnés. Si BeInSport n'a pas surenchérit massivement sur les droits de la Ligue 1 qu'elle a acquis, elle a obligé Canal+ à sur-encherir sur les meilleurs matchs, achetant 420 millions d'euros par an, quand la chaîne cryptée avait toute la Ligue 1 pour 45 millions d'euros de plus lors du précédent appel d'offres (voir *REM* n°22-23, p.29). Acquiescer les meilleurs matchs de la Ligue 1 était crucial pour Canal+ qui aurait, sinon, perdu l'un des principaux motifs d'abonnement à son offre.

Pour la LFP (Ligue de football professionnel), choisir BeInSport, donc une moindre exposition de la Ligue 1, n'a pas été perçue comme une perte de valeur pour la compétition alors même que les matchs diffusés sur BeInSport ont été vendus avant même que la chaîne ne commence à émettre (elle comptait fin 2013 1,5 million d'abonnés, contre 5 millions pour Canal+). En effet, la Ligue 1, par la nature même de la compétition, est un événement sportif qui bénéficie d'une grande notoriété, impliquant des reprises des journaux de compétition dans les JT, les magazines. La Ligue 1 peut donc se permettre d'être diffusée uniquement sur des chaînes payantes, et même sur les chaînes ayant le moins d'audience. Au contraire, elle attirera elle seule des abonnés. En revanche, le financement des clubs et de la compétition étant très coûteux, aucune concession ne peut être faite sur le montant des droits, le football français dépendant à 65 % des droits de retransmission télévisive. C'est la raison pour laquelle la LFP doit impérativement favoriser l'émergence de concurrents à chaque appel d'offres, afin de prévenir l'inflation, au risque de menacer chaque fois son partenaire historique et la visibilité de la compétition.

La même logique a prévalu au Royaume-Uni où la Premier League a incarné l'offre de sports de BSkyB (contrairement à 39 % par 21st Century Fox), avant que la concurrence n'apparaisse, le 1^{er} août 2013, à l'occasion du lancement de deux chaînes sportives BT Sport 1 et 2, créées par l'opérateur British Telecom. Ce dernier a acheté en juin 2012 quelque 38 matchs en direct de la Premier League pour les saisons 2013-2016 moyennant 738 millions de livres (874 millions d'euros). Depuis, l'envolée des droits sur les compétitions de football est inévitable. En novembre 2013, British Telecom s'est emparé de la totalité des droits de diffusion des deux coupes européennes, la Champions League et l'Europa League, pour les saisons 2015-2018, moyennant 897 millions de livres (1,06 milliard d'euros), ce qui correspond à une hausse du coût des droits de 125 % par rapport au précédent appel d'offres. L'accès à ces coupes, en plus du championnat national, est en effet indispensable pour les chaînes sportives car l'ensemble représente 350 matchs par saison, de quoi remplir une grille et fidéliser les télé-spectateurs. C'est d'ailleurs le principal argument invoqué par British Telecom, qui met ses chaînes sportives à la disposition de ses abonnés internet : l'objectif est de verrouiller sa base d'abonnés *triple play* et même d'en conquiescir de

nouveaux, reproduisant ici une stratégie sur laquelle Orange a préféré revenir en France, les investissements dans les chaînes sportives et le cinéma n'ayant pas permis à l'opérateur de verrouiller significativement son parc d'abonnés (voir *REM* n°17, p.19).

Aux Etats-Unis, le lancement le 17 août 2013 de Fox Sports 1 (FS1), une nouvelle chaîne sportive éditée par 21st Century Fox, a également conduit à une inflation significative du coût des droits des compétitions les plus prestigieuses, quelque 9 milliards de dollars ayant été dépensés en quatre ans pour enrichir la grille de FS1, essentiellement dans le football américain, le basket et le baseball, mais aussi dans le foot, FS1 devant diffuser certains matchs de la Coupe du monde en 2014, ainsi que la Ligue des champions européenne. FS1, comme BeInSport en France, vient aux Etats-Unis se confronter au leader en situation de quasi-monopole, la chaîne ESPN, détenue par le groupe Disney (80 %) et Hearst (20 %).

Mais toutes les compétitions sportives n'ont pas le même attrait pour les chaînes et l'inflation n'est pas inéluctable. En France, Canal+ a soutenu l'inflation parce qu'il lui a fallu offrir son offre de football après l'arrivée de BeInSport, ce qui l'a conduit à s'emparer des lots jusqu'ici en clair de la coupe de l'UEFA, après avoir perdu les autres matchs au profit de BeInSport, ou encore à racheter les droits de la Coupe de la Ligue. Et Canal+ a également mis sur d'autres sports comme la Formule 1. Or, cette inflation française, entre 30 et 50 % selon les droits sportifs, peut être considérée comme artificielle, donc non liée à la structure du marché de la télévision payante, lequel par son chiffre d'affaires n'est pas en mesure de supporter un coût aussi élevé des droits sportifs. Le Groupe Canal+ a d'ailleurs porté plainte contre BeInSport en juillet 2013 pour « distorsion de concurrence », considérant que BeInSport investit dans les droits sportifs grâce au soutien de son actionnaire (l'Etat du Qatar), sans aucune perspective de rentabilité, ce qui peut conduire à l'étouffement de la concurrence. En effet, l'abonnement aux chaînes BeInSport est facturé 11 euros par mois et BeInSport a dépensé plus de 400 millions d'euros en droits sportifs. Il lui faudrait donc 5 millions d'abonnés pour qu'elle amortisse ses coûts, ce qui paraît improbable sur le marché français, même si les deux chaînes ont gagné 1,5 million d'abonnés en un an et demi, une performance que TPS avait mis dix ans à atteindre. La judiciarisation des relations entre Canal+ et BeInSport est par ailleurs récemment renforcée avec l'envoi, début janvier 2014, par le Groupe Canal+, d'une note blanche aux pouvoirs publics dans laquelle Canal+ dénonce un conflit d'intérêts du Qatar sur le futur appel d'offres des droits de la Ligue 1, prévu en 2015. Acheteur avec BeInSport, le Qatar, qui possède également le PSG, est donc aussi vendeur, les clubs possédant les droits audiovisuels de leurs matchs, et tout à la fois intermédiaire commercial, le Qatar étant représenté au sein de la LFP au titre du PSG. Canal+ demande donc un décret interdisant à un propriétaire de club de foot de participer aux appels d'offres sur les droits audiovisuels, une situation dans laquelle la chaîne cryptée s'est longtemps trouvée lorsqu'elle détenait le PSG. Reste que BeInSport et le PSG sont deux entités différentes qui ne partagent véritablement que leur président, Nasse Al Khelaifi.

Lorsque BeInSport ne se positionne pas sur certaines compétitions, l'inflation est donc logiquement

moins importante. C'est le cas notamment pour les matchs de l'équipe de foot de France, où les plus belles affiches sont considérées comme des événements d'importance majeure, donc des matchs devant être diffusés en clair, ce qui favorise les grandes chaînes nationales, au premier rang desquelles TF1 qui monopolise la compétition. La chaîne a ainsi payé 120 millions d'euros pour la Coupe du monde 2010 et 130 millions d'euros pour 2014. S'il n'y a pas d'inflation, les montants sont en revanche très élevés depuis toujours et la rentabilité impossible pour les chaînes qui investissent à perte dans ces compétitions prestigieuses pour conforter leur statut de leader. Ici, la visibilité de la compétition l'emporte et c'est la chaîne leader, en France TF1, qui considère ne pas pouvoir ne pas être le diffuseur officiel de l'équipe nationale de foot. Ainsi, TF1 cherche à céder aux chaînes payantes françaises une partie des matchs de la Coupe du monde 2014 qu'elle détient afin d'alléger le coût des droits, mais aucun des matchs de l'équipe de France n'est proposé à la vente. Pour les matchs de l'équipe de France jusqu'à la Coupe du monde 2018, la chaîne profite en revanche de l'absence de concurrence des chaînes payantes sur les appels d'offres pour contenir la hausse du coût des droits. L'UEFA, qui commercialise les droits, a d'ailleurs déclaré infructueux un premier appel d'offres pour les droits de l'équipe de France pour la période 2014-2018, seul TF1 ayant fait une offre à 100 millions d'euros, ce qui a conduit à l'ouverture de négociations entre TF1 et l'UEFA pour trouver un accord sur le prix des droits, accord finalement scellé le 21 décembre 2013.

Au Royaume-Uni, le même phénomène se produit. La première chaîne privée, ITV, trône les droits de la Coupe du monde de football en payant 100 millions de livres pour diffuser le Coupe du monde 2018, loin des sommes que BSkyB et British Telecom proposent sur les appels d'offres qu'elles jugent stratégiques. Autant dire que si une compétition n'est pas stratégique, notamment parce qu'elle n'est pas adaptée à la grille des chaînes, ou si c'est un sport qui dans son ensemble n'est pas jugé stratégique, le coût des droits de retransmission s'effondre.

Le tennis français et le rugby : de beaux sports, mais pas à n'importe quel prix

Aimé des téléspectateurs, le tennis français, à l'inverse du football, ne bénéficie pas du même engouement des chaînes et constitue un cas exemplaire de sport mal calibré pour la télévision. Son premier défaut est de ne pas proposer une compétition à l'annuelle, qui permettrait de fidéliser les abonnés des chaînes payantes avec des rendez-vous réguliers. Le tennis se structure en effet autour des quatre tournois du Grand Chelem. Son second défaut est de ne pas avoir de règles imposant une durée de jeu définie, ce qui permet facilement d'inscrire un match dans une grille de programmes. Pour diffuser un tournoi, il faut donc casser momentanément la grille de programmes de la chaîne, supprimer certains rendez-vous, ce à quoi se refusent de nombreux diffuseurs. Dès lors, certains candidats ont un avantage certain, comme en France le groupe France Télévisions, capable de diffuser une journée entière de matchs en basculant la retransmission entre France 2 et France 3, notamment au moment du JT. Et cette stratégie est payante pour France Télévisions qui diffuse Roland-Garros, le « Grand Chelem français », depuis 1987, événement qui lui assure de très bonnes audiences chaque début d'été. Mais comme France Télévisions est le seul

diffuseur capable de s'adapter aux contraintes du tennis, le montant des droits pour le tournoi est relativement faible, 16,5 millions d'euros en 2013 en incluant les droits sur mobiles.

Afin de profiter de la surenchère sur les droits sportifs depuis l'arrivée de BeInSport en France, la Fédération française de tennis (FFT) a lancé le 10 septembre 2013 un appel d'offres pour les droits de rediffusion de Roland-Garros sur la période 2014-2018 en s'inspirant du modèle des appels d'offres de la Ligue de football professionnel. Les droits du tournoi ont été proposés en trois lots avec prix de réserve, un lot *premium* (les matchs à partir de 15 heures sur les trois principaux courts de Roland-Garros), un lot portant sur l'intégralité de la compétition, adapté aux chaînes payantes disposant d'un bouquet de canaux dédiés à la diffusion à la demande, un lot pour tablettes et mobiles. Estimant les droits actuels sous-évalués, la FFT visait au moins 30 millions d'euros, soit le double de ce qu'elle reçoit actuellement, afin d'aligner les droits de Roland-Garros sur les autres tournois, la BBC payant ainsi 40 millions de livres (52 millions d'euros) pour diffuser le tournoi de Wimbledon. Le 10 octobre 2013, dernier jour de remise des offres, la FFT a dû revoir ses positions lorsqu'elle a déclaré infructueux l'appel d'offres. Seuls France Télévisions et Eurosport avaient fait une offre, inférieure chaque fois au prix de réserve, les chaînes payantes Canal+ et BeInSport n'ayant pas candidaté pour un événement sportif certes majeur, mais qui les auraient obligés à programmer d'autres sports tout aussi prestigieux.

A l'inverse, les droits de diffusion en France du tournoi de Wimbledon pour la période 2014-2018 ont fait l'objet d'une vraie compétition entre Canal+ et BeInSport, qui s'en est emparé au détriment de la chaîne cryptée, laquelle avait jusqu'ici l'exclusivité de la diffusion de Wimbledon moyennant 3 millions d'euros par an. Mais Wimbledon a un avantage sur Roland-Garros, avantage sans aucun lien avec le tennis. C'est la seule compétition sportive d'importance qui se situe au moment de la pause estivale des footballeurs, permettant ainsi de proposer un pont entre deux saisons de foot pour les abonnés de Canal+ comme pour ceux de BeInSport.

L'organisation des compétitions, leur calendrier, la capacité à proposer des matchs à des intervalles précis, sur des durées déterminées à l'avance est donc un atout essentiel pour un sport ambitionnant de passer à la télévision. C'est exactement ce qui s'est passé avec le rugby, et notamment avec le Top 14, le championnat national dont les droits de diffusion sont commercialisés par la LNR (Ligue nationale de rugby). Le Top 14 propose un calendrier de rencontres structuré, à «feuilletonnant», comme la Ligue 1 de football, ce qui a conduit le Groupe Canal+ à s'intéresser depuis 1995, transformant ce sport collectif, confidentiel d'un point de vue médiatique, en une véritable alternative au football. Faute de véritable concurrence sur les droits, Canal+ n'a jamais surpayé la diffusion des matchs du Top 14, la chaîne versant à la LNR 31,7 millions d'euros en 2013. Et Canal+ en a historiquement profité. Lors du précédent appel d'offres, pour la période 2012-2016, la chaîne cryptée n'avait proposé à la LNR que 18 millions d'euros par an pour deux matchs par jour, ce qu'elle avait refusé la LNR qui était parvenue à un accord sur 30 millions d'euros en 2012 (plus 1 million par année supplémentaire), un montant à ses yeux insuffisant qui avait aussi conduit les deux acteurs à inclure dans leur contrat une

option permettant à la LNR de dénoncer le contrat à mi-parcours, soit entre le 1er septembre et le 31 décembre 2013. Constatant l'inflation sur les droits sportifs depuis l'arrivée de BeInSport en 2012, la LNR a donc profité de cette option pour inviter, dès septembre 2013, les diffuseurs français à se positionner sur le Top 14, et BeInSport s'est bien sûr positionné sur la compétition. BeInSport a considéré que l'exclusivité du Top 14 lui apporterait 500 000 abonnements supplémentaires, soit 40 millions d'euros par an, ce qui permet mécaniquement de fixer un seuil pour les droits du rugby supérieur à ce que verse actuellement Canal+. Ce dernier a donc été contraint de négocier avec la LNR à qui il a proposé de doubler sa contribution, offrant ainsi jusqu'à 66 millions d'euros par saison. Mais cette hyperinflation n'a pas suffi à la LNR qui a préféré rompre le contrat la liant avec Canal+ le 2 décembre 2013, afin de lancer, dès le 4 décembre 2013, un appel d'offres en bonne et due forme pour les saisons 2014-2018, avec un prix de réserve de 66 millions d'euros, celui-là même proposé par Canal+. L'exercice est alors devenu délicat pour Canal+, pour BeInSport et pour la LNR qui a pris le risque de perdre beaucoup. Canal+ a en effet très vite assigné la LNR en justice pour négociation inéquitable, menaçant de rendre caduc l'appel d'offres de la LNR, voire de rendre caduque la rupture du contrat entre Canal+ et la LNR. Quant à BeInSport, la judiciarisation du dossier lui fait courir un risque, le prix de réserve étant supérieur à ce que la chaîne estime pouvoir gagner grâce au Top 14, et ce alors même qu'une plainte pour distorsion de concurrence a été déposée à son encontre par Canal+. Enfin, la LNR a pris le risque de se brouiller avec son client historique et ses 5 millions d'abonnés, Canal+ ayant donné au rugby ses lettres de noblesse, mais seulement très récemment. Or les droits TV ne représentent pour la LNR que 8 % de son budget annuel : une perte de visibilité du rugby liée à un passage sur BeInSport (1,5 million d'abonnés) ou une communication désastreuse autour de la ligue nationale pourrait coûter beaucoup plus au rugby français, du point de vue du sponsoring et de la billetterie, que ne rapportera l'augmentation des droits TV. Ces différents paramètres ont probablement incité la LNR à revoir sa position, ce qui l'a conduite à mettre fin à son appel d'offres le 10 janvier 2014, trois jours avant son terme, et à reprendre les négociations avec Canal+. Cinq jours plus tard, les deux parties confirmaient leur accord sur un montant de 71 millions d'euros par saison, la LNR ayant gagné son bras de fer avec Canal+, qui se protège avec cette inflation d'une concurrence nouvelle de la part de BeIn Sport.

Sources :

- « Foot : la tɔlɔ anglaise bascule dans la guerre des prix », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 27 juin 2013.
- « Droits sportifs : Canal+ porte plainte contre BeIn Sport », P.G., *Le Figaro*, 11 juillet 2013.
- « Top 14 rugby : nouveau bras de fer en vue entre Canal+ et BeIn », Fabienne Schmitt avec Christophe Palierse, *Les Echos*, 4 juin 2013.
- « Roland-Garros, la bataille des droits TV », Paule Gonzalès, *Le Figaro*, 11 juin 2013.
- « Avec Fox Sports 1, Murdoch s'attaque à la domination d'ESPN dans le sport », Karl de Meyer, *Les Echos*, 19 août 2013.
- « Roland-Garros : les droits TV aiguisent les appétits », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 11

septembre 2013.

- « Droits télévisés de Roland-Garros : la FFT fait monter les enchères », Christophe Palierse et Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 11 septembre 2013.
- « La Ligue de rugby consulte sur ses droits TV », Christophe Palierse, *Les Echos*, 16 septembre 2013.
- « Droits TV du rugby : la compétition est lancée entre Canal+ et BeIn-Sport », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 25 septembre 2013.
- « Droits TV de Roland-Garros : échec de l'appel des offres de la fédération de tennis », F. Sc. et C.P., *Les Echos*, 11 octobre 2013.
- « Football : timide bataille pour les droits télévisés des Bleus », Christophe Palierse et Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 15 octobre 2013.
- « BeIn Sport riposte aux attaques de Canal+ », interview de Yousef al-Obaidly, directeur général de BeIn Sport, par Enguerrand Renault, *Le Figaro*, 24 octobre 2013.
- « beInSport souffle les droits de Wimbledon à Canal+ », E.R., *Le Figaro*, 9 novembre 2013.
- « Droits sportifs : BT frappe un grand coup avec la Champions League », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 12 novembre 2013.
- « BT mise 897 millions de livres pour attaquer BSkyB dans le football », Amandine Alexandre, *Le Figaro*, 13 novembre 2013.
- « Pourquoi TF1 peut dire merci aux Bleus », Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 25 novembre 2013.
- « Canal+ bien placé pour conserver l'exclusivité des droits TV du rugby », Christophe Palierse et Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 3 décembre 2013.
- « Droits télévisés du rugby : beInSport défie Canal+ sur son terrain », Caroline Sallé et Arnaud Coudry, *Le Figaro*, 4 décembre 2013.
- « Canal+ va attaquer en justice la Ligue nationale de rugby », Caroline Sallé et Arnaud Coudry, *Le Figaro*, 11 décembre 2013.
- « TF1 diffusera les matchs des Bleus jusqu'en 2018 », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 23 décembre 2013.
- « Football : comment Canal+ espère contre BeIn Sports », Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 8 janvier 2014.
- « Droits TV du Top 14 : la Ligue nationale de rugby stoppe l'appel des offres », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 11 janvier 2014.
- « Canal+ garde les droits du championnat de France de rugby », Romain Schneider, *Le Figaro*, 15 janvier 2014.

Categorie

1. Economie

date créée

23 avril 2014

Auteur

alexandrejoux