

Il faut payer pour

Hormis quelques événements protégés par un dispositif législatif, le sp

« OUVIII ! » À 2 h 14 du matin, mercredi, près de 200 000 téléspectateurs branchés sur D 8 ont partagé le cri extatique lâché par le consultant Alain Roche, au moment où Matuidi arrachait l'égalisation pour le PSG face au Barça (2-2). Eh oui, sans abonnement, il fallait veiller bien tard pour voir le quart aller de la C 1, dont le direct était réservé à la clientèle de Canal +, à celle des bars équipés d'un grand écran ou aux internautes à l'esprit rebelle disposant d'une connexion à haut débit et adeptes des diffusions pirates en streaming.

Si la chaîne cryptée a réalisé un carton d'audience (voir par ailleurs), on n'ose imaginer le score qu'aurait atteint l'affiche sur TF 1. Oui, mais voilà, pour la Une, un choc PSG-Barça n'est plus un événement mais une vulgaire « péripétie de la Ligue des champions », selon son président, Nonce Paolini (voir L'Équipe du 19 mars).

Diffuseur de la C 1 de 1990 à 2012, TF 1 est désormais sur la touche. La faute à une explosion des droits. D'après une étude du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), entre 2000 et 2010, l'enveloppe globale des droits a plus que doublé, passant de 510 millions à 1,135 milliard d'euros. Dans le même temps, la démultiplication des chaînes a entraîné un effritement des audiences et un émiettement du gâteau publicitaire. Alors que l'audience moyenne de la C 1 a dégringolé de 21 % sur TF 1 entre 2009 et 2012, l'investissement n'était plus rentable pour la chaîne, au regard de ses coûts (acquisition et production).

Comme les autres chaînes gratuites, TF 1 a aussi dû composer avec l'arrivée, en juin 2012, de beIN Sport, qui a chamboulé le marché. Par une politique agressive, aussi bien en termes de recrutement d'abonnés par un prix bas (11 euros par mois, sans engagement) que d'achats de droits. Elle a dépossédé Canal + de son lot de Ligue des champions en doublant le tarif (61 millions d'euros), ce qui a obligé la chaîne cryptée à casser sa tirelire pour chiper le lot traditionnel de TF 1 (50 millions, contre 25 millions versés par la Une dans le contrat précédent). TF 1 hors jeu, la visibilité de la compétition en pâtit mécaniquement : sur Canal +, l'audience moyenne des affiches accuse une baisse de 65 % par rapport à celle de TF 1 l'an passé.

« Ce contrat marque une rupture, indique Daniel Bilalain, patron des sports de France Télévisions. Dans le marché que nous connaissions jusqu'à

présent, le payant prenait du volume et le clair prenait le premier choix. » Un schéma qui tend à disparaître en France, même s'il subsiste en Ligue Europa : le quart aller Benfica-Newcastle est visible ce soir sur W 9 et beIN Sport 1. Avec cette nouvelle donne, les chaînes gratuites en sont réduites à assister, impuissantes, à la bataille entre Canal + et sa rivale qatarienne (*), qui déborde du cadre du foot. TF 1 a ainsi laissé filer la F 1 sur Canal, malgré une légère érosion des droits (29 millions, contre 31 précédemment).

Roland-Garros hors de la raquette de France Télévisions ?

Cette lutte tout-terrain a des conséquences en chaîne : attaquée sur le cyclisme (beIN Sport lui a chipé les Mondiaux sur piste et sur route, le Giro...), Eurosport s'est réservé cette

saison l'exclusivité de la MotoGP (hormis pour le GP de France), dont elle partageait la diffusion avec NT 1 sur la TNT depuis 2009.

Au-delà des Championnats récurrents, les grandes compétitions internationales tendent aussi à être privatisées. Lors de l'Euro de foot 2012, une digue est tombée, avec la programmation de douze rencontres en exclusivité sur beIN Sport, alors qu'auparavant l'intégralité des phases finales était visible en clair. En 2016, la tendance sera plus lourde : la majorité des matches ne seront visibles qu'en payant ! Comme un symbole, même le tournoi de tennis de Roland-Garros, dont le contrat avec France Télévisions arrive à échéance cette année, pourrait basculer vers le payant, car le groupe public est soumis à un plan drastique d'économies. En effet, seules les finales sont sanctuarisées par le décret de 2004 recensant les « événements d'importance majeure » devant être visibles sur une antenne gratuite (voir par ailleurs).

Expert sport du cabinet Kurt Salmon, Vincent Chaudel ne croit pas à ce virage : « Pour la F 1, le passage au payant n'avait pas d'impact pour les partenariats sponsoring de la Formula One Management, qui sont souvent des partenariats d'écurie ou locaux par Grand Prix. En revanche, pour BNP Paribas, le fait que Roland-Garros passe sur Canal + ou Eurosport changerait son équation. »

Certaines chaînes ont trouvé la formule pour tirer leur épingle du jeu, telle Direct 8 (aujourd'hui D 8) qui a misé sur le foot féminin en 2009. Un pari

3,74

C'est, en millions, le nombre d'abonnés de Canal + qui ont regardé en direct PSG-Barcelone (2-2) sur la chaîne cryptée, mardi soir. Il s'agit de la meilleure audience de Canal + pour un programme en crypté, depuis sa création, en 1984. Elle pulvérise de 900 000 téléspectateurs le précédent et frais record, établi le 24 février, par le Classique PSG-OM (2-0) en L 1 (2,84 millions). Colossale à l'échelle de la chaîne cryptée, cette audience est à relativiser dans l'absolu car le match a été devancé, à l'Audimat, par la série les Experts sur TF 1 (5,9 millions) et par le téléfilm Il faut marier maman sur France 3 (4,4 millions). À titre de comparaison, l'an passé, le quart de finale aller de la C 1, OM - Bayern Munich (0-2), avait été suivi par 5,6 millions de téléspectateurs sur la Une.



