

# Droits sportifs: la guerre est relancée

L'arrivée de la multinationale Altice, spécialisée dans les télécommunications, va redessiner le paysage de l'attribution des événements sportifs en France et fortement bousculer Canal+ et BeIN Sports

## ENQUÊTE Paix des braves

**L**e 12 novembre, sur la scène de l'Olympia, Vincent Bolloré fait le show devant les salariés du groupe Canal+. Le spectacle, aux allures d'« opération reconquête », a un double objectif: rassurer et galvaniser la foule. D'un large sourire, le nouveau patron de la chaîne cryptée promet d'injecter 2 milliards d'euros dans les programmes, notamment dans l'achat des droits sportifs. Quatorze jours plus tard, Canal+ perdait l'exclusivité du championnat anglais. Dès la saison prochaine, la prestigieuse et spectaculaire Premier League sera la propriété (pour trois ans) d'Altice, la multinationale du milliardaire des télécoms Patrick Drahi (SFR-Numéricable, *Libération*, le groupe *L'Express*, Ma Chaîne Sport).

Dire que la perte de cette pépite footballistique est un coup dur pour Canal relève de l'euphémisme. « *C'est un désastre* », note un observateur. Pour Thierry Thuillier, éphémère patron des sports de la chaîne cryptée (de juin à septembre 2015), « *c'est une très mauvaise nouvelle pour les équipes et incompréhensible car c'était l'objectif prioritaire de la nouvelle direction* », a-t-il expliqué sur RTL. Et pour cause, le foot anglais était le dernier – très grand – championnat étranger que Canal+ diffusait sur sa chaîne sport, du samedi au lundi. Et, comme à chaque catastrophe industrielle, les dirigeants n'ont pas souhaité s'exprimer.

Il est vrai que ces derniers n'ont pas vu venir Altice, pensant être les seuls à faire une proposition hors norme de 63 millions d'euros par saison. Raté: la multinationale de Patrick Drahi aurait déboursé entre 100 et 120 millions d'euros pour s'offrir un Chelsea-Arsenal ou le derby United contre City!

A Canal, l'histoire a, pour le moins, le don de se répéter amèrement. Déjà, en mai 2011, la chaîne cryptée n'avait pas anticipé l'arrivée d'Al-Jazira Sport (elle pensait avoir pour concurrent la chaîne américaine ESPN) qui lui a chipé les droits de diffusion à l'international du championnat de France de football. Quelques jours après, le fonds d'investissement Qatar Sport Investment (QSI) rachetait le Paris-Saint-Germain (PSG). La suite est connue: en juin 2012, était lancé BeIN Sports France qui, progressivement allait dépouiller Canal+ de ses championnats étrangers (Espagne, Allemagne et Italie) et posséder 75 % de la Ligue 1.

Pendant trois ans, BeIN et Canal se sont livrés une guerre féroce à coups de rachats de droits télé. Mais pas seulement. Ainsi Rodolphe Belmer, ancien numéro deux du groupe – évincé par Vincent Bolloré le 3 juillet –, n'a pas hésité à se lancer dans une communication agressive contre son adversaire qatari, à multiplier les procédures judiciaires, avant d'essayer d'apaiser les tensions, allant jusqu'à fumer une chicha avec un proche de Nasser Al-Khelaïfi, le patron de BeIN Media Group et du PSG. De fait, depuis quelques mois, les deux belligérants semblaient avoir signé une paix des braves.

Pour preuve, BeIN s'était positionné sur les droits de la Premier League, mais en proposant un montant inférieur à celui de Canal+. Comment remporter un marché si on ne surenchérit pas sur son principal concurrent? Certains observateurs y voient le signe d'une entente entre les deux chaînes afin d'éviter toute inflation des prix. « *Nous avons proposé le montant qui nous paraissait juste*, explique un proche du président Nasser Al-Khelaïfi. *Nos études ont montré que nous n'aurions pas eu une flopée d'abonnés si nous avions payé le prix fort sur le championnat anglais.* »

Quoi qu'il en soit, « *l'arrivée d'Altice remet en cause la sorte d'armistice qui a été signée entre Canal et BeIN* », souligne Daniel Bilalian, le directeur des sports de France Télévisions. Ce nouvel entrant aux moyens financiers considérables marque la fin d'une bipolarisation du marché et relance la guerre des droits sportifs en France. Les combattants ne sont plus seulement Canal+, qui appartient à Vivendi, et BeIN Sports, avec l'argent inépuisable du Qatar, désormais il y a le groupe Altice ainsi qu'Eurosport, racheté, en juillet, à TF1 par le géant américain Discovery. Même l'Equipe TV souhaite garnir son catalogue... « *Le champ de bataille s'est élargi à des multinationales. Il y a quatre ans, le marché se jouait entre TF1, M6, Canal et nous* », constate impuissant Daniel Bilalian, qui se dit « *inquiété pour l'avenir. Sur le sport en clair, il y a un réel souci* ».

## Dans une absolue discrétion

En effet, France Télévisions risquerait bien de perdre les droits de la Coupe de la Ligue (la date limite des candidatures à l'appel d'offres pour la période 2016-2020 prend fin le 14 décembre). Les responsables de la Ligue nationale de football (LFP) espèrent quelque 25 millions d'euros pour cette compétition mineure contre 12 millions d'euros aujourd'hui. L'orgueil blessé de Canal+ et surtout l'arrivée d'Altice aiguisent les appétits, tandis que la machine à fantasme fonctionne à plein régime. De hauts responsables de la Fédération française de football (FFF), de la LFP et de clubs de Ligue 1 ont affirmé que ce nouvel acteur était « *une vraie aubaine* » et qu'il serait idiot de ne pas en profiter. Même la Coupe de France pourrait quitter France Télévisions après 2018 (date de la fin des droits).

Comme le football français est structurellement déficitaire, certains de ses dirigeants regrettent à présent d'avoir avancé d'une année (en mars 2014) la commerciali-

sation des droits des Ligues 1 et 2 pour la période 2016-2020. Selon certains, l'arrivée d'Altice pouvait être la promesse de voir les droits rapporter « au moins un milliard d'euros ».

Ce chiffre fait sourire Nicolas Rotkoff, le président d'Altice Entertainment & Sport (et de Ma Chaîne Sport) qui a négocié les droits de la Premier League dans une absolue discrétion. « La LFP a vendu les droits pour 748 millions d'euros en 2014, mais c'était trop tôt. La Ligue a certainement voulu sécuriser les droits, alors que les marchés des télécoms s'ouvraient en Europe, explique-t-il. Pour dépasser le milliard, il faudra attendre 2020. Avec Ma Chaîne Sport, nous avons déjà travaillé, quelques années, avec la Ligue. On nous a coupé injustement

les droits sur la Ligue 2 en 2010. Mais si, aujourd'hui, les dirigeants de la Ligue sont ravis de nous revoir, nous le sommes également. »

Même s'il estime ne pas être un « concurrent » de Canal+ et de BeIN Sports, « l'arrivée d'Altice, explique un dirigeant d'une chaîne gratuite, marque le retour des télécoms dans le sport en France. C'était déjà le cas dans les autres pays d'Europe. Désormais la bataille des droits s'est déplacée entre les chaînes payantes et les groupes de télécoms ».

Le groupe M6, qui possède quelques événements diffusés sur W9, pourrait également pâtir de cette nouvelle configuration. Le paysage des droits sportifs qui se redessine en France entraînera une inéluctable surenchère des prix. Mais comme le ré-

sume Daniel Bilalian : « Il n'y a pas de bon prix. Celui qui remportera les droits aura raison, les autres fermeront boutique. » ■

MUSTAPHA KESSOUS

**« Il n'y a pas de bon prix. Celui qui remportera les droits aura raison, les autres fermeront boutique »**

**DANIEL BILALIAN**  
directeur des sports de France Télévisions

## « La Premier League est une pépite que l'on estime avoir payée un prix raisonné et raisonnable »

### ENTRETIEN

Président d'Altice Entertainment et Sport, Nicolas Rotkoff évoque les ambitions de son groupe, qui vient de rafler à Canal+ les droits de diffusion de la très convoitée Premier League anglaise. Populaire dans le monde entier, cette compétition se paye de plus en plus cher...

#### Que représente la Premier League à vos yeux ?

Un produit d'exception qui dépasse largement le cadre du championnat d'Angleterre de football. Il s'agit de l'un des quatre ou cinq événements sportifs les plus populaires au monde. Un peu comme la NBA pour le basket, la Premier League est une référence mondiale pour le football. Ce n'est pas un hasard si les diffuseurs du monde entier s'arrachent les droits de diffusion de cette compétition qui, aujourd'hui, encaisse à elle seule presque autant de droits télé que les championnats de foot allemand, espagnol, italien et français réunis !

Avec l'augmentation importante des droits télé, la Premier League dispose de moyens de plus en plus colossaux. Cette aisance financière pourrait permettre d'attirer prochainement en Angleterre des joueurs vedettes qui n'y sont pas encore.

#### Canal+ payait déjà une somme très importante (63 millions d'euros) par saison anglaise. Pour rafler la mise, n'avez-vous pas dépensé trop d'argent par rapport aux retombées attendues ?

La Premier League est une pépite que l'on estime avoir payée un prix raisonné et raisonnable. N'oubliez pas qu'en tant qu'opérateur téléphonique, Altice a quelques idées en matière de rentabilité ! Sur mobiles, tablettes, téléviseurs et autres écrans, les possibilités de visionnage sont nombreuses, la souplesse et la fluidité font partie de nos atouts. Les responsables de la Premier League sont pragmatiques, ils connaissent les moyens techniques et la visibilité des grands groupes de

télécoms. Ce n'est pas un hasard si de nombreux opérateurs téléphoniques à travers le monde ont acquis les droits de la Premier League. Avec SFR et Numericable, nous avons 22 millions d'abonnés, cela permet une visibilité décuplée pour le produit Premier League en France. Et Cristiano Ronaldo, qui vient d'être nommé ambassadeur monde pour SFR, participe pleinement à cette stratégie de groupe.

#### Sur quelles antennes allez-vous diffuser, à partir du mois d'août 2016, les rencontres de Premier League ?

Sur MCS (Ma Chaîne Sport), que nous avons lancée en 2007 avec Patrick Drahi et qui est bien installée dans le paysage audiovisuel français. Mais MCS n'est pas la seule concernée. Dans quelques jours, nous allons créer une nouvelle chaîne sportive en Ultra HD, ce qui permettra d'offrir des images exceptionnelles, notamment concernant les ralents. Nous diffuserons l'intégralité de la Premier League, soit 380 rencontres, dont une partie en différé.

#### Pour les amateurs de foot anglais qui ne sont pas chez SFR ou Numericable, combien coûtera l'abonnement à votre offre Premier League ?

Rien n'est encore décidé. Quant à la couverture éditoriale, nous saurons être innovants. Jean-Yves Dhermain, le rédacteur en chef de MCS, connaît bien le métier et peut s'appuyer sur une rédaction compétente d'environ cinquante journalistes, sans compter les intervenants extérieurs. Avec Emmanuel Petit, ancien joueur d'Arsenal, et Raymond Domenech, nous disposons déjà de deux consultants majeurs. Nous réfléchissons également aux synergies possibles avec BFM-TV et RMC, qui font partie d'Altice. Dans quelques mois, nous présenterons le dispositif complet de couverture pour la Premier League, mais pour l'instant, rien n'est fixé. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR A. CT ET M. KS

# Le monde entier aux pieds du championnat anglais

La notoriété des clubs et la qualité de la retransmission ont permis à la Premier League de séduire au-delà des frontières

Chaque samedi, le festin débute à l'heure du déjeuner en Europe. Il ne prend fin que le lundi soir. Entre-temps, ils auront été des millions à travers la planète à regarder le même programme en direct, à savoir des rencontres de Premier League, le championnat de football anglais, visible dans 750 millions de foyers. Lorsque le coup d'envoi du premier match de chaque journée est donné, il est samedi soir en Asie, un créneau idéal pour fidéliser les foules. Les rencontres diffusées en fin d'après-midi, heure européenne, font, elles, le bonheur des fans résidant sur le continent américain, décalage horaire oblige.

En août 2015, lors de la première journée de Premier League, les audiences de NBC, diffuseur exclusif de la compétition aux Etats-Unis, ont explosé : 4,2 millions de téléspectateurs en moyenne ont regardé les six rencontres diffusées durant le week-end. Une augmentation de 25 % par rapport aux audiences réalisées lors de l'ouverture de la saison précédente.

## Réputation bien établie

A compter de 2016, les droits télé encaissés par la SARL Premier League vont dépasser les trois milliards d'euros annuels. Dans le monde entier, des diffuseurs ambitieux (NBC, Fox, ESPN, BeIN Sports par exemple) investissent des fortunes pour retransmettre le football anglais. Jamais les droits de diffusion de cette compétition n'ont été aussi élevés, avec une augmentation globale de 55 % entre la période 2010-2013 et 2013-2016. Cette inflation concerne le monde entier : en Europe, les droits ont augmenté en moyenne de 39 % depuis 2013. En Asie, de 77 %. En Amérique latine, qui a mis du temps à se laisser séduire, la vente a été multipliée par sept. Sur certains marchés, la bataille est féroce. En Australie, Fox, qui détenait les droits depuis 1997, s'est laissé surprendre par le groupe Optus. Une surprise un

**Ralenti,  
gros plans,  
angles variés,  
statistiques  
clairement  
exposées,  
le spectacle  
est total**

peu similaire à celle qui, en France, vient de voir Canal+ se faire chiper la Premier League par le groupe Altice.

Afin qu'un produit sportif télévisuel de ce type puisse être bien vendu à l'international, quelques caractéristiques sont nécessaires : la présence massive des meilleurs joueurs de la planète, des clubs à la réputation bien établie, une compétition préservant le suspense, des stades au potentiel télévisuel avéré et aux taux de remplissage élevés. De fait, le championnat anglais répond à ces critères : avec les sommes colossales encaissées grâce aux droits télé, les vingt clubs de Premier League ont les moyens de s'offrir les meilleurs joueurs du monde et près de 70 % des joueurs qui y évoluent ne sont pas britanniques.

Le titre de champion n'est pas l'apanage d'une ou deux équipes comme en Allemagne (Bayern), en Espagne (Real ou Barça) ou en France (PSG). Des clubs tels que Manchester United, le Liverpool FC ou Arsenal sont des marques reconnues depuis longtemps à travers la planète, ce qui permet d'« internationaliser » facilement le championnat. Et le taux de remplissage des stades est supérieur à 90 %. Un autre élément, fondamental, permet de vendre facilement la Premier League à l'étranger : la qualité technique irréprochable du produit filmé. Dans des stades pour la plupart bien adaptés au placement de multiples caméras, les techniciens de Sky et de

BT (les deux diffuseurs officiels) offrent une qualité de retransmission haut de gamme : multiples ralenti, gros plans, angles variés, statistiques clairement exposées, le spectacle est total, enjolivant de fait des rencontres parfois techniquement médiocres. De Sydney à Buenos Aires, de Paris à Tokyo, les images sont les mêmes, gage du savoir-faire anglais.

## Télévision à péage

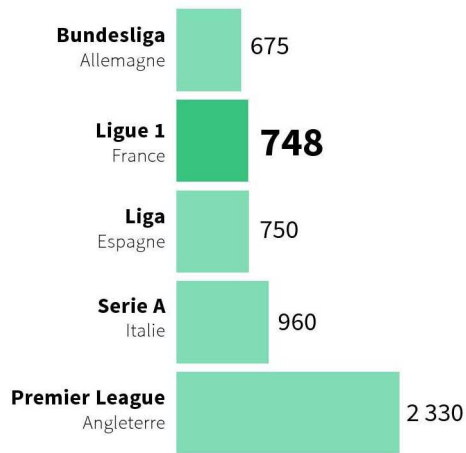
Lorsque la Premier League voit le jour en 1992, rien n'indique pourtant un tel succès commercial. A l'époque, le foot anglais est encore traumatisé par le hooliganisme et les tragédies survenues dans certains stades, comme à Bradford (56 morts en 1985 dans l'incendie d'une tribune) ou Sheffield (96 victimes en 1989 dans les tribunes du stade de Hillsborough). Au début des années 1990, les téléspectateurs ne pouvaient visionner qu'une quinzaine de rencontres par saison, diffusées sur les réseaux hertziens gratuits de la BBC et d'ITV. Mais 1992 marque également l'arrivée de la télévision à péage. Pour habituer les gens à payer un spectacle jusque-là gratuit, l'opérateur Sky offre très rapidement un produit d'une qualité technique largement supérieure à ce qui se faisait auparavant. Et la greffe prend.

Près d'un quart de siècle plus tard, la Premier League est, moyennant finances, visible dans le monde entier. L'Asie est le premier continent d'exportation. Mais partout, des Etats-Unis à l'Australie, l'inflation des droits est une réalité. Quant au marché français, les chiffres sont éloquentes : au début des années 2000, Canal+ payait 4,5 millions d'euros par saison. Entre 2010 et 2013, le même diffuseur réglait 24 millions. Entre 2013 et 2016 : 63 millions. Désormais, il faut « allonger » une centaine de millions en France, comme vient de le faire le groupe Altice, pour s'offrir une saison de Premier League. ■

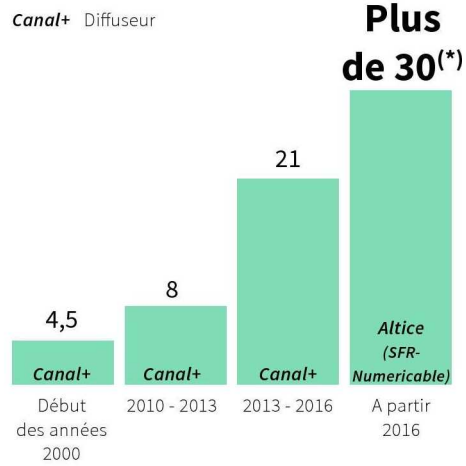
ALAIN CONSTANT

## Une « Premier League » en or

DROITS TV POUR LA SAISON 2015-2016  
DES CHAMPIONNATS DE FOOT EUROPÉENS,  
EN MILLIONS D'EUROS



DROITS PAYÉS EN FRANCE POUR DIFFUSER  
LA « PREMIER LEAGUE »,  
EN MILLIONS D'EUROS



(\*) estimations

SOURCE : L'ÉQUIPE ; LE MONDE