

# TF1 en guerre avec ses distributeurs

## TÉLÉVISION Écran noir pour les abonnés de Canal+ depuis une semaine

- ▶ D'autres distributeurs (Orange et Free) menacent aussi de couper le signal.
- ▶ Ils considèrent que TF1 leur réclame des droits de diffusion astronomiques.
- ▶ TF1 espère récolter 100 millions d'euros par an.

**V**ous vous rendez compte où on en est arrivés ? On vit dans un monde où il faut prendre un abonnement à Canal pour ne plus regarder TF1... » Dans sa chronique matinale sur France Inter, Charline Vanhoenacker a brillamment résumé la guerre médiatique qui se joue actuellement en France.

Depuis jeudi, 23 heures, les abonnés de Canal+ voient un écran noir quand ils zappent sur TF1. Les distributeurs Orange et Free (qu'on peut comparer à Proximus ou VOO) menacent également de couper le signal de la première chaîne d'Europe et de ses cinq petites sœurs peu connues en Belgique comme TMC ou la chaîne d'information en continu LCI.

### 1 Comment en est-on arrivé là ?

Nommé en 2016, Gilles Pélisson, le

PDG de TF1 a reçu pour mission de renflouer les caisses. Cela s'est traduit chez nous par l'arrivée des publicités 100 % belges dans certaines émissions de TF1. Un séisme qui est à l'origine d'un plan de transformation qui verra 88 personnes perdre leur emploi chez RTL.

En France, TF1 a décidé de réclamer aux distributeurs entre 20 et 25 millions d'euros, selon *Le Figaro*, pour avoir le droit de diffuser ses programmes. Au total, elle espère récolter 100 millions par an. SFR et Bouygues Telecom (qui appartient au même groupe que TF1) ont accepté de payer. Les autres se rebiffent, au point que Canal+ a coupé le signal le 1<sup>er</sup> mars. Un moyen de pression ultime dans des négociations qui s'enlisent.

### 2 Quelles conséquences pour TF1 ?

Canal+, malgré tout ce qu'on a pu écrire sur sa mauvaise santé, compte encore plus de 5 millions d'abonnés. C'est autant de téléspectateurs potentiels dont TF1 se retrouve privée. Ce week-end, « The Voice », l'un des programmes phares de la chaîne, a perdu plusieurs centaines de milliers de téléspectateurs. On ne peut pas assurer qu'il s'agit d'abonnés de Canal+ mais la coïncidence est troublante.

Cela s'est aussi fait ressentir dans la

guerre des JT. France 2 était particulièrement en forme ce week-end. Lundi soir, Anne-Sophie Lapiex a été plus regardée que Gilles Bouleau, ce qui n'arrive pratiquement jamais.

Des audiences en baisse, cela signifie aussi des recettes publicitaires en baisse. Pour enfoncer le clou, Orange a même décidé de supprimer ses campagnes prévues sur TF1. Un manque à gagner important.

L'image de TF1 prend un sérieux coup. Le CSA, chargé de contrôler les médias français, avait reçu plus de 400 plaintes de téléspectateurs mécontents lundi soir. Un nombre qui devrait encore gonfler. Les investisseurs stressent aussi. Le cours de l'action TF1 est en baisse depuis cinq jours.

### 3 Un débloqué est-il possible ?

La réponse est oui. Les chaînes ont besoin des distributeurs et réciproquement. On a écrit les conséquences pour TF1 mais il y en a aussi pour Canal+. Une partie des abonnés pourrait décider de changer d'opérateur pour accéder à leurs programmes préférés. Les discussions sont toujours en cours, ont assuré les principaux intéressés. Ils n'ont pas le choix. ■

MAXIME BIERMÉ

### REDÉPLOIEMENT

#### Fabrice Massin en route vers RTL

Cela va faire grincer des dents dans les couloirs de la RTBF. Selon nos informations, Fabrice Massin, responsable de la stratégie nouveaux médias du service public, va rejoindre RTL dans les prochaines semaines. Le principal intéressé et la chaîne luxembourgeoise se sont refusés à tout commentaire mais le tout nouveau poste de CDO pour Chief Digital Officer (chef de la

stratégie numérique) lui serait réservé.

Ce nouveau poste lui permettra de siéger au comité de direction de l'entreprise, au même titre que le directeur de la télévision ou du marketing par exemple. Son recrutement est l'une des premières illustrations concrètes du plan de transformation #evolve. Pour rappel, ce plan qui verra la suppression de 88 emplois (les licenciements seront annoncés aux principaux concernés la semaine prochaine) doit permettre à RTL

de se repositionner dans un marché bouleversé par l'érosion des revenus de la publicité et l'arrivée de TF1 sur ce terrain en septembre dernier.

**RTL Play.** Fabrice Massin sera chargé de penser toute la stratégie numérique de RTL. À lui de mettre en valeur les contenus de la future plateforme « RTL Play » (équivalent d'Auvio à la RTBF).

L'annonce du départ de Fabrice Massin le mois dernier avait surpris. Il avait été un homme de l'ombre très

important ces dix dernières années à la RTBF et son nom circulait pour prendre la direction du pôle « Médias » de la nouvelle organisation du service public. Xavier Huberland, un ancien de RTL, a finalement été choisi. Fabrice Massin était à la manœuvre dans le développement de la plateforme Auvio mais aussi de plusieurs webséries qui ont récolté des récompenses à l'international. Il avait aussi pensé la stratégie de la RTBF sur les réseaux sociaux.

M. BMÉ

## en Belgique Pas de risque de voir le signal coupé

**E**n matière de distribution des chaînes via le câble, la Belgique a une longueur d'avance sur la France. Durant les années soixante, il a été coulé

dans la loi qu'avant de reprendre le signal d'un émetteur (d'une chaîne de télé), la société de distribution (VOO, Proximus, Telenet...) devait avoir son accord

préalable.

Cela découle du fait que les chaînes paient des droits pour pouvoir acquérir des fictions ou produire des émissions. Les

distributeurs « dédommagent » donc RTL, la RTBF et les autres pour leurs investissements. Du pur bénéfice, bienvenu à l'heure où la publicité rapporte toujours

moins d'argent.

Comme la France, la Belgique a connu des périodes de tensions. À son lancement en 2005, Belgacom TV (ancien nom de Proximus TV) ne proposait pas les chaînes du groupe RTL (TVI, Club et Plug) dans son catalogue. Il avait dû déboursier six millions d'euros pour que RTL accepte de lui livrer son signal.

Aujourd'hui, l'entente est cordiale, un accord financier est trouvé et le signal de RTL ne risque pas d'être coupé. Celui de TF1 non plus. Selon nos informations, la chaîne française n'a

pas demandé aux distributeurs belges de payer plus cher. Du moins jusqu'aux prochaines négociations. « *Les câbles essayeront toujours de faire baisser la note mais les chaînes leur répondront, comme TF1, qu'alors elles ne leur donneront plus accès à leurs programmes* », résume un expert du secteur.

En France, aucune loi n'impose aux distributeurs de payer pour diffuser les chaînes. Ces dernières ont donc développé des services dits « premium » (la vidéo à la demande, la haute définition, le fait de pouvoir enre-

gistrer ou mettre pause). Des services qu'elles veulent rentabiliser aujourd'hui.

On remarquera qu'à ce niveau, la situation est inverse en Belgique puisque c'est VOO et Proximus qui ont développé ces technologies. Les chaînes belges étaient d'ailleurs un peu à la traîne. Auvio (RTBF) vient de fêter son premier anniversaire et RTL va seulement inaugurer

sa plateforme de vidéo à la demande « RTL Play » dans les prochains jours.

Le point commun à tous les pays, de l'Allemagne aux États-

Unis en passant par la France et la Belgique, c'est que les chaînes

et les distributeurs sont des concurrents obligés de s'entendre. Les premières ont besoin d'être accessibles au plus grand nombre. Les seconds n'ont pas les moyens de produire eux-mêmes les émissions ou d'acheter les droits des fictions.

Une relation « amour-haine » qui fait des étincelles à échéance régulière, comme aujourd'hui en France. ■

**M.Bmé**