

LES DROITS TV EXPLOSENT, ATTENTION AU RETOUR DE BÂTON

Richard Bouigue, Pierre Rondeau

06/06/2018

La semaine dernière, tout le football français se félicitait de l'inflation historique des droits TV : suite aux négociations entamées par la Ligue de football professionnelle, notre championnat prenait d'un coup 60% de valeur et atteignait les 1,153 milliard d'euros pour la période 2020-2024. Richard Bouigue et Pierre Rondeau alertent néanmoins sur les grandes questions qui restent en suspens, sur la rentabilité globale du système, le comportement des supporters face aux nouveaux tarifs d'abonnement ou la pérennité comptable des clubs.

Grâce à l'intensification de la concurrence, avec l'arrivée d'un nouveau diffuseur, l'espagnol MediaPro, et l'engouement médiatique et sportif croissant de la ligue 1, la France devient le troisième pays de foot le plus cher d'Europe, derrière l'Angleterre et l'Allemagne. Et plus d'argent signifie plus de redistribution en faveur des clubs, plus d'investissement, plus d'attractivité, plus de reconnaissance, plus de présence, etc. C'est un cercle vertueux économique-sportif qui devrait donc s'enclencher pour l'ensemble des acteurs et dans l'intérêt du plus grand nombre. Un formidable effet domino dont tout le monde profitera.

Une description parfaite, n'est-ce pas ? D'autant plus que, sitôt l'annonce faite, personne, mis à part peut-être Canal +, déçue d'avoir perdu ses droits de diffusion, ne s'est offusqué du montant. Didier Quillot, le président de la Ligue de football professionnelle (LFP), alla même jusqu'à dire que « ce milliard était normal, vu la qualité et la puissance de frappe de la ligue 1 française » (rappelons que nous ne sommes que cinquième à l'indice UEFA et n'avons remporté qu'une seule Ligue des champions...).

Mais avons-nous pensé à la stabilité du système ? Avons-nous tenu compte de l'avis des supporters et des fans de football ? Avons-nous réfléchi aux conséquences sur l'économie des médias en France, et leur quête incessante de rentabilité ?

Non, l'immense majorité des observateurs a applaudi cette hyperinflation, de façon aveugle ou profondément hypocrite. En revanche, lorsque l'on pose la question du retour sur investissement

de MediaPro et de BeinSport, nous faisons face à un mur. Comment un nouveau média, sans aucune expérience en France, va-t-il pouvoir dégager des bénéfices avec les seuls droits TV de la ligue 1, à plus de 800 millions d'euros ?

Il faudrait, en effet, au moins 7 millions d'abonnés payant chacun 15 euros par mois pour être à l'équilibre, avec un championnat de ce prix. Où sont les 7 millions de fans de football en France ? BeinSport, avec d'autres droits que la ligue 1, est parvenu à se stabiliser, après sept ans d'existence, à 3,5 millions d'abonnés. Quant à Canal+, avec l'offre de cinéma en plus, il ne compte «que» 6 millions d'abonnés, et en perd année après année.

La rentabilité se pose donc bien évidemment. Alors que nous allons devenir le troisième championnat le plus cher d'Europe, nous ne sommes pas une terre de foot.

Nous n'avons pas les mêmes audiences qu'en Angleterre ou qu'en Allemagne. Sur de grosses affiches, BeinSport et Canal dépassent rarement les 2,5 millions de téléspectateurs et, même lorsque les matchs sont diffusés en clair, nous ne battons jamais des records. *Idem* dans les stades, nous avons l'affluence moyenne la plus faible des championnats du *big-five*, quand bien même, d'après Didier Quillot, cette dernière augmente continuellement.

Alors où seront ces 7 millions d'abonnés ? Comment BeinSport et MediaPro pourront-ils tenir leur engagement ? Un risque existe sur la pérennité du système. Car si l'un des deux fait faillite ou se retire, comment les clubs télédépendants pourront-ils tenir leur comptabilité ? Rappelons-nous le cas anglais où, au début des années 2000, la disparition du groupe ITV Digital, propriétaire des droits TV de la deuxième, troisième et quatrième division, a provoqué la faillite de 15% des clubs participants.

Puis que dire des supporters et des fans de football ? Allons-nous payer, en 2020, plus de 50 euros par mois pour regarder des matchs à la télévision ? En sachant que MediaPro a annoncé une première offre à 25 euros, que BeinSport sera toujours là, que les rumeurs annoncent que Canal se positionnera pour les sous-licences et qu'il faudra compter sur Altice (RMC Sport) pour les matchs de coupe d'Europe, combien devons-nous déboursier pour apprécier le football sur nos écrans ?

Et si les fans refusent, il y aura toujours le *streaming* illégal, le partage de code de connexion et la mutualisation des abonnements, donc un risque supplémentaire pour les médias et les clubs. Outre-Manche, c'est précisément ce qui s'est passé, avec une baisse de 14% de l'audience moyenne et une renégociation des droits entamée au rabais...

Vous l'aurez compris, de grandes questions restent en suspens. *Quid* de la rentabilité ? *Quid* des

supporters, des fans et des téléspectateurs ? *Quid* de la pérennité comptable des clubs ? Nous ne crions pas déjà au loup, nous ne sommes pas des médissants, mais nous ne faisons que nous alarmer contre des menaces probables.

Car nous ne souhaitons qu'une seule chose : protéger notre sport chéri.

Une tribune publiée en partenariat avec le site ecofoot.fr