



# Sport et télévision

Les chiffres clés 2016



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

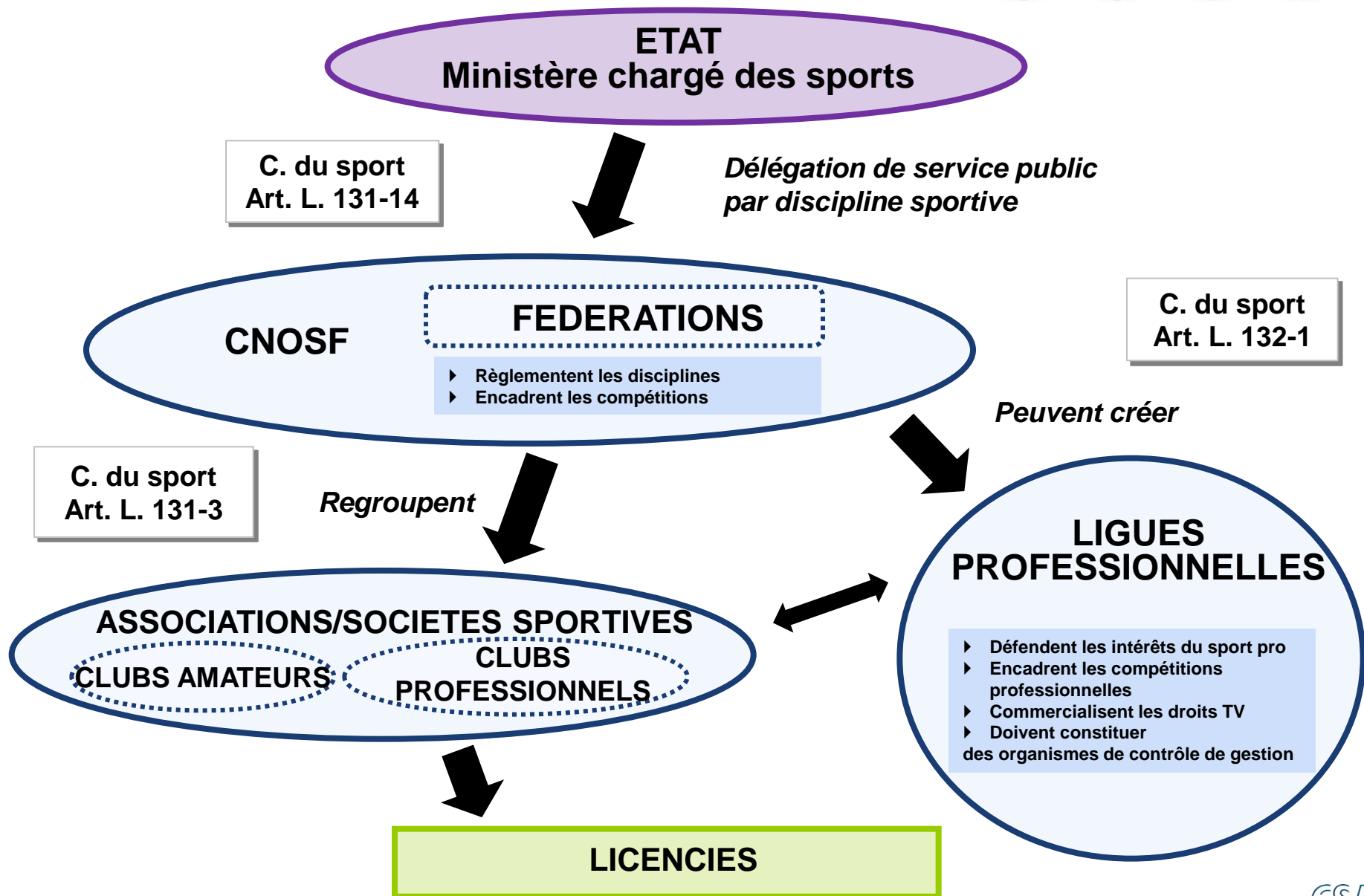
---



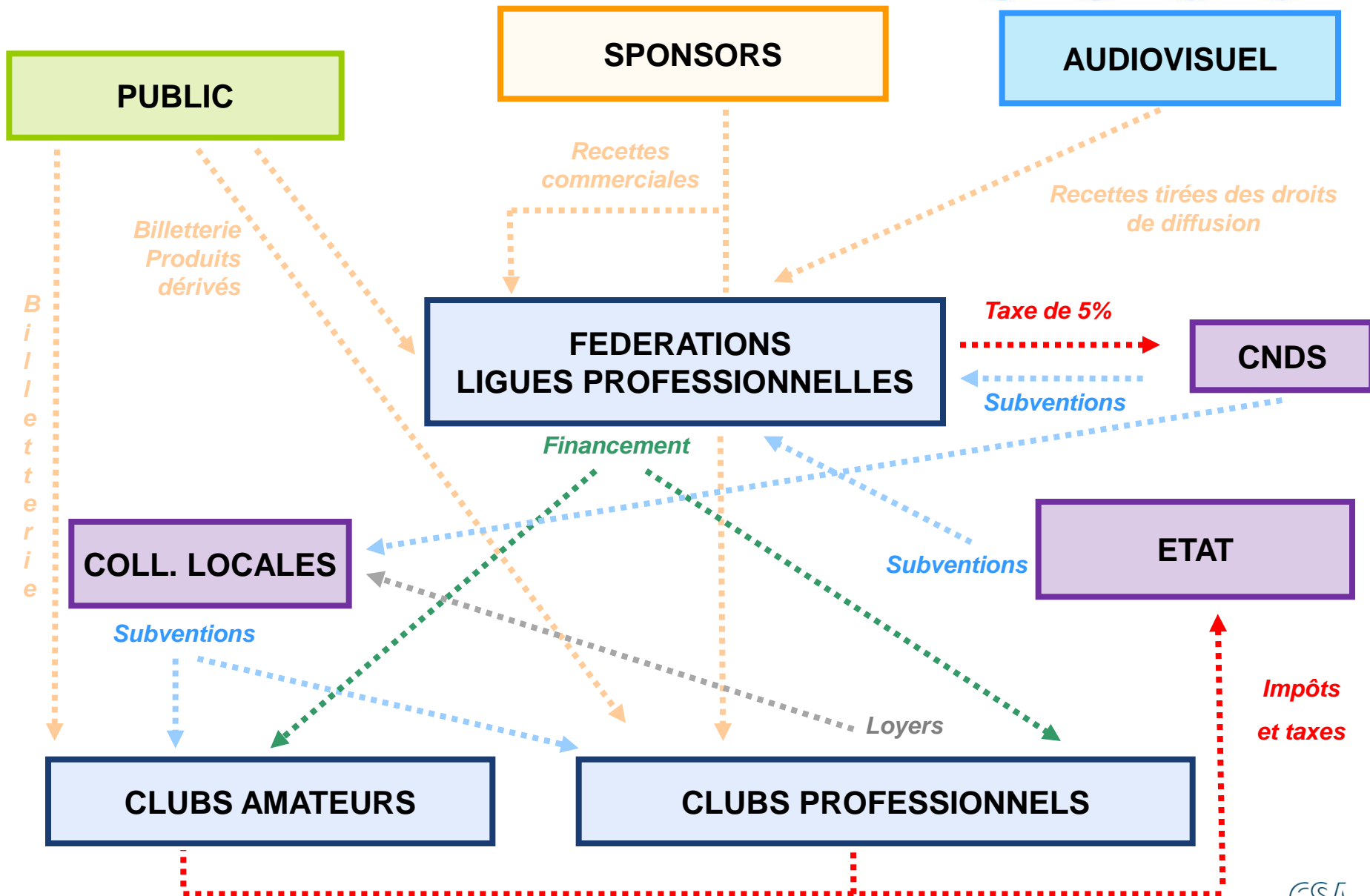
# L'organisation du sport en France

# Les différents acteurs du monde sportif

L'Etat au cœur de l'architecture juridique



# Des sources de financement multiples





# Le marché des droits sportifs télévisuels



## Offre de droits sportifs

**Une offre de sports potentiellement abondante :**  
259 disciplines relevant en France de fédérations déléгатaires, dont 114 reconnues de haut niveau

Une offre **hétérogène** : des compétitions et disciplines variées

Une **attractivité variable** selon les compétitions et selon les disciplines

## Demande de droits sportifs

Acheteurs potentiels :

- Éditeurs de chaînes payantes
- Éditeurs de chaînes gratuites
- Groupes audiovisuels
- Fournisseurs d'accès à Internet
- Acteurs de l'internet : plateformes de partage de vidéos, réseaux sociaux, etc.

**Un prix** généralement **orienté par le vendeur** à travers des procédures d'appel d'offres **pour les droits prépondérants** : encadrement des conditions d'acquisition, prix de réserve, cahier des charges, logique d'enchères, etc.



Des programmes télévisuels qui, pour certains, s'appuient initialement sur des **événements préexistants à l'arrivée de la télévision** (Jeux Olympiques, Roland Garros, Tour de France) et qui  **fédèrent largement**.

Un programme audiovisuel dont la valeur réside principalement dans sa **retransmission en direct**.

Une **faible substituabilité** des programmes audiovisuels sportifs qui s'explique par une attractivité variable, également au sein d'une même discipline.

## Deux catégories de droits identifiés :

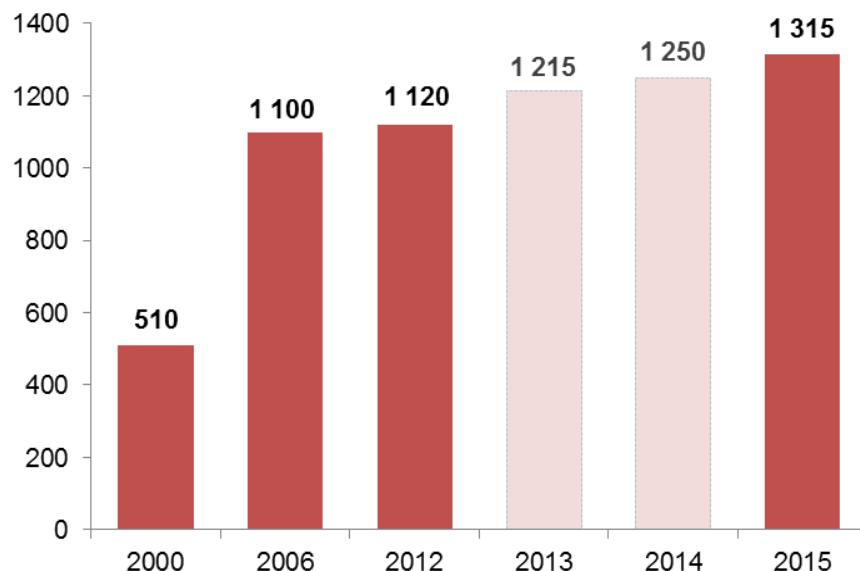
- Les droits sportifs *premium* :

*Ils génèrent des taux d'audience élevés pour les chaînes de télévision gratuite et constituent un moteur d'abonnement pour les chaînes de télévision payante.*

- Les autres droits sportifs



### Valeur estimée du marché des droits sportifs en France (en M€)



- ▶ Entre 2000 et 2006 : la valorisation du marché des droits sportifs a plus que doublé.
- ▶ Entre 2006 et 2012 : la valorisation des droits connaît une stagnation (autour de 1,1 Md€).
- ▶ À partir de 2013 : les montants des droits sportifs augmentent régulièrement chaque année, atteignant 1,3 Md€ en 2015.
- ▶ Les droits relatifs au sport français représentent en 2015 plus de 60 % du montant total, contre plus de 75 % en 2011.

**Périmètre étudié :** montant des droits relatifs aux compétitions sportives diffusées par les chaînes de télévision gratuites et payantes en France. Les montants des droits relatifs au sport français ne comprennent que les montants versés directement à des organismes français.

**À titre de comparaison, le budget 2012 du ministère en charge des sports était de 0,8 Md€, et celui des collectivités territoriales dépassait les 12 Mds€.**

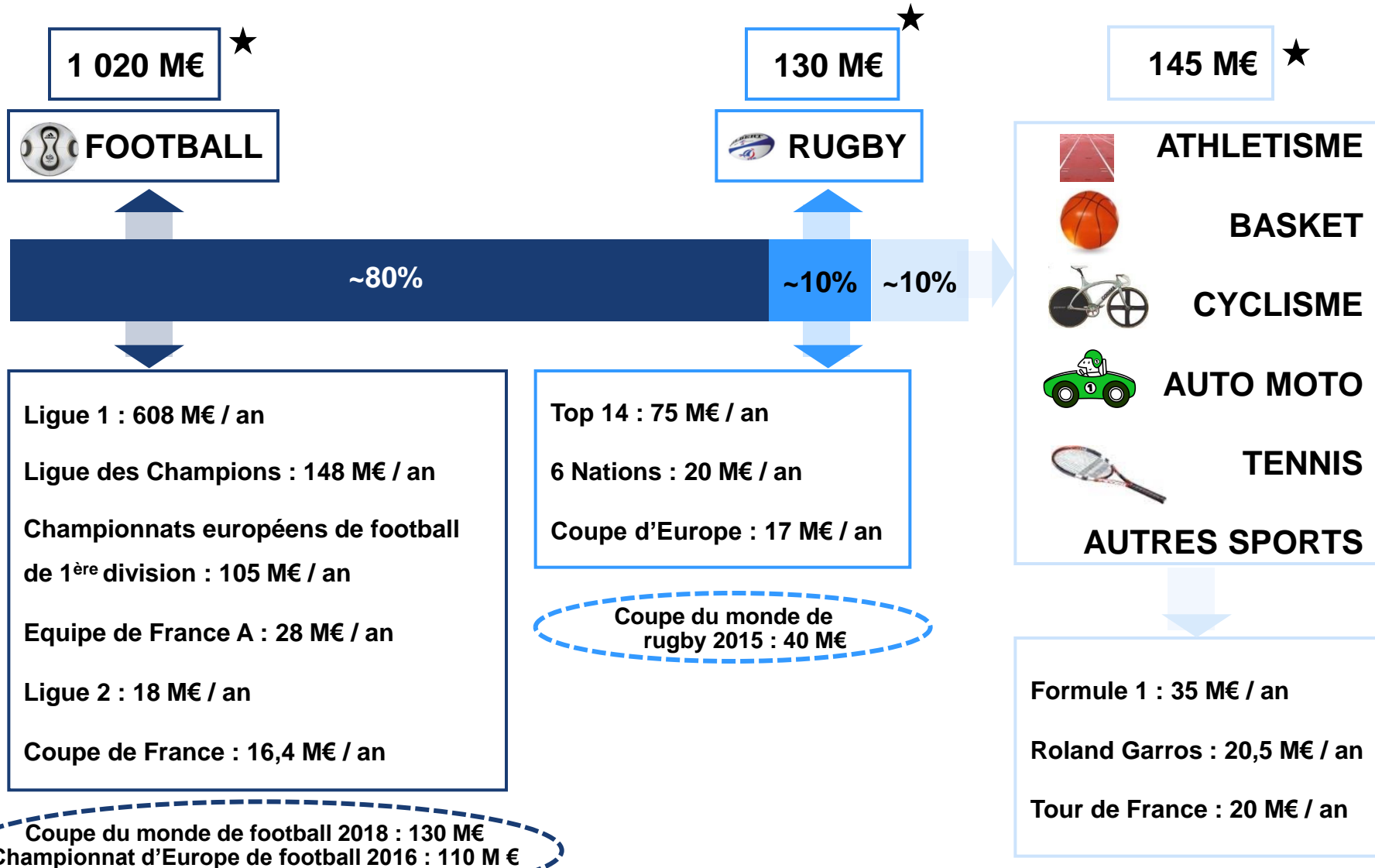


# Les disciplines concernées

## Des situations toujours inégales à mars 2016



Répartition par discipline de la valeur estimée des droits sportifs (mars 2016)



★ La somme des trois postes n'intègre pas les droits des JO.

# La répartition des droits sportifs télévisuels par acheteur

Une structure de marché toujours oligopolistique



En 1994, seulement **3 acheteurs** de droits sportifs coexistent.

En 2011, **4 opérateurs** se partagent **97 % du marché**.

En 2015, **5 opérateurs** se partagent **95 % du marché**.

En mars 2016, les principaux acheteurs de droits sportifs sont les groupes **Canal Plus, beIN Sports, France Télévisions, Discovery, Orange, TF1, Altice et M6**.



## Pour l'acheteur de droits sportifs

→ Les **investissements financiers demeurent lourds** : coûts d'acquisition des droits et de production des images, investissements liés à la commercialisation et à la promotion des offres, etc.

→ Les contrats de droits sont généralement **engagés sur plusieurs années**.

→ Il n'existe **pas de garantie à trouver une équation économique rentable**.

→ La **structuration des appels d'offres** peut apparaître comme contraignante par certains opérateurs.

→ La pratique d'achat de droits groupés (région ou monde) ou par des nouveaux acteurs constitue une **nouvelle forme de concurrence pour les chaînes de télévision traditionnelles**.

## Pour le vendeur de droits sportifs

→ Certaines fédérations n'ont ni les **outils techniques** (marketing, communication, matériel) ni les **moyens financiers pour se structurer sur un modèle professionnel**.

→ L'**encadrement réglementaire et concurrentiel structure les mécanismes de cession de droits et les relations contractuelles**.

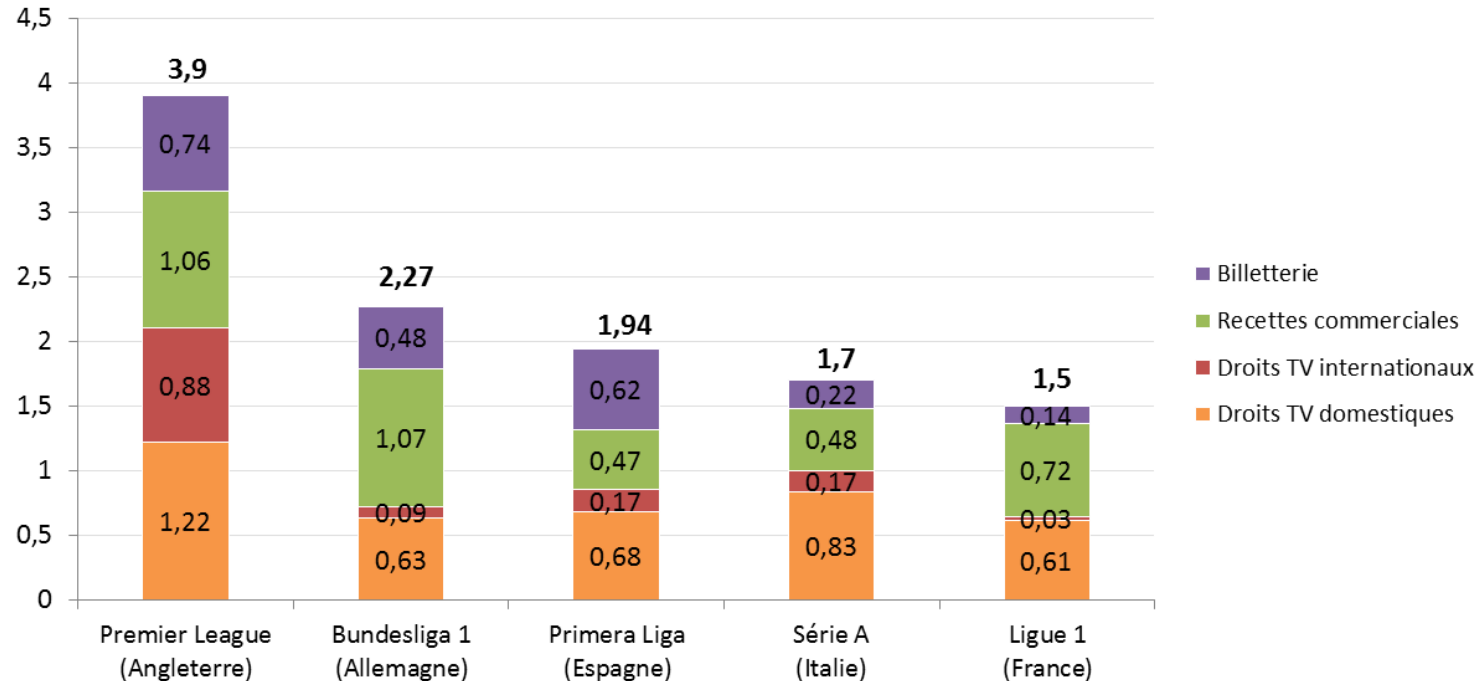
# Des éléments de comparaison avec les marchés européens

## L'exemple des championnats européens de football



Recettes des cinq principaux championnats européens de première diffusion  
ventilées par principaux postes  
(en Md€)

Saison 2013-2014



- ▶ Les montants des droits TV domestiques des principaux championnats européens (Allemagne, Espagne, Italie et France) oscillent entre 600 et 800 M€. Seule la Premier League (Royaume-Uni) se distingue, avec des droits TV domestiques de 1,22 Md€ .
- ▶ Les droits TV internationaux de la Premier League sont également élevés (880 M€) en comparaison avec les autres championnats (moins de 170 M€).



# L'offre sportive en télévision

# L'offre de chaînes diffusant du sport

Un accroissement du nombre de diffuseurs



**1995**

Chaînes gratuites	Chaînes payantes	Nombre total de chaînes diffusant du sport
2 privées : TF1, M6	3	7
2 publiques : F2, F3		

**2010**

Chaînes gratuites	Chaînes payantes	Nombre total de chaînes diffusant du sport
5 privées : TF1, M6, D8, NT1, W9	21	30
4 publiques : F2, F3, F4, FO		

**2015**

Chaînes gratuites	Chaînes payantes	Nombre total de chaînes diffusant du sport
9 privées : TF1, M6, D8, W9, TMC, NT1, D17, RMC Découverte, L'Equipe 21	22	35
4 publiques : F2, F3, F4, FO		

- ▶ **Le nombre de diffuseurs payants et gratuits n'a cessé d'augmenter depuis 1995.**
- ▶ **Les 35 chaînes diffusant du sport en 2015 sont opérées par 16 éditeurs différents. Parmi ces 16 éditeurs, 11 sont acquéreurs de droits sportifs.**

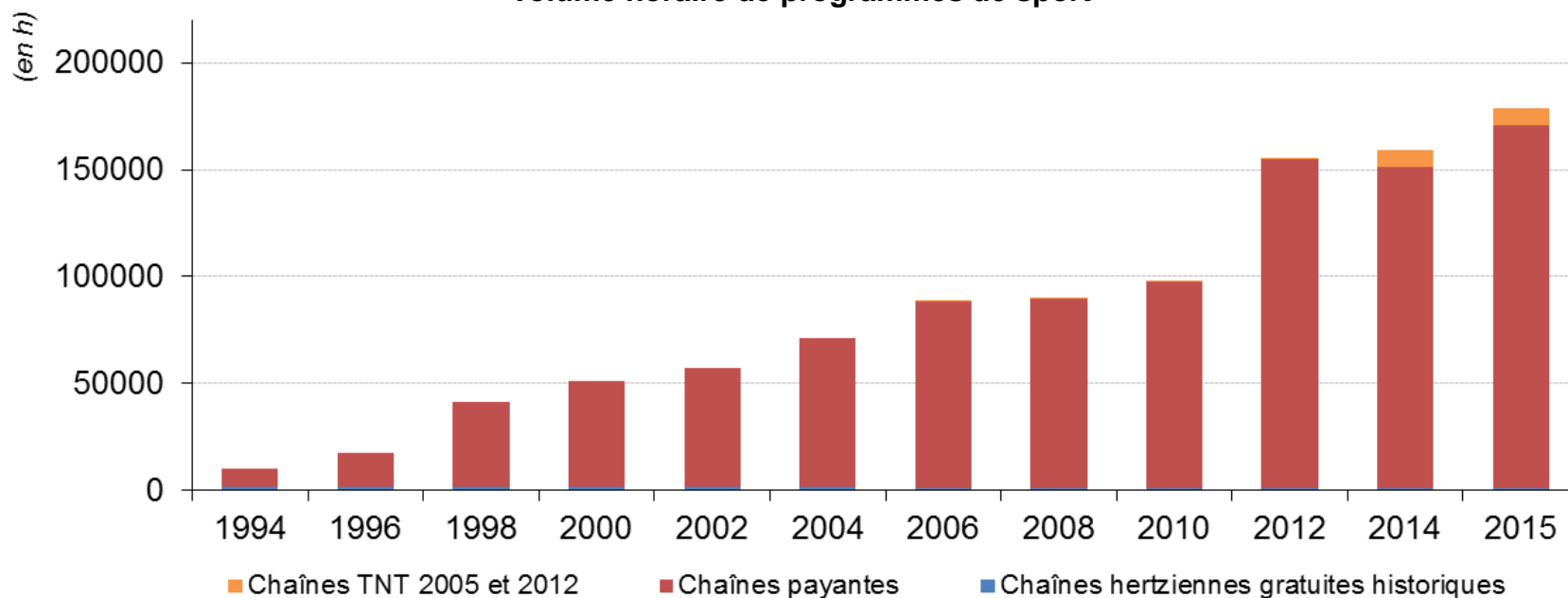
# L'évolution de l'offre sportive en télévision

Une abondance de l'offre payante (1/2)



- ▶ Une offre de sport sur la télévision payante toujours prépondérante : le sport demeure la première thématique présente sur le payant.
- ▶ Une hausse marquée de 80 % du volume horaire de diffusion de sport entre 2010 et 2015, portée par une augmentation de l'offre payante et par le lancement de L'Equipe 21 en TNT gratuite en 2012.

Volume horaire de programmes de sport



# L'évolution de l'offre sportive en télévision

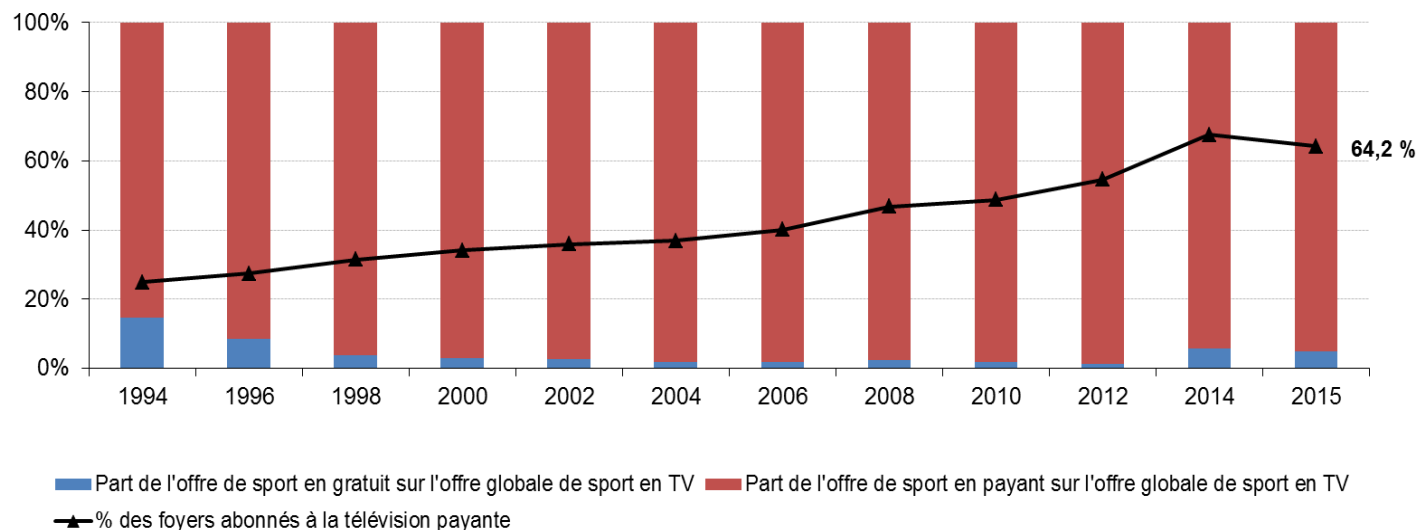
## Une abondance de l'offre payante (2/2)



Répartition du nombre d'abonnés à la télévision payante selon le mode de réception  
(Au 31 décembre 2015)

Mode de réception de la télévision	% Foyers équipés TV
TNT payante*	3,2 %
ADSL / fibre optique	45,1 %
Satellite payant	10,7 %
Câble avec abonnement	5,2 %
<b>Abonnés télévision payante</b>	<b>64,2 %</b>

\* À date du 31 décembre 2014.



Près de 2/3 des foyers accèdent en 2015 à une offre payante de base.

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers réalisé par Médiamétrie pour le compte du CSA, de la DGE, de la DGMIC et de l'ANFR et plaquette de présentation du Groupe Canal Plus (nombre d'abonnés arrêté au 31 décembre 2014).



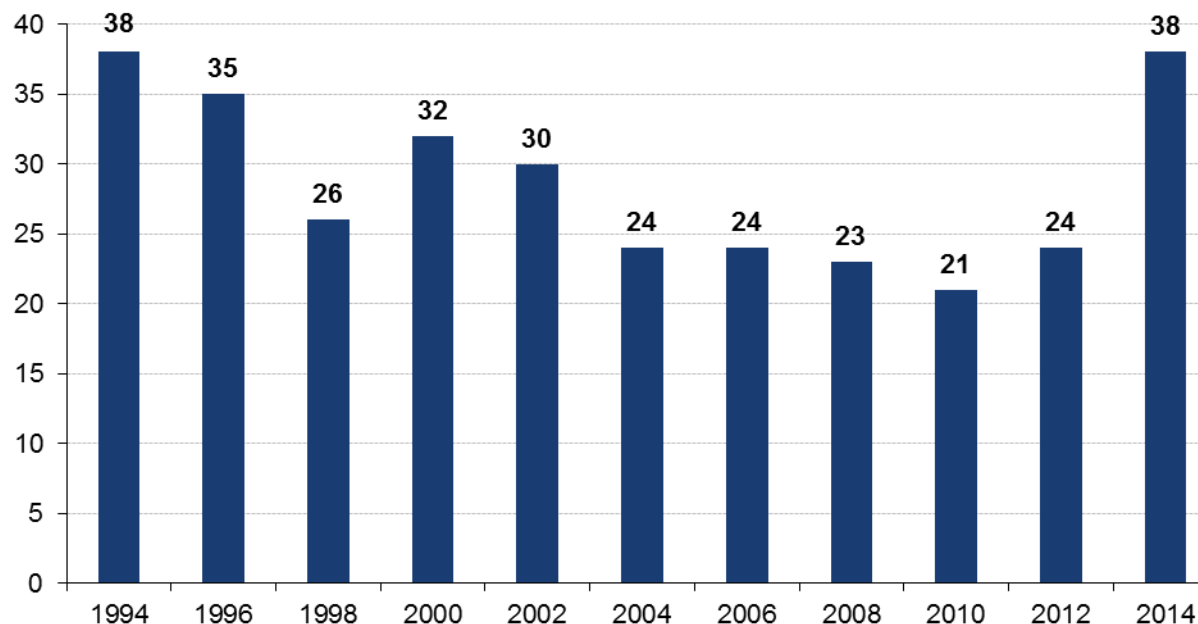
# Les disciplines diffusées en télévision gratuite

L'effet bénéfique de l'Equipe 21



- ▶ En 2014, le nombre de disciplines (hors JO) couvertes sous forme de retransmissions s'est accru de 60 % par rapport à 2012 et atteint son plus haut niveau depuis 20 ans.
- ▶ Cette hausse spectaculaire est due au lancement en fin 2012 de la chaîne gratuite L'Equipe 21. En 2014, L'Equipe 21 diffuse 15 disciplines non couvertes sur les autres chaînes gratuites.

Nombre de disciplines couvertes sous forme de retransmissions sur les chaînes gratuites



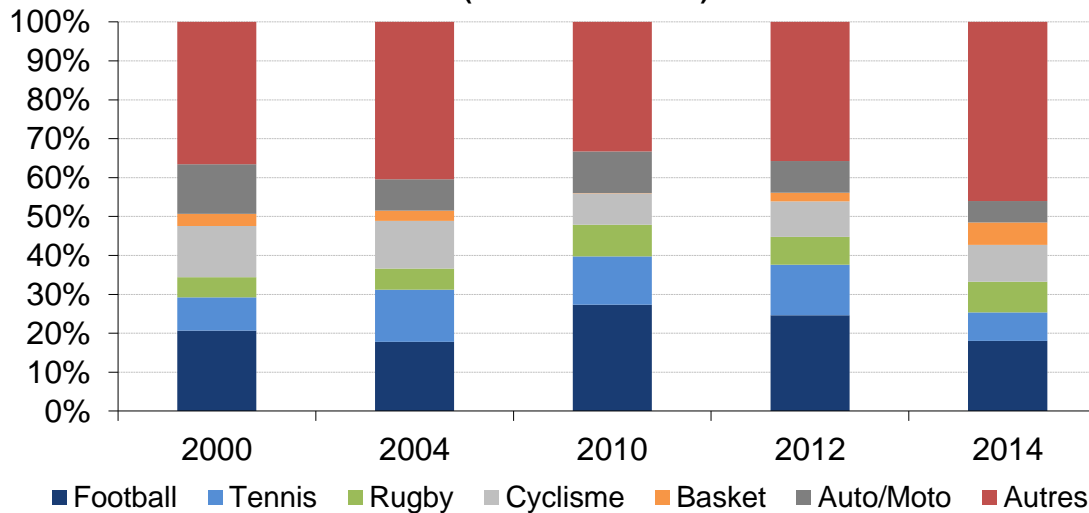
# Les disciplines les plus présentes sur la télévision gratuite

50 % de l'offre représentée par six sports



- ▶ De façon globale, **six disciplines constituent toujours plus de la moitié du volume horaire de retransmissions sportives en télévision gratuite** : le football, le tennis, le rugby, le cyclisme, le basket-ball et les sports mécaniques.

Répartition de l'offre de retransmissions sportives sur la télévision gratuite par disciplines  
(en volume horaire)



- ▶ Parmi l'ensemble des disciplines, **la part du tennis, celle du football et celle des sports mécaniques décroissent sur les chaînes gratuites** (respectivement depuis 2004 pour le tennis et 2010 pour les deux autres disciplines) tandis que **le rugby et le cyclisme ont vu leur part augmenter légèrement depuis 2012. La part du basket-ball augmente quant à elle notablement depuis 2010.**
- ▶ **La part du volume horaire accordé aux « autres » disciplines croît depuis 2010.** Pour rappel, la diversité des disciplines n'a jamais été aussi importante depuis 1994.



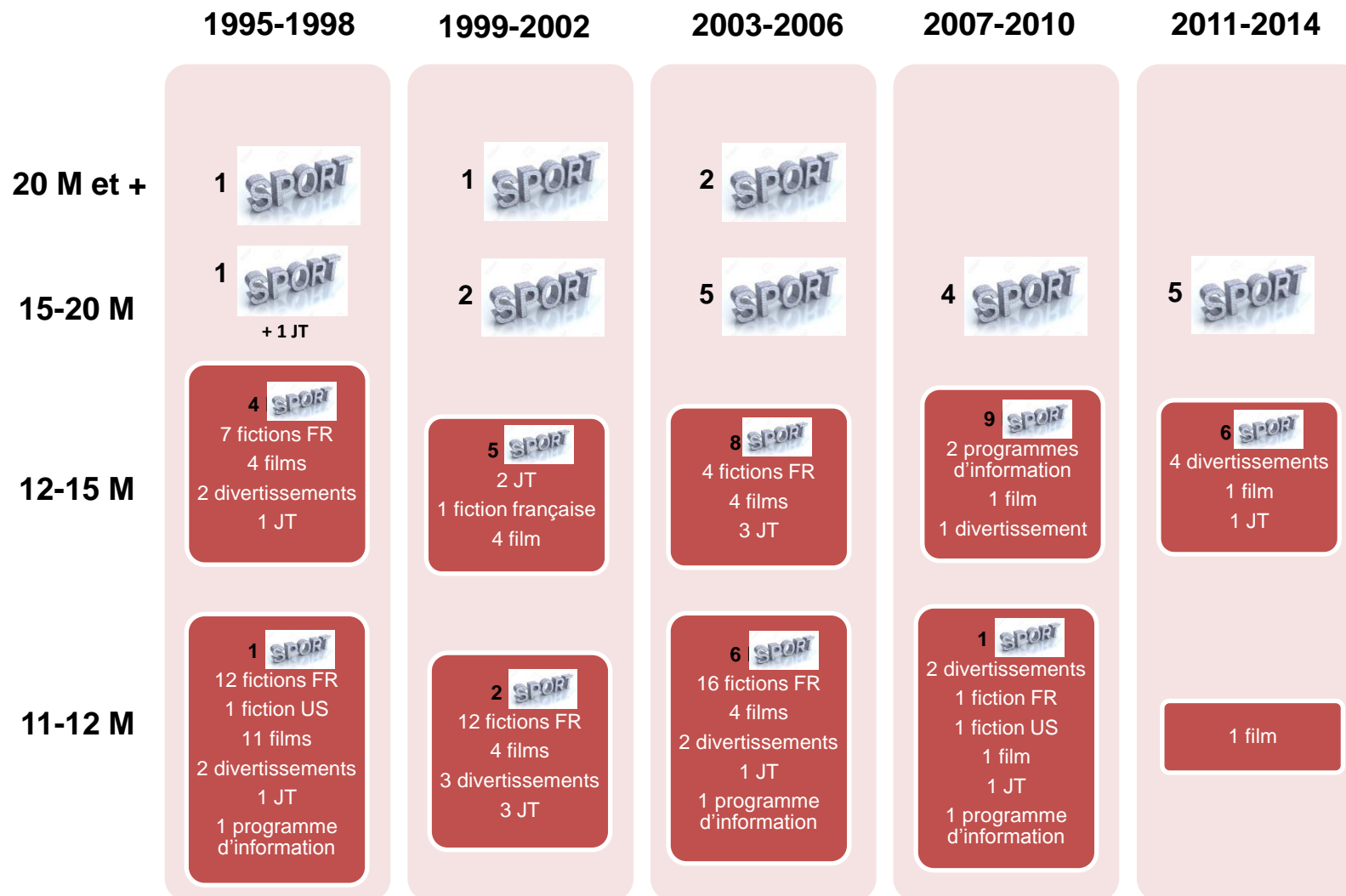
# La consommation du sport en télévision

# La consommation de programmes sportifs

## Le sport en tête des palmarès d'audience



Le palmarès des audiences supérieures à 11 millions de téléspectateurs depuis 1995  
(Toutes chaînes confondues)



# La consommation de programmes sportifs en télévision

Une thématique qui tire les audiences sur les chaînes de la TNT



## Les 10 meilleures audiences des chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) entre 2011 et 2015

Rang	Date	Programme	Chaîne	Audience (en M de tvsp)
1	26/06/15	Coupe du monde de football féminin : France -Allemagne	W9	4,1
2	30/01/15	Mondiaux de handball masculin : France-Espagne	TMC	3,3
3	11/10/2015	Hunger Games	D8	3,0
4	21/06/15	Coupe du monde de football féminin : France-Corée du Sud	W9	2,8
5	13/12/15	Oblivion	TMC	2,3
6	13/07/11	Coupe du monde de football féminin : France-Etats-Unis	D8	2,3
7	08/02/14	Jeux Olympiques d'hiver 2014 à Sotchi : ski acrobatique	France 4	2,3
8	24/10/13	Moi, moche et méchant	TMC	2,3
9	17/06/15	Coupe du monde de football féminin : Mexique-France	W9	2,2
10	28/10/2013	Thor	France 4	2,2

Les retransmissions sportives tirent les audiences des chaînes de la TNT 2005, et en particulier les retransmissions de **sport féminin** (4 sur 6 des programmes de sport les plus consommés sur les chaînes de la TNT 2005 et 2012 sont des compétitions féminines).