



Le sport à la télévision en France :
pour l'accès du plus grand nombre,
pour la diversité des pratiques et des disciplines exposées

Rapport de

David Assouline
Sénateur de Paris

Septembre 2016

Rapport établi avec la collaboration de :
Serge Kancel, Inspecteur général des affaires culturelles

et avec le concours de :
Aude Boisseranc (Ministère de la culture et de la communication)
Laurent Letailleur (Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports)

**Le sport à la télévision en France :
pour l'accès du plus grand nombre,
pour la diversité des pratiques et des disciplines exposées**

Rapport de David Assouline, Sénateur de Paris

- Synthèse -

Manuel Valls, Premier ministre, a chargé en mai 2016 le sénateur David Assouline d'une mission temporaire auprès de Audrey Azoulay (ministre de la Culture et de la Communication), de Patrick Kanner (ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports) et de Thierry Braillard (secrétaire d'Etat chargé des sports), sur les moyens de favoriser l'accès du plus large public à la diffusion des événements sportifs à la télévision, d'une part, et d'améliorer l'exposition de la diversité des disciplines et des pratiques sportives, d'autre part.

Le présent rapport, remis au Premier ministre à l'issue de cette mission, dresse dans une première partie un état des lieux de la diffusion du sport la télévision. Il rappelle en préalable que **le sport, à travers notamment les grands événements retransmis en direct, joue un rôle fédérateur particulièrement important pour l'ensemble des Français**, ce que montrent les chiffres d'audience élevés et souvent hors normes obtenus par les grandes retransmissions sportives.

Pour autant, **les chaînes en clair, qui sont pour une grande partie des Français le seul mode d'accès aux programmes de télévision, se bornent à une offre d'images sportives relativement limitée**. Seulement 5 % des heures de sport diffusées à la télévision française en 2015 l'ont été sur des chaînes gratuites, cette offre étant, au demeurant, surtout assurée par les chaînes du service public (en mettant à part la chaîne thématique *L'Equipe*). Quant aux 2/3 des foyers qui ont, au-delà de la TNT, souscrit un abonnement de base auprès des distributeurs d'accès "multiplay", l'offre complémentaire d'images sportives qu'ils y trouvent reste marginale.

Surtout, **le rapport constate que les retransmissions sportives les plus attractives sont aujourd'hui, pour une part essentielle, réservées à la minorité des foyers qui sont abonnés à des bouquets "premium" payants** (Canal+, beIN, SFR, Eurosport) : c'est le cas, entre autres exemples, des matchs de la Ligue 1, de la *Premier League* ou de la Ligue des champions de football, ou encore du Top 14 de rugby...

En termes de diversité des disciplines et des pratiques sportives exposées, le rapport constate la faible ouverture des chaînes généralistes en clair, et notamment des grandes chaînes privées : 75 % des heures de retransmissions sportives sur les chaînes en clair en 2015 se sont concentrées sur neuf disciplines sportives dominantes (21 % pour le seul football). Le sport féminin n'a représenté que 13,8 % des heures de retransmission en clair en 2015. Quant au sport paralympique, il est totalement invisible sur les chaînes en dehors des rendez-vous périodiques

que constituent les championnats du monde d'athlétisme handisport et les Jeux paralympiques d'été et d'hiver.

Dans un contexte marqué par une compétition toujours plus rude entre chaînes pour capter les exclusivités et par une structuration de l'offre des images à un niveau de plus en plus européen et mondial, **les prix des droits de retransmission TV des événements sportifs les plus attractifs ont connu une véritable envolée ces dernières années.** Couplée à des coûts de production des retransmissions rendant le plus souvent illusoire leur couverture par les recettes publicitaires, **cette évolution installe progressivement un partage des territoires télévisuels payant / gratuit préjudiciable au plus grand nombre.** Le rapport analyse ainsi la série de glissements qui ont marqué les années récentes en matière de captation des droits de retransmission : un glissement général des chaînes en clair au modèle économique axé sur la publicité vers les chaînes payantes reposant sur les abonnements ; pour les chaînes en clair, un double glissement des chaînes publiques vers les chaînes privées en termes de valeur, d'une part, et des chaînes privées vers les chaînes publiques en termes de volume et de diversité, d'autre part ; enfin, pour les chaînes payantes, un glissement d'un modèle à finalité éditoriale type Canal+ vers un modèle à finalité industrielle et mondiale type beIN, Altice-SFR ou Discovery-Eurosport.

Le rapport constate toutefois que, malgré ces mutations de fond, **le dispositif réglementaire d'obligation de diffusion en clair des "événements d'intérêt majeur" (EIM) a pu être appliqué sans accroc.** Les plus grands événements sportifs, "sanctuarisés" par la liste que la France a instituée par décret en 2004 en application de la directive européenne "Télévision sans frontière" (événements qui vont, par exemple, des Jeux olympiques à tous les matchs de l'équipe de France de football ou du Tournoi des Six Nations, en passant par le Tour de France ou Roland-Garros...), sont effectivement restés accessibles au plus grand nombre grâce à leur diffusion en direct sur une ou plusieurs chaînes de la TNT. Ceci malgré le nombre conséquent d'événements protégés (27 au total) qui est une des spécificités de la liste française analysées dans le rapport par comparaison avec les listes des autres Etats-membres.

Enfin, le rapport met en lumière **les mutations nouvelles, lourdes de conséquences à terme, qui sont d'ores et déjà à l'œuvre** et qui sont appelées à modifier en profondeur le marché des images sportives, qu'il s'agisse de l'évolution de la notion même de "gratuité" des images sportives notamment par la généralisation des "boxes" et le durcissement de leur concurrence sur les contenus, de la soutenabilité du modèle économique des offres payantes "premium" entre évolution à la hausse des droits et compétition à la baisse sur les tarifs d'abonnement, de l'évolution de la télévision linéaire classique vers une offre "over-the-top" sur Internet, ou de l'irruption des géants du numérique dans le paysage compétitif des acheteurs de droits.

Dans une seconde partie, le présent rapport livre à la réflexion du Gouvernement et du législateur un certain nombre de préconisations pour un renforcement de l'exposition du sport, dans toute sa diversité, sur les chaînes en clair.

- **Renforcer l'efficacité de la réglementation concernant les événements d'intérêt majeur (EIM)** soumis à une obligation de diffusion en clair : par l'instauration, dans le cadre de la révision en cours de la directive Services de médias audiovisuels (SMA), d'une liste européenne valable pour

l'ensemble des Etats-membres ; par le renforcement réglementaire du caractère contraignant du décret de 2004 en termes d'obligation de résultat ; par une confortation du rôle de régulation du CSA dans les négociations des rachats de droits ; par un aménagement des procédures d'appels d'offres dans le sens d'un rééquilibrage des rapports de force (par un droit d'accès prioritaire pour les télévisions en clair, par exemple, ou par des lots séparés EIM / non EIM).

- **Améliorer la cohérence et la diversité de la liste des EIM instituée par le décret de 2004** : en assurant une meilleure présence du sport féminin ; en donnant toute leur place aux Jeux paralympiques ; en protégeant de façon privilégiée les grands événements organisés en France et/ou auxquels participent des équipes ou athlètes français ; en harmonisant entre les principaux sports collectifs le traitement accordé aux phases finales des compétitions européennes et mondiales ; en ouvrant la liste à des disciplines individuelles rencontrant un fort écho auprès du public. Dans l'hypothèse où l'élargissement de la liste qui en résulterait soulèverait des réserves de la Commission européenne, le rapport propose d'utiliser la possibilité qui est ouverte de créer une liste complémentaire d'EIM s'appliquant aux seuls diffuseurs nationaux.
- **Doubler et élargir le fonds d'aide audiovisuel** du Centre National pour le Développement du Sport (CNDS), fonds créé en 2014 pour soutenir les productions audiovisuelles valorisant le sport féminin et le sport paralympique, en l'ouvrant à toutes les disciplines et pratiques sportives sous-exposées à l'écran ainsi qu'aux dépenses pérennes d'équipement audiovisuel des enceintes sportives vouées aux disciplines en voie de professionnalisation.
- **Harmoniser l'application de la taxe "Buffet"** (qui impose aux organisateurs de compétitions diffusées en France de reverser au CNDS 5 % du montant des droits TV perçus, lesquels contribuent par ce biais à soutenir l'ensemble de la filière sportive, y compris le sport amateur) en étendant l'assiette aux droits de diffusion acquis auprès des organisateurs établis hors de France et, simultanément, en baissant le taux.
- **Créer une instance permanente de concertation sport / audiovisuel.**
- **Conforter le rôle du service public dans la mise en valeur du sport à la télévision** : en donnant toute leur mesure aux dispositions du cahier des charges de France Télévisions en matière de sport et en renforçant à terme leur ambition ; en distinguant au sein du groupe France Télévisions une chaîne référente en matière de sport ; en desserrant de façon ciblée l'interdiction de la publicité sur France Télévisions en *prime time* afin de remettre le groupe public en jeu s'agissant, notamment, des matchs de l'équipe de France (toutes disciplines confondues) et/ou des événements d'importance majeure (EIM) ; en renforçant le rôle de l'INA dans la mise en valeur du sport dans toute sa diversité.
- **Renforcer la diversité des disciplines sportives exposées sur les chaînes en clair privées**, en vérifiant l'application des conventions de ces chaînes voire en renforçant leurs obligations en matière sportive, et en clarifiant et confortant la spécificité de positionnement éditorial de la chaîne *L'Equipe*.
- **Améliorer et fluidifier la circulation de l'information sportive** par un aménagement de l'actuelle réglementation des "brefs extraits" libres d'accès et par la promotion d'une offre de magazines en clair.

Sommaire

Introduction.....	p. 1
Liste des préconisations.....	p. 7
1^{ère} partie - Etat des lieux : un équilibre précaire et des incertitudes pour l'avenir.....	p. 9
1- Le sport, à travers notamment les grands événements sportifs retransmis en direct, joue un rôle fédérateur particulièrement important pour les Français.....	p. 7
1.1- L'histoire du sport est marquée par des grands moments fédérateurs.....	p. 9
1.2- Certains grands événements sportifs retransmis en direct à la télévision obtiennent des chiffres d'audience hors normes	p. 10
1.3- L'impact télévisuel des grands événements sportifs revêt des enjeux essentiels pour toute la filière sportive.....	p. 12
2- Les chaînes de télévision en clair sont pour une grande partie des Français le seul mode d'accès aux images sportives, mais l'offre y reste relativement limitée et insuffisamment diversifiée....	p. 12
2.1- Entre chaînes en clair ou payantes, généralistes ou spécialisées, l'offre d'image sportives est conséquente en France.....	p. 12
2.2- En termes de volumes horaires comme de diversité des disciplines et des pratiques exposées, l'offre sur les chaînes en clair reste relativement limitée et surtout assurée par les chaînes du service public.....	p. 14
2.2.1- Hors l'Equipe 21, l'offre de sport sur la TNT reste en volume relativement limitée avec une forte prédominance du service public.....	p. 15
2.2.2- En termes de diversité, quelques sports vedettes prédominent avec une différence marquée entre l'Equipe 21, France Télévisions, et le reste des chaînes en clair.....	p. 16
2.2.3- le sport féminin sur les chaînes en clair : une grande disparité selon les disciplines avec un positionnement volontariste de certaines petites chaînes.....	p. 22
2.2.4- La quasi inexistence du sport paralympique à la télévision.....	p. 26
2.2.5- La place du sport dans les journaux télévisés : une accentuation des disparités d'exposition et une vitrine des droits acquis par les chaînes.....	p. 27
2.3- Désormais les 2/3 des foyers ont souscrit un abonnement auprès des distributeurs d'accès, mais l'offre de base qu'ils y trouvent en matière de sport en complément de la TNT reste faible.....	p. 30
2.4- Les foyers abonnés aux bouquets "premium" bénéficient en revanche d'images de sport abondantes et de haut niveau, mais restent une minorité malgré une politique de prix d'abonnement parfois agressive.....	p. 31
3- Les droits sportifs des événements prestigieux, par le rôle clé qu'ils jouent dans le financement du sport, connaissent une envolée qui dessine à terme un partage des territoires payant/gratuit préjudiciable au plus grand nombre.....	p. 34

3.1- Les droits TV constituent un élément clé du jeu complexe du financement du sport.....	p. 34
3.2- L'importance de ces droits TV est accrue par la spécificité française de l'interdiction de toute publicité pour les alcools dans les enceintes sportives.....	p. 36
3.3- Les droits de retransmission de plus en plus élevés qui en résultent, associés à une structuration internationale de l'offre, amènent progressivement un partage des territoires payant / gratuit préjudiciable au plus grand nombre.....	p. 38
4- Pour autant, les évènements les plus importants restent, pour l'instant, globalement accessibles au rachat par les chaînes en clair.....	p. 40
4.1- Le dispositif des "événements d'intérêt majeur", bien que s'appuyant sur des textes non dénués d'ambiguïté et concernant un nombre conséquent d'évènements, s'est appliqué sans accroc notable.....	p. 40
4.1.1- La logique du décret du 22 décembre 2004, moins coercitive que celle de la directive européenne et de la loi, aurait pu être motif d'inquiétude quant à l'applicabilité du dispositif.....	p. 40
4.1.2- La liste française présente des spécificités notables en comparaison avec les autres listes européennes	p. 42
4.1.3- Malgré leur nombre conséquent, les événements d'importance majeure ont tous été jusqu'à présent, à une exception près maintenant ancienne, retransmis par des chaînes en clair.....	p. 53
4.2- Le second marché des droits de retransmission fonctionne pour l'instant relativement bien.....	p. 58
5- Des mutations nouvelles, lourdes de conséquences potentielles, sont d'ores et déjà à l'œuvre et peuvent modifier en profondeur le paysage de l'offre d'images sportives.....	p. 59
5.1- Dans les modes d'accès à la télévision : le passage potentiel du modèle gratuit ou quasi-gratuit à des modèles différenciés d'abonnement.....	p. 59
5.2- Dans le modèle économique des offres payantes "premium" : des déficits assumés difficilement tenables à terme.....	p. 61
5.3- Dans les modes de diffusion : le passage de la télévision linéaire classique à un offre "over-the-top" complémentaire et potentiellement, à terme, dominante.....	p. 61
5.4- Dans le paysage des acheteurs de droits : l'irruption des géants du Web.....	p. 64

2^{ème} partie - Préconisations pour un renforcement de l'exposition et de la diversité des disciplines et des pratiques sur les chaînes en clair..... p. 67

1- Renforcer la cohérence de la réglementation concernant les évènements d'intérêt majeur (EIM)	p. 67
1.1- Instaurer une liste européenne d'évènements majeurs dans le cadre de la révision en cours de la directive européenne Services de médias audiovisuels (SMA).	p. 67
1.2- Mettre le décret du 22 décembre 2004 en meilleure conformité avec la loi et avec la directive européenne, en corrigeant son caractère peu contraignant en termes d'obligation de résultat.....	p. 68
1.3- Rééquilibrer les procédures nationales d'appels d'offres pour la vente de droits.....	p. 69
1.4- Conforter le rôle de régulation du CSA dans la négociation des rachats de droits.....	p. 69
1.5- Réparer la lacune de l'absence d'extension réglementaire du dispositif à l'outre-mer.....	p. 70

2- Modifier la liste d'EIM du décret de 2004 dans le sens d'une plus grande cohérence et d'une plus grande diversité, dans la ligne des critères de la Commission européenne	p. 70
2.1- Assurer une meilleure visibilité du sport féminin.....	p. 70
2.2- Donner leur place aux disciplines paralympiques.....	p. 71
2.3- Elargir la liste aux disciplines individuelles rencontrant un écho important auprès du public.....	p. 72
2.4- Rapprocher le traitement accordé aux principaux sports collectif.....	p. 74
2.5- Rationnaliser les critères de définition des EIM.....	p. 75
2.6- Creuser la possibilité, sans attendre la notification à la Commission ou en cas de refus de celle-ci, d'une liste complémentaire d'EIM à impact national.....	p. 78
3- Doubler et élargir le fonds d'aide audiovisuel du CNDS	p. 78
4- Harmoniser l'application de la taxe "Buffet" en en baissant le taux et en l'étendant aux manifestations organisées par des acteurs étrangers	p. 79
5- Créer une instance permanente de concertation sport / audiovisuel	p. 80
6- Conforter le rôle du service public dans la mise en valeur du sport	p. 81
6.1- Contrôler l'application du cahier des charges de France Télévisions et renforcer à terme son ambition	p. 81
6.2- Distinguer au sein du groupe France Télévisions une chaîne référente en matière de sport.....	p. 82
6.3- Desserrer de façon ciblée l'interdiction de la publicité sur France Télévisions en prime time.....	p. 83
6.4- Renforcer le rôle de l'INA dans la mise en valeur du sport dans toute sa diversité.....	p. 84
7- Mieux contrôler l'application des conventions des chaînes privées	p. 84
7.1- Renforcer les obligations des chaînes privées, actuellement particulièrement peu exigeantes en matière sportive.....	p. 84
7.2- Clarifier et conforter le positionnement éditorial de la chaîne L'Equipe.....	p. 85
8- Aménager la réglementation des brefs extraits	p. 86
9- Promouvoir une offre intermédiaire entre les retransmissions et les brefs extraits : une offre de magazines en clair	p. 87

Annexes	p. 89 à 113
----------------------	-------------

1. Lettre de mission en date du 19 mai 2016
2. Liste des personnalités auditionnées
3. Textes applicables aux événements d'importance majeure (EIM) et aux brefs extraits
4. Délibération du 1er octobre 2014 du CSA relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements
5. Plus fortes audiences de la télévision en France
6. Disciplines sportives reconnues de haut niveau en France
7. Evolution du nombre de licenciés des principales fédérations sportives

Liste des comptes rendus d'auditions	p. 115
---	--------

Comptes rendus d'auditions	p. 117 à 236
---	--------------

Introduction

Par décret du 19 mai 2016, le Premier Ministre, Manuel Valls, m'a chargé d'une mission temporaire auprès de Audrey Azoulay (ministre de la Culture et de la Communication), Patrick Kanner, (ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports) et Thierry Braillard (secrétaire d'Etat chargé des sports), sur les moyens d'améliorer l'accès du plus large public à la diffusion d'événements sportifs à la télévision.

Persuadé de son intérêt majeur pour la cohésion sociale et la société toute entière, c'est avec conviction et passion que j'ai eu l'honneur de conduire cette mission.

En effet, si le sport est un élément central de la culture populaire, en rassemblant et transcendant, il le doit aujourd'hui beaucoup à sa diffusion audiovisuelle qui permet d'encourager massivement ses pratiques mais aussi de fédérer tous nos concitoyens, quels que soient leurs conditions sociales, leurs lieux de vie, leurs origines, de leur faire partager ensemble des émotions, des espoirs et des peines, souvent en même temps, autour d'exploits, de talents individuels et de performances collectives.

Pourtant dans un environnement audiovisuel numérisé et mondialisé soumis à une concurrence inégalée jusqu'alors, l'accès libre et gratuit pour le plus grand nombre à la retransmission des grands événements sportifs est de plus en plus remis en cause, tout comme l'exposition de la diversité des disciplines au-delà de quelques sports, et de la diversité des pratiques comme le sport féminin ou le sport paralympique. En effet les chaînes payantes sont souvent les seules à avoir les moyens d'acheter les droits de retransmission, qui ne cessent d'augmenter. On ne peut accepter cette situation qui installe une injustice et une inégalité de fait, et nuit à la promotion et au développement du sport pourtant si nécessaire à l'épanouissement de tous.

De plus, la perspective d'accueillir les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 doit nous conduire à nous donner tous les moyens de médiatisation, de pédagogie, et de découverte, en amont, pour éduquer et inciter nos concitoyens et les jeunes en particulier à découvrir une multitude de sports, à former une "génération 2024" de champions, de sportifs, de bénévoles et de spectateurs qui rempliront les tribunes de toutes les enceintes des compétitions.

J'ai donc travaillé avec le souci d'éclairer et d'agir, en mettant à disposition des pouvoirs publics et de tous les décideurs des secteurs concernés, un état des lieux à jour le plus précis possible, et des propositions permettant d'améliorer la situation actuelle tout en prévenant les dangers des dynamiques négatives en cours.

J'ai pu écouter et entendre le monde sportif, ses ligues et fédérations nationales et internationales, les responsables des groupes de médias français et étrangers concernés, les acteurs publics impliqués en France et en Europe, au cours de 50 heures d'auditions d'une centaine de dirigeants concernés, et analyser les principales études les plus récentes disponibles sur le sujet.

Avec à chaque rencontre un nouvel éclairage, une idée originale ou une proposition, j'ai beaucoup appris et acquis la conviction que les contenus de ses auditions devaient être

partagés par tous (leurs transcriptions figurent en annexe), et qu'une instance commune de dialogue, d'échanges et de mise en commun devrait être installée de façon pérenne entre le monde sportif et le monde de l'audiovisuel, dans leurs diversités.

J'ai pu mesurer, au-delà de la vitalité du monde sportif et de sa variété dans notre pays, le dévouement, les compétences, et les valeurs humanistes et républicaines de ses dirigeants. J'ai apprécié aussi que le monde de l'audiovisuel, qu'il soit public d'abord, privé gratuit ou payant, n'ayant pas les mêmes intérêts et les mêmes missions, a répondu présent pour contribuer à éclairer mon travail, et a globalement conscience de ses responsabilités et des enjeux en question.

La lettre de mission signée par le Premier Ministre¹, portait une attention particulière aux événements d'importance majeure (EIM) et au renforcement médiatique des pratiques sportives et de la diversité des disciplines, notamment émergentes. Elle précisait les éléments de contexte dans lesquels s'inscrivait cette mission : l'arrivée sur le marché français d'acteurs internationaux ; le développement de nouveaux services de médias audiovisuels par abonnement ; la possible concurrence des géants du web sur le marché des droits ; la concurrence intense entre les diffuseurs pour l'acquisition des droits de diffusion des événements dits "premium".

Le présent rapport analyse en détail deux des conséquences préjudiciables qui découlent de ce contexte, à savoir la difficulté pour les opérateurs diffusés en gratuit d'acheter des droits qui atteignent parfois des niveaux singulièrement élevés, et la difficulté de trouver une diffusion télévisuelle pour nombre de pratiques ou de disciplines sportives, y compris certaines de celles comptant le plus grand nombre de licenciés.

Pour autant, la lettre de mission rappelait à juste titre que les droits télévisuels demeurent essentiels dans le financement de la filière sportive, ce qui impose aux pouvoirs publics et par voie de conséquence à la mission qui m'a été confiée, de s'assurer d'un équilibre difficile entre financement du sport et accès du public à des événements "premium" comme à une plus grande diversité de sports et de pratiques.

En préalable, plusieurs des termes qui viennent d'être employés justifient qu'on s'y attarde. La notion "d'événements sportifs d'importance majeure" (EIM) renvoie au texte de la directive européenne "Télévision sans frontières" de 1989 (reprise par la directive "Services de médias audiovisuels" de 2010), laquelle autorise les Etats-membres à s'assurer de la diffusion sur des chaînes gratuites des événements qu'ils jugent précisément d'importance majeure². Selon les critères d'interprétation mis en avant par la Commission, ces événements, qui ne sont d'ailleurs pas nécessairement sportifs, se définissent en termes d'identité nationale, de large fédération du public, de forte audience télévisée, ou encore de mobilisation autour d'équipes nationales.

Même si elle s'en rapproche, la notion d'évènement "premium" est d'un ordre différent. Elle renvoie à des contenus de prestige en termes d'intérêt sportif, et contient en quelque sorte,

¹ Cette lettre de mission figure en annexe 1 du présent rapport.

² Cette directive a été transposée en France par la loi du 30 septembre 1986, précisée, notamment quant à la liste des événements concernés, par le décret du 22 décembre 2004. L'ensemble de ces textes figure en annexe 3 du présent rapport.

par son libellé même, l'idée d'une forme de rareté, ce qui influe directement sur les conditions de diffusion de ces événements auprès des catégories de publics prêtes à investir pour en avoir le bénéfice.

C'est donc une approche large de la problématique ainsi posée qui prévaudra dans le présent rapport : il est, bien sûr, indispensable que des événements suffisamment emblématiques pour être qualifiés "d'importance majeure" soient diffusés en clair ; mais, pour autant, il n'y a pas de raison d'admettre comme une fatalité le fait qu'une majorité des événements "premium" devienne, comme c'est de plus en plus souvent le cas, l'apanage quasi-exclusif des chaînes payantes, alors même que leur audience y sera parfois très nettement inférieure à celle qu'ils obtiendraient sur une grande chaîne généraliste gratuite.

De la même façon, la notion de discipline ou de pratique "émergente", prise à la lettre, présente le risque d'une approche restrictive, y compris en termes de politiques publiques. L'émergence peut se mesurer selon deux critères, qui vont d'ailleurs souvent de pair : par l'augmentation du nombre des licenciés et/ou des pratiquants ; par l'augmentation de la fréquentation du public, que ce soit dans les enceintes sportives ou dans les médias. Sont ainsi incontestablement "émergentes" ces dernières années plusieurs disciplines féminines (notamment le football et le rugby), ou des disciplines portées par des résultats brillants de sportives et de sportifs français comme le handball, la natation ou le canoé-kayak. Pour autant, à côté de la douzaine de disciplines vedettes qui trustent l'essentiel des heures de retransmission, et de la demi-douzaine d'autres qui répondent effectivement à la définition de disciplines "émergentes", c'est plus d'une centaine de disciplines reconnues comme "de haut niveau" par les instances sportives nationales qui restent, en dehors des rendez-vous olympiques, pratiquement invisibles à la télévision et n'ont d'autre refuge de diffusion que le Net. Il a donc semblé essentiel dans le présent rapport de dépasser la problématique de l'émergence, pour celle de la diversité des pratiques et des disciplines au sens le plus large.

Quelques données factuelles suffisent à donner la mesure des questions telles qu'elles se posent aujourd'hui :

- Sur 175.000 heures de sport diffusées à la télévision française en 2015, seulement 8.700, soit 5 %, l'ont été sur des chaînes en clair.
- Au nombre des événements aujourd'hui accessibles aux seuls abonnés des chaînes payantes (sauf rachats ponctuels par des chaînes en clair au titre des événements d'importance majeure), se trouvent par exemple les matchs de la Ligue 1, de la *Premier League*, des autres championnats nationaux en Europe, de la Ligue Europa et de la Ligue des champions de football, ainsi que le Top 14 de rugby, le championnat du monde de Formule 1, la Coupe Davis, les championnats du monde et d'Europe masculins et féminins de handball, etc.
- 75 % des heures de retransmissions sportives sur les chaînes en clair en 2015 se sont concentrées sur neuf disciplines sportives dominantes : le football (21 % du volume horaire à lui seul), les sports mécaniques, le cyclisme, le basket-ball, le rugby, le tennis, l'athlétisme, la boxe et le ski.
- Le sport féminin n'a représenté en 2015 que 13,8 % des heures de retransmission en clair, contre 53,3 % pour le sport masculin et 32,9 % pour les événements mixtes.

- Le sport paralympique est totalement invisible sur les chaînes de télévision si l'on excepte les rendez-vous qui constituent les championnats du monde d'athlétisme handisport (28 heures de retransmission en 2015) et les Jeux paralympiques d'été (20 h en 2012, et la couverture remarquable de 100 h en 2016) et d'hiver (15 h en 2014), tous ces événements ayant été couverts par les seules chaînes du groupe France Télévisions.

L'équilibre des forces entre diffuseurs et détenteurs de droits, ainsi que la réglementation concernant les événements d'importance majeure, ont fait que, jusqu'à présent, les plus grands événements sportifs ont pu être retransmis par les chaînes de la TNT et sont restés accessibles au plus grand nombre. C'est le cas des événements qui sont historiquement retransmis en clair comme Roland-Garros, le Tour de France, les championnats du monde d'athlétisme ou la Coupe du monde de rugby. Dans cette tradition, les Jeux Olympiques d'été de Rio en août dernier ont fait l'objet d'un large dispositif de couverture de la part des 4 chaînes du groupe France Télévisions, avec 700 heures d'antenne complétées par 2.400 heures proposées sur la plateforme numérique *francetvsport*.

S'agissant des événements dont les droits ont été acquis ces dernières années par des chaînes payantes, l'Euro de football en juin et juillet dernier a sonné comme une alerte, ceci d'autant plus que l'événement se tenait sur le sol français et qu'à ce titre sa préparation avait largement mobilisé en amont les collectivités publiques nationale et locales. Pour la première fois, les droits de cette compétition ont été vendus à un diffuseur crypté, en l'occurrence beIN Sports, lequel a conservé l'exclusivité de la diffusion pour une partie non négligeable des matchs (18 sur 51). L'UEFA aura toutefois préservé la vente des 33 matchs principaux à deux chaînes en clair, TF1 et M6, y compris les matchs de l'équipe de France et tous les matchs à partir des huitièmes de finale.

Le tout prochain rendez-vous comparable sera le championnat du monde de handball qui se tiendra en janvier 2017 dans 8 villes de France : Albertville, Brest, Lille, Metz, Montpellier, Nantes, Paris et Rouen. On sait l'importance qu'a revêtu la saga brillante de l'équipe de France de handball depuis une vingtaine d'années. Le groupe beIN ayant acquis les droits de ce championnat jusqu'en 2017, le strict cadre réglementaire des EIM n'imposerait la retransmission en clair que pour la finale si la France y participait. Là encore, cependant, les pourparlers ont été menés en amont entre beIN et TF1, laquelle devrait couvrir largement la compétition.

Pour autant, l'équilibre atteint s'agissant de ces grands événements reste fragile. Des droits historiquement détenus par des chaînes en clair peuvent à chaque renégociation tomber du côté des chaînes payantes ou d'investisseurs autres, tout comme peuvent se durcir les négociations à venir sur le marché de la revente de ces droits à des chaînes en clair.

La couverture grand public méritera d'être suivie avec la plus grande attention s'agissant de deux événements non listés comme "d'importance majeure" au sens de la réglementation, mais dont l'accueil sur le sol français revêt une importance historique justifiant sans doute un accès du plus grand nombre : le championnat du monde de hockey sur glace qui aura lieu en mai prochain à Cologne et à Paris (première organisation en France depuis presque 50 ans) et, bien sûr, la Ryder Cup de golf en 2018 qui sera accueillie en France pour la première fois de son histoire.

Le cas des prochains Jeux olympiques est le plus emblématique des inquiétudes que suscitent les évolutions en cours. Le groupe Discovery, qui a acquis Eurosport en 2015, a acheté en 2016 auprès du Comité international olympique les droits européens des JO de 2018 à 2024 pour un montant affiché de 1,3 milliard d'euros. La France ne se trouve pas concernée dans l'immédiat par cet achat dans la mesure où les droits nationaux avaient déjà été négociés avec France Télévisions pour les Jeux d'hiver de Pyeongchang en 2018 et avec France Télévisions et Canal+ pour les Jeux d'été de Tokyo en 2020.

En revanche la question des négociations pour la revente de droits reste entière pour les Jeux olympiques de 2024, ceux-là même pour lesquels la Ville de Paris s'est portée candidate. Les garanties imposées par le CIO à Discovery lors de la vente (200 heures minimum de diffusion en clair) ne peuvent se comparer, par exemple, aux 700 heures du dispositif mis en place par France Télévisions pour les JO de Rio, et seront évidemment sans commune mesure avec ce que les Français seront en droit d'attendre en 2024, et bien plus encore si l'événement se tient à Paris.

*

* *

Le présent rapport s'articule en deux parties.

La première partie, en forme d'état des lieux, s'attache à montrer que, sans être inexistante, l'offre de sport en clair à la télévision reste relativement limitée et insuffisamment diversifiée, et qu'une évolution constante voit les droits sportifs des événements de prestige échapper progressivement aux diffuseurs historiques, ce constat n'étant pas contredit par le fait que les quelques dizaines d'évènements annuels les plus importants restent pour l'instant globalement accessibles sur les chaînes en clair. Cette première partie rappelle également les principales mutations d'ores et déjà entamées qui font que, au-delà des équilibres précaires actuels, le paysage tant sportif qu'audiovisuel risque, en tout état de cause, d'être radicalement différent de celui d'aujourd'hui dans un avenir plus ou moins proche.

La seconde partie explore les pistes d'un possible renforcement de l'exposition et de la diversité des sports sur les chaînes en clair, lequel peut passer par certaines marges de manœuvre financières supplémentaires pour les chaînes en clair, par un renforcement et un meilleur contrôle des cahiers des charges des chaînes publiques et des conventions des chaînes privées ou encore par un aménagement de la réglementation des brefs extraits diffusables librement. Une autre piste est celle d'une réactualisation de la réglementation concernant les événements d'intérêt majeur (EIM), que ce soit par une forme de réglementation de la procédure de négociation des droits ou par une modification de la liste adoptée par la France allant dans le sens d'une plus grande cohérence et d'une plus grande diversité.

David Assouline

29 septembre 2016

Liste des préconisations

1. Œuvrer à l'instauration d'une liste européenne d'événements d'importance majeure (EIM) dans le cadre de la révision en cours de la directive européenne Services de médias audiovisuels (SMA), par une modification de son article 14.
2. Mettre en conformité le décret du 22 décembre 2004 avec la loi et avec la directive européenne sur les EIM, en corrigeant son caractère peu contraignant en termes d'obligation de résultat quant à la diffusion effective des événements sportifs par une chaîne en clair, sous le contrôle du CSA.
3. Rééquilibrer les procédures nationales d'appels d'offres pour la vente de droits, par un droit d'accès prioritaire aux appels d'offres pour les télévisions en clair, par des lots séparés EIM / non EIM et par la remise sur le marché suffisamment en amont des droits des EIM par un primo-acheteur national.
4. Conforter le rôle de régulation du CSA en cas de conflit dans les négociations de rétrocession, en tant qu'instance de conciliation, d'arbitrage final et de vérification de la réalité in fine de la retransmission en clair de l'intégralité des EIM.
5. Réparer la lacune de l'absence d'extension réglementaire du dispositif des EIM à l'outre-mer.
6. Assurer une meilleure visibilité du sport féminin dans la liste du décret de 2004 en posant que, sauf indication contraire explicite, tous les événements de la liste française d'EIM doivent s'entendre comme masculins ET féminins.
7. Donner leur place aux disciplines paralympiques en associant dans une même protection d'ensemble les Jeux paralympiques et les Jeux olympiques.
8. Elargir la liste des EIM aux manifestations majeures de disciplines individuelles rencontrant un écho important auprès du public : départ du Vendée Globe, Coupe de l'America en cas de participation d'un challenger français, championnats du monde de natation en grand bassin, championnats du monde de judo.
9. Harmoniser le traitement accordé aux principaux sports collectif dans cette liste, hors cas à part du football, en privilégiant la formule harmonisée d'une protection des championnats européens et mondiaux à partir de la phase finale à élimination directe dès lors que l'équipe de France y participe.
10. Rationnaliser les critères des EIM en supprimant la mention de manifestations désuètes (Grand Prix de France de Formule 1) ou devenues moins significatives (Paris-Roubaix) et en mettant davantage l'accent sur celles auxquelles participent des équipes ou athlètes français ainsi que sur les éditions des grands événements sportifs internationaux (GESI) organisés en France.
11. Utiliser la possibilité, sans attendre la notification à la Commission ou en cas de refus de celle-ci, d'élaborer une liste complémentaire d'EIM à impact national.
12. Renforcer le fonds d'aide audiovisuel du CNDS³ en doublant son montant, qui serait porté à 2 M€, et amorcer son élargissement notamment à toutes les disciplines et pratiques sportives peu exposées à l'écran ainsi qu'aux dépenses pérennes d'équipement des enceintes sportives vouées aux disciplines en voie de professionnalisation.
13. Financer cette mesure par la taxe sur les droits de retransmission TV (taxe Buffet).
14. Consolider et harmoniser l'application de la taxe "Buffet" en l'étendant aux montants reversés aux opérateurs sportifs établis en France par les organisateurs internationaux au titre de la

³ Centre national pour le développement du sport

participation de leurs affiliés à des compétitions européennes et mondiales, et simultanément en baisser le taux d'un point, le faisant passer de 5 % à 4 %.

15. Relever de 1 M€ le plafond actuel de la taxe "Buffet" afin de financer l'augmentation du fonds d'aide audiovisuel proposé ci-dessus.
16. Créer une instance permanente de concertation sport / audiovisuel réunissant les organisateurs de compétitions sportives, fédérations et ligues, les éditeurs de services de télévision et de radio, et les représentants de l'ensemble de la filière, instance qui pourrait être créée, y compris par voie législative ou réglementaire, soit sous l'égide du CSA, soit dans le cadre du Conseil national du sport.
17. Renforcer, en matière de visibilité des différents sports, l'ambition du cahier des charges de France Télévisions lors du prochain renouvellement du contrat d'objectifs et de moyens.
18. Consolider une chaîne du service public référente en matière de sport, tout en s'appuyant sur la capacité de France 3 à faire remonter des images des compétitions et des pratiques en région.
19. Desserrer de façon ciblée l'interdiction de la publicité sur France Télévisions en prime time afin de permettre au groupe public de se positionner notamment sur les achats de droits des matchs des équipes de France, toutes disciplines confondues, et/ou sur ceux des événements listés comme d'importance majeure.
20. Veiller au respect des conventions des chaînes privées, au demeurant particulièrement peu exigeantes en matière sportive.
21. Conforter le positionnement éditorial de la chaîne L'Equipe et en clarifier les évolutions en cours si elles s'avéraient constituer une réorientation tournant sensiblement le dos au projet initial qui a amené l'accord du CSA.
22. S'assurer de la centralisation par le CSA, selon les items standardisés qui sont les siens, de données précises de diffusion de la chaîne L'Equipe notamment quant à la diversité des disciplines et des pratiques exposées.
23. Soutenir le développement d'accords d'exploitation par l'INA des fonds d'images des fédérations sportives, y compris peu visibles à l'écran, et mobiliser certaines aides sélectives du CNC sur la production par l'INA, ou avec son soutien, de documentaires sportifs favorisant l'exposition télévisuelle du sport dans sa diversité.
24. Aménager la réglementation des brefs extraits utilisables gratuitement à titre d'information, en modulant leur durée selon que les chaînes en présence sont gratuites ou payantes, en déplaçant la durée pour les extraits de compétitions handisport, et en étendant, sous le contrôle du CSA, le bénéfice de ce régime aux agences de presse.
25. Imposer aux ligues professionnelles, dans le cadre des appels à candidatures pour l'attribution des droits d'exploitation audiovisuelle de leurs compétitions, de réserver à des chaînes accessibles en clair un lot de magazine d'actualité de ces compétitions.
26. Trouver le véhicule législatif le mieux adapté pour intégrer celles des préconisations qui précèdent nécessitant une intervention de la loi (ce qui pourrait être le cas du rôle de régulation du CSA, de la possibilité d'une liste complémentaire d'EIM, du desserrement ciblé de l'interdiction de la publicité sur France Télévisions, ou de la création d'instance permanente de concertation sport / audiovisuel...).

1^{ère} partie - Etat des lieux : un équilibre précaire et des incertitudes pour l'avenir

1- Le sport, à travers notamment les grands événements sportifs retransmis en direct, joue un rôle fédérateur particulièrement important pour les Français

1.1- L'histoire du sport est marquée par des grands moments fédérateurs

Les sportifs, et le sport de façon plus générale, occupent une place singulière dans la mémoire et dans l'imaginaire collectifs. Le sport de haut niveau, fait d'exigence, de combativité, d'élégance morale et physique, est porteur pour chacun de valeurs particulièrement positives.

Certains grands sportifs ont non seulement écrit l'histoire de leur propre sport, mais ont noué un lien particulier avec les Français, de Louison Bobet à Bernard Hinault, de Marcel Cerdan à Alain Mimoun, d'Éric Tabarly à Florence Arthaud, pour n'en citer que quelques-uns. Dans le sondage biennuel réalisé par l'IFOP pour le *Journal du dimanche*, les Français ont porté à la 1^{ère} place de leurs personnalités préférées, particulièrement dans les années récentes, des sportifs comme Yannick Noah, Zinedine Zidane ou David Douillet.

Le destin de certaines équipes a suscité une ferveur collective allant bien au-delà du simple enjeu sportif et créé un véritable phénomène d'identification nationale : on pense à la saga du Stade de Reims dans les années cinquante ou à celle de l'AS Saint-Etienne dans les années soixante et soixante-dix, aux parcours de l'équipe de France de football lors des coupes du monde de 1982, 1998 ou 2006, voire aux "Barjots", Costauds" et autres "Experts" qui ont hissé la France vers les sommets de la hiérarchie mondiale du handball.

Certains épisodes sportifs que des millions de Français ont pu suivre en direct à la télévision, restent dans les mémoires comme d'intenses moments d'enthousiasme collectif : l'irrésistible ligne droite de Colette Besson en finale du 400 m des JO de Mexico (16 octobre 1968), la balle de match victorieuse de Yannick Noah en finale de Roland-Garros (5 juin 1983), les trois buts de l'équipe de France de football en finale contre le Brésil au Stade de France (12 juillet 1998)... D'autres, au contraire, laissent un souvenir douloureux et tenace comme la sortie du gardien Harald Schumacher contre Patrick Battiston et le tir au but de Maxime Bossis repoussé en demi-finale de la Coupe du Monde de football à Séville (8 juillet 1982), ou les huit secondes faisant perdre à Laurent Fignon, sur les Champs-Élysées, le Tour de France au profit de Greg Lemond (23 juillet 1989).

L'intérêt singulier suscité par les événements sportifs majeurs, qui n'est évidemment pas propre à la France et revêt même dans d'autre pays les proportions politiques et idéologiques que l'on sait, transcende les clivages d'âge, d'origine, de sexe, de condition sociale. Face aux difficultés économiques, à la crise de cohésion sociale et aux réflexes identitaires qui se sont installés durablement dans notre pays comme dans d'autres, le sport est peut-être le dernier refuge d'une affirmation collective, même si celle-ci reste évidemment fragile. On se souvient de la liesse autour de la France "black-blanc-beur" victorieuse de la Coupe du monde de 1998

mais, lors de l'Euro 2016, on a pu constater que ce même thème pouvait, à propos des choix du sélectionneur, donner matière à d'assez sombres polémiques.

1.2- Certains grands événements sportifs retransmis en direct à la télévision obtiennent des chiffres d'audience hors normes

La ferveur nationale autour des grands événements sportifs va de pair avec des chiffres d'audience télévisuelle en forme de plébiscite.

La liste des 25 plus fortes audiences jamais mesurées depuis la création du Médiamat en 1989 (cf. annexe 5) comporte pas moins de 23 retransmissions sportives, à savoir 19 matchs de football, les 2 cérémonies de remises de la coupe à l'équipe de France de football au Mondial 1998 et à l'Euro 2000, et deux matchs de l'équipe de France de rugby lors du Mondial 2007. Le sport est installé aux 16 premières places de ce classement, dont les 11 premières vont au football.

Le record d'audience pour une chaîne est détenu par la demi-finale de la Coupe du monde 2006 France-Portugal (22,2 millions de téléspectateurs sur TF1). Mais le record absolu est en réalité celui de la finale France-Brésil de la Coupe du monde 1998, suivie par 23,7 millions de téléspectateurs sur deux chaînes, 20,6 sur TF1 et 3,1 sur Canal+.

On note que TF1 trône 21 de ces 25 audiences extrêmes, contre 2 pour France 2 (le patinage artistique dames aux JO de 1994 et le ½ finale France-Portugal de l'Euro 2000, record historique de la chaîne) et M6 également 2 grâce à son pari réussi de se positionner sur l'Euro 2016.

A la lecture des statistiques, on constate que les matchs de football disparaissent des sommets entre 2007 et 2014, période intermédiaire entre la "génération Zidane" et la construction d'un nouvel effectif par Didier Deschamps. On notera que l'année 2007 est aussi celle de l'introduction de la TNT, laquelle a contribué à émietter les audiences.

Il n'en est que plus frappant de constater que **les scores de l'Euro 2016 ont renoué avec les chiffres spectaculaires d'il y a dix ans ou vingt ans**. Le quart-de-finale contre l'Islande a mobilisé 17,2 millions de téléspectateurs sur M6 (18^{ème} meilleure audience de tous les temps), la demi-finale contre l'Allemagne 19,2 millions sur TF1 (9^{ème} meilleur score) et la finale contre le Portugal, le 10 juillet 2016, 20,8 millions de téléspectateurs sur M6, 4^{ème} meilleure audience jamais enregistrée et record historique pour cette chaîne. A ces chiffres il convient d'ajouter les audiences de ces mêmes matchs sur beIN Sports, dont l'évaluation est plus incertaine car déclarative mais qui semblent avoir pu atteindre 1,5 millions de spectateurs pour certains matchs. L'explication de ces scores particulièrement élevés tient sans doute à ce qui a été perçu par les Français comme l'histoire d'une renaissance sportive, à une composition du public plus largement féminine, et, bien entendu, au fait que cette compétition avait lieu sur le sol français.

S'ils n'ont pas atteint des scores extrêmes dans la période intermédiaire allant de 2008 à 2015, les événements sportifs n'en ont pas pour autant été absents. Sur les 25 émissions qui ont dépassé les 12 millions de téléspectateurs sur cette période de huit ans (laquelle correspond

à la mise en place par Médiamétrie du dispositif actuel d'audience des chaînes de la TNT), pas moins de 17 (14 matchs de football et 3 matchs de rugby), sont des directs sportifs, aux côtés de 5 éditions annuelles des *Enfoirés*, et de 2 films phénomènes, *Bienvenue chez les Ch'tis* et *Intouchables* (cf. annexe 5).

Les grandes retransmissions sportives ne boostent pas que les audiences des grandes chaînes comme TF1, M6, France 2 ou France 3 (cette dernière chaîne ayant, elle aussi, réalisé son record historique avec une retransmission sportive, celle du match France-Grèce de l'Euro 2004). **Des audiences supérieures à 2 millions de téléspectateurs pour des événements sportifs retransmis par des chaînes plus modestes de la TNT sont, depuis deux ans, devenues fréquentes et prospectent des disciplines sportives plus diversifiées**, dès lors que ces chaînes appartiennent à un groupe disposant d'une marge de manœuvre financière suffisante en termes d'achats de droits. C'est le cas de :

- France 4 (groupe France TV) : 2,15 millions de téléspectateurs pour le match de coupe du monde France-Canada de rugby féminin en 2014, 2,3 millions pour l'épreuve de ski acrobatique des JO de Sotchi, record d'audience historique de la chaîne ;
- TMC (groupe TF1) : premier record historique de la chaîne à 3,3 millions de téléspectateurs pour la demi-finale France/Espagne du championnat du monde de handball 2015, puis nouveau record à 3,5 millions pour le match Slovaquie / Angleterre de l'Euro 2016 ;
- W9 (groupe M6) : 2,2 millions de téléspectateurs pour le match d'Europa League Lyon-Turin en 2014, 4,1 millions pour la finale France/Allemagne de la Coupe du monde de football féminin en 2015, record historique de la chaîne ;
- D8 (groupe Canal+) : 4,2 millions de téléspectateurs devant la finale Real / Atlético Madrid de la Ligue des champions 2016, record historique.

Les audiences du football et du rugby restent incomparables, y compris, comme on vient de le voir, **le football et le rugby féminins dont les matchs phares sont désormais capable de drainer 2 millions de téléspectateurs alors même qu'ils restent encore cantonnés sur les "petites" chaînes de la TNT**. Mais, au-delà de ces deux disciplines, l'engouement télévisuel collectif atteint d'autres sports. **Un peu plus de 9 millions de téléspectateurs se sont retrouvés sur TF1 pour la finale France-Qatar de handball masculin début 2015**, et entre 8 et 9,5 millions de spectateurs étaient devant leur écran sur France Télévisions pour suivre quelques-unes des principales finales des nageurs français et les principaux rendez-vous d'athlétisme des JO de Londres en 2012.

On notera à cet égard que les JO 2016 qui viennent de se terminer à Rio sont loin d'avoir atteint des masses d'audience comparables à celles de Londres quatre ans plus tôt. La finale France-Danemark de handball masculin ou la finale victorieuse de Teddy Riner ont "plafonné" aux alentours de 6 millions de téléspectateurs sur France Télévisions. France 2 a certes enregistré 23% de part d'audience moyenne entre 14 h et 20 h, mais ces chiffres restent probablement en deçà des espérances de la chaîne, d'autant que seulement 14 % des téléspectateurs ont embrayé, passé 20 heures, sur les soirées olympiques. A ces chiffres il convient toutefois d'ajouter l'audience obtenue par Canal+ avec laquelle France Télévisions avait conclu une sous-licence de diffusion.

La raison principale de cette désaffection relative tient évidemment au décalage horaire qui renvoyait la moitié des directs de Rio à des heures de faible écoute en France et concentrait notamment dans le créneau 1 heure - 3 heures du matin les principales finales d'athlétisme ou de natation, calées sur le prime-time des grandes chaînes américaines. Plus largement, il semble que l'intérêt du public pour ces JO soit resté en demi-teinte dans bon nombre de pays, après l'engouement exceptionnel qu'avaient suscité les Jeux de Londres.

1.3- L'impact télévisuel des grands événements sportifs revêt des enjeux essentiels pour toute la filière sportive

On sait que quelques grands événements ont eu un impact déterminant sur la popularité de certains sports, et notamment sur le nombre de licenciés enregistrés par la fédération concernée. On cite souvent à cet égard le rôle de la finale de Roland-Garros 1983 sur l'éveil des vocations et plus largement sur le développement du tennis en France, dont la place actuelle des tennismen français dans l'élite mondiale (12 français dans le top 100 du classement ATP) est sans doute une conséquence. Il semble qu'un phénomène du même ordre soit à l'œuvre à travers les demandes d'inscription dans des clubs de boxe en cette rentrée 2016, dans la foulée des 6 médailles dont deux en or gagnées par l'équipe de France de boxe aux jeux de Rio.

Les trois plus fortes progressions (outre l'équitation) des grandes fédérations sportives, à savoir le canoé-kayak, le handball et la natation (qui ont toutes les trois triplé leurs licenciés entre 1991 et 2013, cf. annexe 7) ont un lien avec les résultats brillants obtenus, notamment au rythme des Jeux olympiques, par Tony Estanguet, par les "Barjots" et leurs successeurs, et par Laure Manaudou qui a elle-même ouvert la voie à la "génération dorée" de la natation française.

Le retentissement des grands événements sportifs mis en valeur par la télévision contribue ainsi à enclencher une spirale positive qui ne se limite pas à une dynamisation des pratiques, mais induit en chaîne une professionnalisation des disciplines (notamment pour certaines d'entre elles), un effort qualitatif d'équipement de la part des collectivités publiques, l'implication croissante des médias, l'émergence de générations de journalistes et consultants sportifs aptes à répondre aux différents niveaux d'exigence technique des spectateurs, sans compter, au-delà, les enjeux généraux du sport en termes de santé, d'éducation, de marchés économiques et de finances publiques.

2- Les chaînes de télévision en clair sont pour une grande partie des Français le seul mode d'accès aux images sportives, mais l'offre y reste relativement limitée et insuffisamment diversifiée

2.1- Entre chaînes en clair ou payantes, généralistes ou spécialisées, l'offre d'image sportives est conséquente en France

De nombreuses chaînes françaises diffusent des images sportives pour tout ou partie de leur programmation, sous forme de retransmissions, de magazines ou de documentaires, sans compter le grand nombre de chaînes étrangères auxquelles les abonnements des principaux diffuseurs donnent accès.

On peut en distinguer quatre catégories :

- plusieurs des chaînes de la TNT en clair,
- quelques chaînes incluses dans l'offre de base des fournisseurs d'accès,
- différentes chaînes auxquelles il est possible de s'abonner spécifiquement,
- les bouquets multi-chaînes spécialisés dans le sport, qui concentrent l'offre dite "premium".

Chaînes de télévision ayant diffusé du sport en 2015 (en bleu : chaînes généralistes)					
Propriétaire	Chaînes de la TNT	Chaînes incluses dans la plupart des offres de base des opérateurs	Chaînes payantes (liste non exhaustive)	Bouquets payants	
Groupe France Télévisions	France 2				
	France 3				
	France 4				
	France O				
Groupe TF1	TF1				
	NT1				
	TMC				
Groupe M6	M6				
	W9				
Groupe l'Equipe	L'Equipe 21				
France Galop / Le Cheval français / PMU					Equidia Live / Life
Groupe Sporever					Sport 365
AB Groupe					AB Moteurs
Trace Partners			Trace sport stars		
Jean-Luc Roy			Motors TV		
Groupe Canal+	D8		Canal+	Canal+ Sport / Foot+ / Rugby+ / IS+	
	D17				
Groupe NextRadio TV / Altice / SFR	RMC découverte			SFR Sport 1 / 2 / 3 / 5	
				MCS Tennis	
				BFM Sport	
Groupe beIN				beIN Sports 1 / 2 / 3 / Max	
Groupe Discovery				Eurosport 1 / 2	

2.2- En termes de volumes horaires comme de diversité des disciplines et des pratiques exposées, l'offre sur les chaînes en clair reste relativement limitée et surtout assurée par les chaînes du service public

Les chaînes de télévision diffusant du sport en clair ont été en 2015 au nombre de 13 : à côté des 4 chaînes de France Télévisions et des 5 chaînes "historiques" de la TNT liées aux groupes TF1 (TF1, NT1), M6 (M6, W9) et Canal+ (D8), sont apparues depuis 2010 4 chaînes privées gratuites supplémentaires diffusant du sport, à savoir TMC (groupe TF1), D17 (groupe Canal+), RMC Découverte (groupe NextRadio TV / Altice) et, seule chaîne monothématique en clair, L'Équipe 21 (groupe Amaury).

On notera que Numéro 23 (Diversité TV), dont le groupe NextRadio est devenu actionnaire non sans provoquer quelques remous au printemps 2016 (avec l'annulation par le Conseil d'Etat de la décision du CSA retirant à la chaîne son autorisation d'émettre sur la TNT) devrait probablement devenir la 14^{ème} chaîne en clair à diffuser du sport. La chaîne a annoncé fin août 2016 son intention de compléter son profil généraliste (documentaires, débats, cinéma, fiction) par une offre de sport qu'elle annonce riche et diversifiée. Tout en profitant de la logique de groupe pour diffuser quelques événements de prestige qui échappent habituellement à la télévision en clair (matches de Premier League, dont SFR a acquis les droits en novembre 2015), Numéro 23 ajoute qu'elle portera une attention particulière au sport féminin et au sport paralympique.

Toutes ces chaînes n'ont évidemment pas le même impact en matière de visibilité du sport à la télévision, celle-ci étant fonction à la fois de la part d'audience habituelle dans l'absolu de ces chaînes et de la part relative qu'elles consacrent au sport, et notamment aux retransmissions sportives, dans leur programmation.

Impact des chaînes de la TNT et de Canal+ (Sources : Médiamétrie / CSA / Mission)

	% de l'audience totale 2015	Nombre d'heures de retransmissions sportives 2015
TF1	21,40%	62
France 2	14,30%	231
M6	9,90%	1
France 3	9,20%	153
D8	3,40%	27
TMC	3,10%	4
W9	2,60%	81
NT1	2,00%	1
France 4	1,70%	147
D17	1,20%	35
RMC Découverte	1,30%	0
France Ô	0,60%	197
L'Équipe 21	0,60%	1245
Canal+ (payante)	2,60%	897

2.2.1- Hors l'Equipe 21, l'offre de sport sur la TNT reste en volume relativement limitée avec une forte prédominance du service public

Selon les chiffres du CSA, **les téléspectateurs français ont pu bénéficier en 2015 de 1.348 heures de sport en clair hors l'Equipe 21**, dont 938 heures de retransmissions et 410 heures de magazines ou documentaires⁴. Soit 26 heures en moyenne par semaine, dont 18 heures de retransmission.

De son côté, **l'Equipe 21 a consacré 7.358 heures au sport en 2015**, chiffre évidemment d'une toute autre dimension puisqu'il s'agit de la seule chaîne spécialisée de la TNT (on rappelle que l'intégralité d'une grille 24/24, en comptant publicités et habillage, est de 8.760 heures par an). La part relative des retransmissions sur l'Equipe 21 (17 % du total) est, pour des raisons de ressource d'événements disponibles et de coûts de production, inférieure à ce qu'elle est sur les chaînes généralistes ou sur Canal+ (où elle est de l'ordre de 70 % dans les deux cas), mais elle a atteint néanmoins 1.246 heures en 2015.

En intégrant l'Equipe 21, l'offre totale de sport en clair est donc de 8.700 heures, dont presque 2.200 heures de retransmissions. Ce chiffre est à rapprocher du volume total du sport à la télévision toutes chaînes confondues, que le CSA évalue à 175.000 heures en 2015⁵. Au vu de ces chiffres, **la diffusion en clair ne concerne donc que 5 % du sport visible à la télévision, ce qui situe la problématique.**

Ceci posé, **l'offre la plus conséquente de toutes les chaînes généralistes en clair est, de très loin, le fait de chacune des quatre chaînes de France Télévisions.** Le groupe public a, en effet, programmé en 2015 **un peu plus de 1.000 heures de sport** (1.017 h) : sur France 2 au premier chef (371 h), et aussi sur France 3 (247 h), France O (240 h) et France 4 (159 h). France 2 et France 3 partagent leur antenne entre retransmissions et magazines, alors que les retransmissions représentent respectivement 82 % et 93 % du temps consacré au sport par France O et France 4.

De son côté, le groupe TF1 a proposé 147 heures de sport en 2015, essentiellement sur TF1 (141 h dont 62 h de retransmission, soit 44 % du total), et accessoirement sur TMC (4 h en tout⁶) et sur NT1 (un peu plus de 2 h⁷).

Le groupe M6 a consacré 122 heures d'antenne au sport en 2015. Mais ici, ce n'est pas la chaîne de tête, M6, qui en a diffusé la plus grosse part (14 heures en tout, exclusivement des magazines⁸), mais W9 avec une offre conséquente de 108 heures d'antenne dont 75 % de retransmissions.

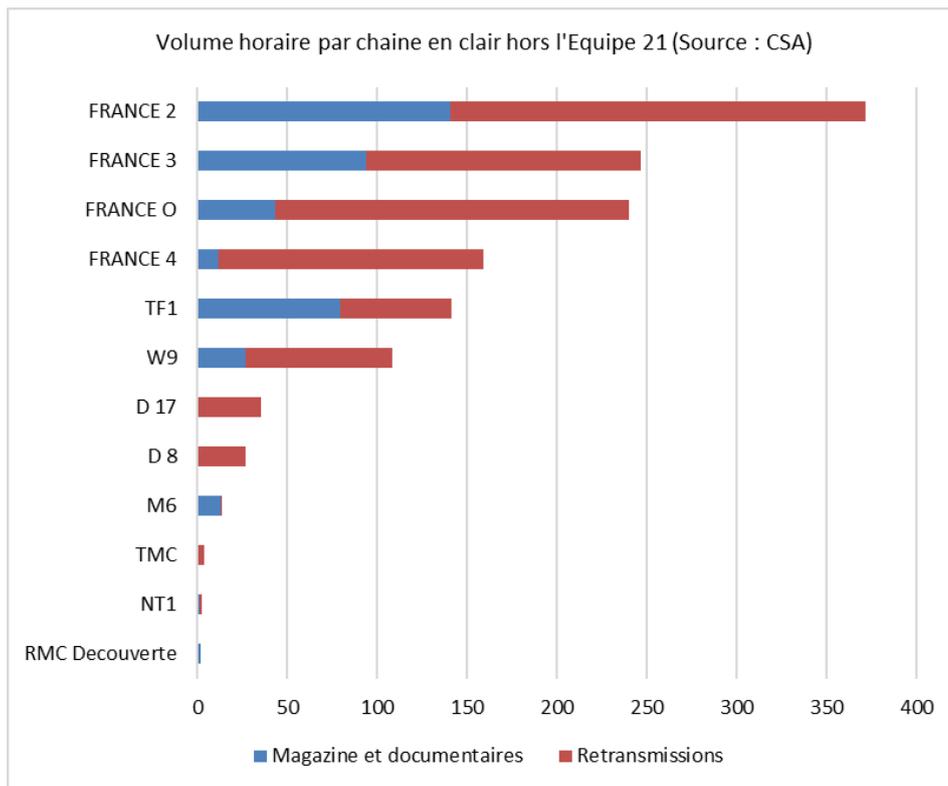
⁴ On peut noter que ces chiffres sont du même ordre que ceux de Canal+ qui a, pour sa seule part, consacré au sport 1.262 heures cryptées en 2015, dont presque 900 heures de retransmissions.

⁵ Publication "Sport et télévision – Les chiffres clés 2016", CSA, Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, 2016.

⁶ Pour l'essentiel les retransmissions de la demi-finale Djokovic-Gasquet à Wimbledon et de la demi-finale France-Espagne du championnat du monde de handball.

⁷ Essentiellement le Grand Prix de France de moto au Mans.

⁸ Dont la moitié pour le magazine dominical *Sport 6*.



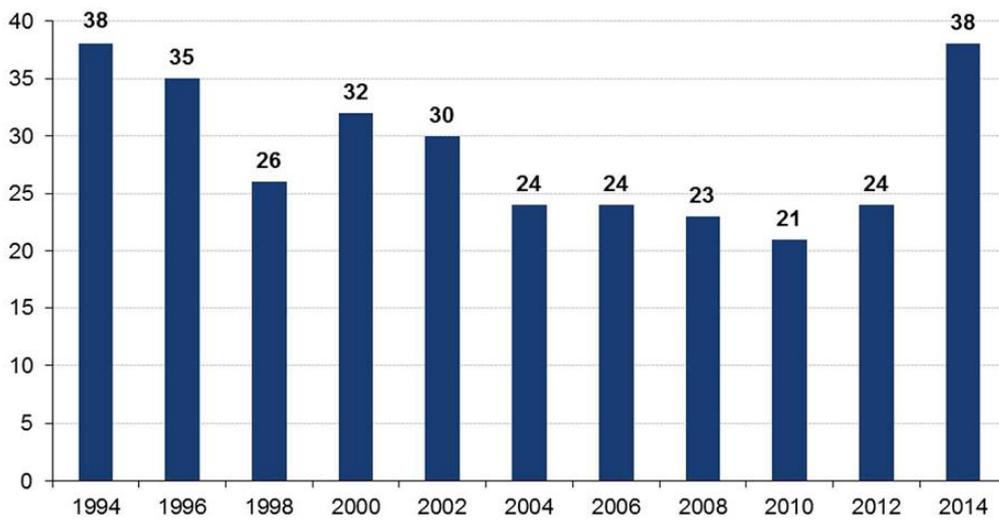
Enfin, les chaînes en clair du groupe Canal+ ont proposé 62 heures de sport, exclusivement sous forme de retransmissions, à savoir 35 h sur D17, qui s'est consacrée essentiellement à la retransmission de matchs des équipes de France de football féminine, espoirs et moins de 19 ans, et 27 h sur D8, qui se positionne sur le même créneau ainsi que sur la Ligue des champions de football (12 matchs dont 7 matchs du Paris-Saint-Germain).

2.2.2- En termes de diversité, quelques sports vedettes prédominent avec une différence marquée entre l'Equipe 21, France Télévisions, et le reste des chaînes en clair

La diversité des sports qui seraient susceptibles d'être montrés à la télévision est très large : rappelons que **plus de 250 disciplines relèvent en France de fédérations délégataires, dont presque 120 sont reconnues "de haut niveau"** (cf. annexe 6). La très grande majorité ne donne lieu à aucune retransmission.

Selon l'analyse du CSA, le nombre de disciplines retransmises en gratuit (hors JO) apparaissait même tendanciellement à la baisse depuis vingt ans. Cette tendance ne s'est inversée que par le lancement fin 2012 de l'Equipe 21.

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



Source : CSA, *Chiffres clés 2016*

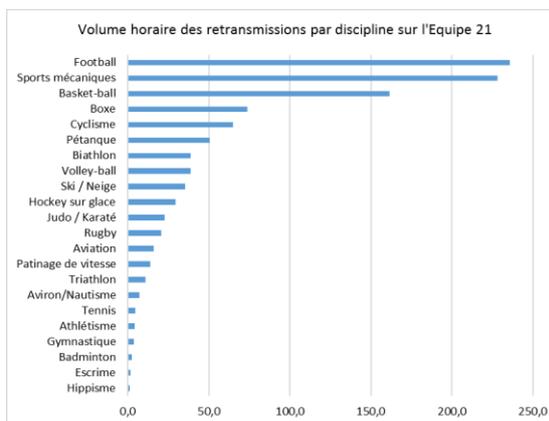
Les volumes horaires proposés sont extrêmement différents d'une discipline à l'autre et, pour chaque discipline, d'une chaîne à l'autre.

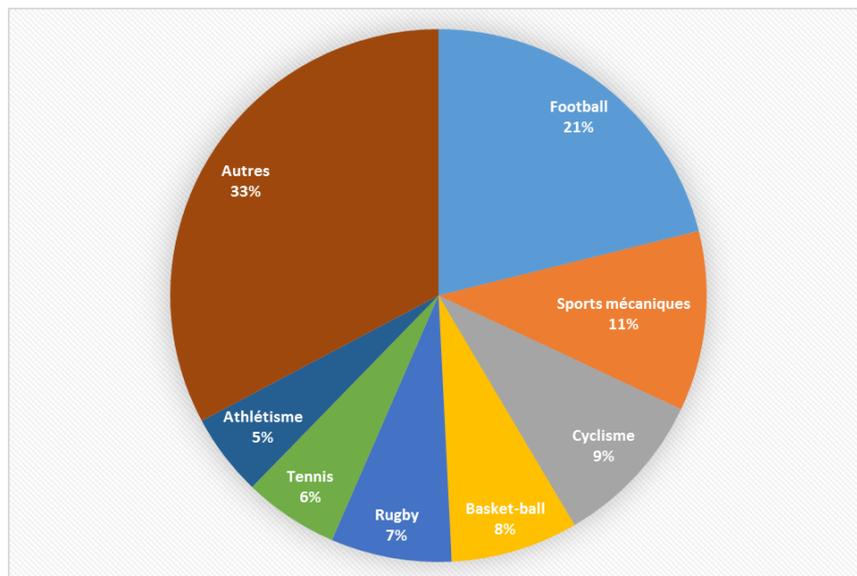
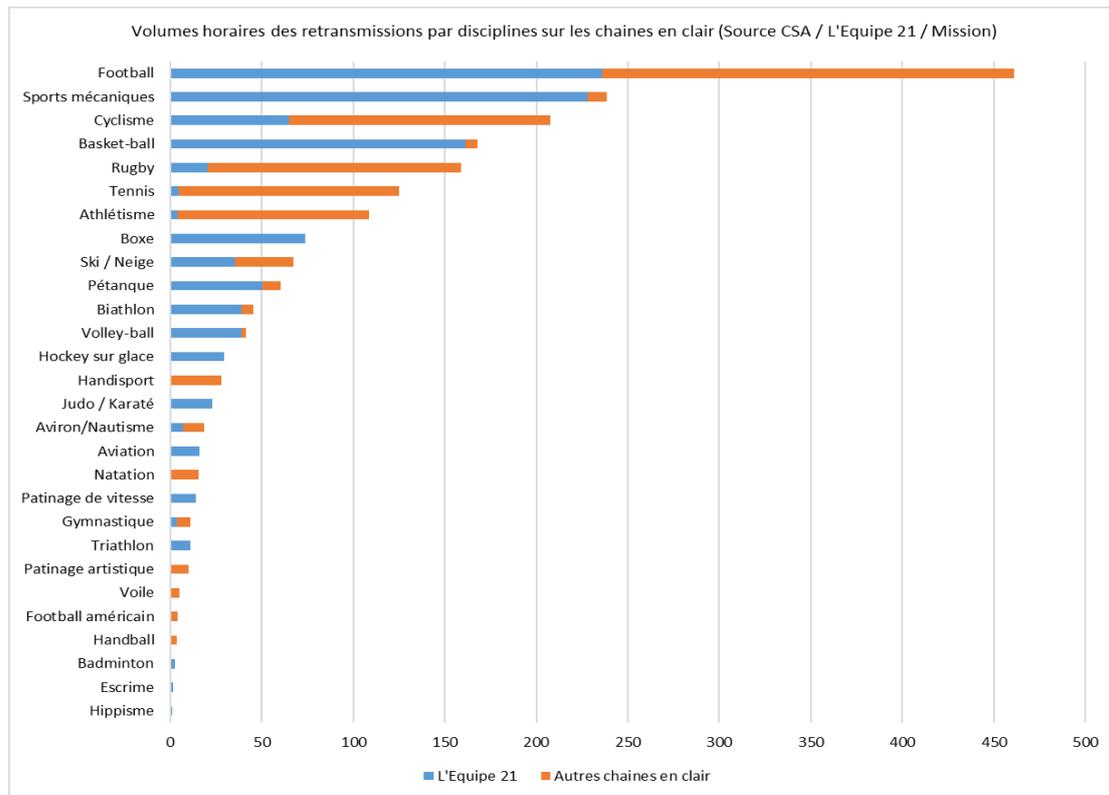
Avec 461 heures de retransmissions ou de magazines spécialisés en 2015, **le football représente à lui seul plus du cinquième (21 %) du total des heures de sport diffusées en clair.**

Viennent ensuite :

- les sports mécaniques (11 %) très couverts par l'Equipe 21 (rallyes et moto notamment),
- le cyclisme (9 %) sur lequel France Télévisions est très présente (Tour de France notamment),
- le basket-ball (8 %), pratiquement absent des chaînes généralistes mais sur les droits duquel l'Equipe 21 s'est fortement positionnée ces dernières années, avant d'être confrontée désormais à l'offensive de SFR,
- le rugby (7 %), très présent notamment sur France 2 (Tournoi des Six nations, Coupe d'Europe),
- le tennis (6 %) avec notamment Roland-Garros sur France TV,
- l'athlétisme (5 %) très couvert, là encore, par France TV (en 2015, championnats du monde et d'Europe).

Volums horaires des retransmissions par disciplines sur les chaines en clair (Source CSA / L'Equipe 21 / Mission)			
	L'Equipe 21	Autres chaines en clair	TOTAL
Athlétisme	4	104	109
Aviation	16		16
Aviron/Nautisme	7	11	18
Badminton	3		3
Basket-ball	161	7	168
Biathlon	39	7	46
Boxe	74		74
Cyclisme	65	143	208
Escrime	2		2
Football	236	225	461
Football américain		4	4
Gymnastique	4	8	11
Handball		4	4
Handisport		28	28
Hippisme	1		1
Hockey sur glace	30		30
Judo / Karaté	23		23
Multisport	180	53	233
Natation		16	16
Patinage artistique		10	10
Patinage de vitesse	14		14
Pétanque	50	10	60
Rugby	20	139	159
Ski / Neige	35	32	67
Sports mécaniques	228	10	238
Tennis	5	121	125
Triathlon	11		11
Voile		5	5
Volley-ball	39	3	42
TOTAL	1246	938	2184





On ne peut qu'être frappé par la quasi-absence du handball sur les antennes de la TNT en 2015 compte tenu des résultats obtenus tant au niveau des équipes nationales qu'à celui des principaux clubs français, Seules la demi-finale et la finale victorieuses de l'équipe de France masculine au Qatar (cette dernière étant "événement d'intérêt majeur" au sens du décret du 22 décembre 2004) ont été montrées, en l'occurrence par le groupe TF1 pour un peu plus de 3 heures ½ au total.

C'est le résultat direct du positionnement volontariste de beIN sport sur cette discipline dont la chaîne a acquis les droits aussi bien pour le championnat de France et la Coupe de la ligue hommes et femmes que pour les matchs internationaux des deux équipes de France. Les conséquences des arbitrages qu'induit un tel état de fait entre bénéfice financier à court terme pour les instances sportives et perte de visibilité pour le public, sont analysés par ailleurs (cf. chapitre 3.3).

Le tableau ci-dessous montre les **différences d'approche des chaînes en termes de diversité** des disciplines exposées. Deux dialectiques sont à l'œuvre dans les stratégies de répartition, qui d'ailleurs interagissent entre elles :

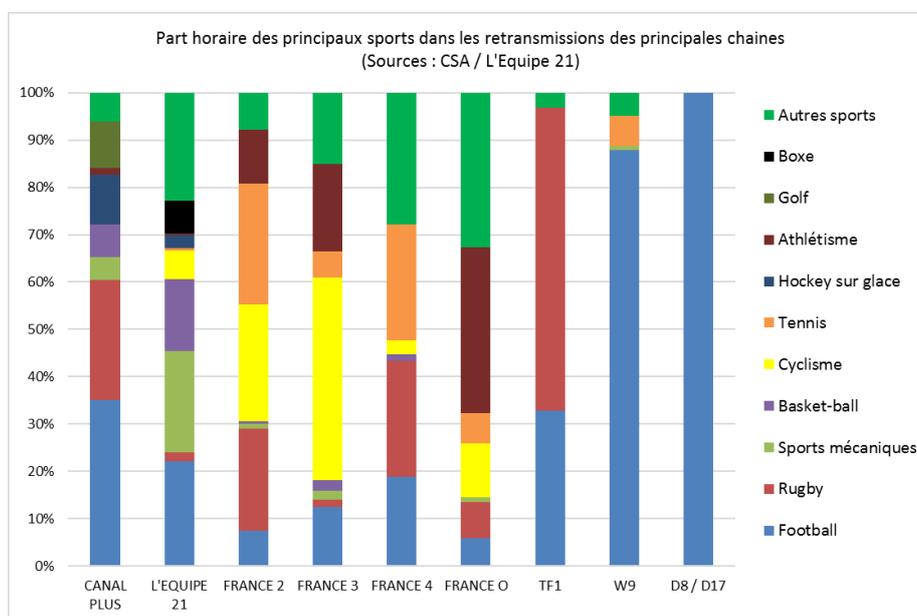
- capter les sports plébiscités par le public afin de faire de l'audience ou de susciter des abonnements / jouer la carte de la curiosité des téléspectateurs et de l'émergence de certains sports ;
- couvrir a posteriori les sports dont les droits ne sont pas encore captés de façon plus ou moins exclusive par d'autres chaînes / se positionner a priori de façon agressive sur des achats de droits pour créer son territoire.

Discipline	CANAL PLUS	L'EQUIPE 21	FRANCE 2	FRANCE O	FRANCE 3	FRANCE 4	W9	TF1	D 17	D 8	TMC	NT1	M6	TOTAL
Football	314	236	17	8	19	28	71	20	35	26				775
Rugby	228	20	50	11	2	36		40						387
Sports mécaniques	43	228	3	1	3		1					1	1	281
Multisport		180		53										233
Basket-ball	63	161	1		3	2								230
Cyclisme		65	57	16	65	4								208
Tennis		5	59	9	9	36	5				2			125
Hockey sur glace	95	30												124
Athlétisme	12	4	26	50	28									121
Golf	88													88
Boxe		74												74
Ski / Neige		35				32								67
Pétanque		50			10									60
Biathlon		39			1	6								46
Volley-ball		39				3								42
Combat hors judo	31													31
Handisport				28										28
Judo / Karaté		23												23
Aviron/Nautisme		7		9	2									18
Aviation		16												16
Natation			16											16
Pelote basque	16													16
Patinage de vitesse		14												14
Triathlon	2	11												12
Gymnastique		4		6	2									11
Patinage artistique			2		8									10
Voile	4			4	2									9
Football américain							4							4
Handball								2			2			4
Rodéo	3													3
Badminton		3												3
Escrime		2												2
Hippisme		1												1
TOTAL	897	1246	231	197	153	147	81	62	35	26	4	1	1	3081

Au final, **Canal+, L'Equipe 21 et les chaînes du service public se montrent plus ouvertes que les chaînes privées généralistes de la TNT.** Là où TF1 se limite pratiquement à deux disciplines (football et rugby) et W9 pratiquement au seul football (Europa League), France 2 et France 4

exposent chacune 9 disciplines, tandis que France O et France 3 en présentent respectivement 11 et 13⁹.

Le diagramme de synthèse qui suit indique pour chacune des 10 chaînes diffusant le plus de sport, la part que prend chacune des 10 disciplines globalement les plus exposées en pourcentage du temps d'antenne global des retransmissions de la chaîne.



La plus faible diversité est le fait des deux chaînes en clair du groupe Canal+, qui ne retransmettent que du football, ainsi que, comme on l'a dit, de W9 où le football représente 90 % du volume horaire, et de TF1 dont le duo football / rugby capte la quasi-totalité des retransmissions.

Les chaînes de France Télévisions mettent l'accent sur des sports comme le rugby, l'athlétisme et, bien sûr, les disciplines historiques dont le groupe a conservé des droits majeurs comme le tennis (avec notamment les 74 heures au total consacrées à Roland-Garros par France 2 et France 4) et le cyclisme (avec notamment 84 heures consacrées au Tour de France). **Les deux petites chaînes du groupe public sont un véritable refuge pour la diversité** : les "autres" disciplines ne figurant pas au nombre des 10 disciplines les plus exposées obtiennent 28 % du volume horaire de retransmissions de France 4 et 33 % de celui de France O.

Les chiffres de Canal+ montrent que la chaîne cryptée repose sur un modèle en soi, s'approchant de celui de TF1 par le poids du duo football / rugby, mais faisant une part spécifique à d'autres sports dont la chaîne a acquis l'exclusivité, notamment le golf ou les matchs internationaux de hockey sur glace.

⁹ On aura pu trouver en 2015 sur ces deux dernières chaînes de l'aviron, de la voile, de la gymnastique, ainsi que, sur France 3, de la pétanque et, sur France O, du plongeon et du sport paralympique (en l'occurrence 8 heures consacrées aux championnats du monde d'athlétisme handisport). On peut noter, à titre de comparaison, que Canal+ a exposé l'an dernier 13 disciplines sportives différentes. La chaîne se distingue par l'accent mis sur le golf, le hockey sur glace et les sports de combat, et donne aussi leur chance à des sports comme la pelote basque, le rodéo ou le triathlon.

Enfin, l'Equipe 21 a relativement tenu en 2015 son rôle de chaîne spécialisée en retransmettant des rencontres dans 23 disciplines, ce qui lui permet, d'une part, de couvrir de façon relativement équilibrée les sports principaux et de réserver, d'autre part, un temps d'antenne non négligeable (23 %) aux autres disciplines. Ce faisant, **une certaine complémentarité s'est mise en place de fait entre les chaînes généralistes de la TNT et L'Equipe 21**, cette dernière étant relativement absente sur des disciplines déjà bien couvertes comme le tennis, le rugby ou l'athlétisme, mais s'étant positionnée sur des disciplines peu visibles ailleurs en clair comme le basket-ball, la boxe, les sports mécaniques, le volley-ball, le biathlon ou la pétanque.

Ceci posé, on constate que les six disciplines les plus retransmises par l'Equipe 21 trustent plus de $\frac{3}{4}$ des heures de retransmission. C'est certes mieux que les autres chaînes, y compris celles de France Télévisions (sur chacune desquelles la barre des $\frac{3}{4}$ du volume horaire de retransmission est franchie dès la quatrième discipline dominante), mais cela situe certaines limites du positionnement de l'Equipe 21 comme chaîne de la diversité.

2.2.3- le sport féminin sur les chaînes en clair : une grande disparité selon les disciplines avec un positionnement volontariste de certaines petites chaînes.

Les analyses qui suivent n'intègrent que ponctuellement les données concernant l'Equipe 21, les statistiques de diffusion fournies par la chaîne à la mission n'étant pas conçues, faute d'items ou de mots-clés adaptés, pour identifier avec certitude le "genre" des manifestations retransmises, ce que l'on ne peut, bien sûr, que regretter.

Sur les 938 heures de retransmission sportives des chaînes en clair en 2015 hors l'Equipe 21, seulement une quarantaine d'heures de retransmission ne peut être répartie par "genre" à partir des données du CSA, soit qu'il s'agisse de disciplines où hommes et femmes peuvent faire équipe (voile, par exemple), soit que les données disponibles ne permettent pas en l'état cette répartition.

Toutes les autres retransmissions sont explicitement répartisables en trois catégories, à savoir les épreuves féminines, les épreuves masculines, et les épreuves mixtes c'est-à-dire celles où les athlètes masculins et féminines sont couverts simultanément par une même retransmission dans une unité de lieu : tournois de tennis comme Roland-Garros (sauf les journées vouées aux demi-finales et finale, lesquelles sont clairement Hommes ou Femmes), meetings d'athlétisme, de gymnastique, de natation, etc.

Sans grande surprise, les manifestations purement masculines sont majoritaires.

Répartition par genres des horaires de retransmissions en clair en 2015 hors l'Equipe 21
(Source : CSA / Mission)

Féminin	Masculin	Mixte	Non identifiable	Total général
126	485	299	29	938
13,4%	51,7%	31,9%	3,1%	100%

Si l'on va dans le détail par discipline et si l'on agrège les épreuves spécifiquement féminines avec les meetings mixtes¹⁰, on peut dire que, hors JO, **les sportives ont une visibilité horaire relativement satisfaisante dans trois disciplines : l'athlétisme, le tennis et, première des disciplines non mixtes, le football féminin.**

Visibilité des sports féminins ou mixtes sur les chaînes en clair hors l'Equipe21 (Source : CSA / Mission)			
(en nombre d'heures, chiffres 2015)	Féminin	Mixte	Total
Athlétisme		104	104
Tennis	17	70	87
Football	71		71
Ski	11	5	16
Natation		16	16
Rugby	11		11
Aviron		11	11
Patinage artistique	2	7	9
Gymnastique	2	4	6
Cyclisme	6		6
Basket-ball	4		4
	123	218	341

Le football féminin confirme donc sa percée dans les médias, y compris dans le média grand public qu'est la TNT française grâce aux 71 heures de retransmission en 2015, pour l'essentiel sur W9 (42 h), D17 (14 h) et France 4 (11 h).

Le ski et la natation sont deux disciplines où les épreuves féminines sont traditionnellement assez bien couvertes, en l'occurrence surtout par les chaînes de France Télévisions.

A l'inverse on constate le faible volume horaire accordé par les chaînes généralistes de la TNT à deux sports dont les images télévisuelles sont traditionnellement féminisées, le patinage artistique (9 h), qui semble en perte de vitesse, et la gymnastique (6 h).

Un autre exercice intéressant est de mettre en regard le temps respectif consacré par les chaînes en clair aux événements identifiés comme "mono-genres", c'est-à-dire exclusivement soit masculins, soit féminins.

¹⁰ On ne prend dans le tableau qui suit que les disciplines dont le nombre total d'heures de retransmission dépasse 4, seuil considéré ici comme un minimum pour fonder une analyse par genre.

Equilibre H/F des retransmissions "mono-genres"		
	Féminin	Masculin
Basket-ball	65%	35%
Gymnastique	54%	46%
Patinage artistique	52%	48%
Ski	41%	59%
Tennis	33%	67%
Football	31%	69%
Sports mécaniques	22%	78%
Biathlon	19%	81%
Rugby	8%	92%
Cyclisme	4%	96%
Football américain	0%	100%
Handball	0%	100%
Volley-ball	0%	100%
(Source : CSA / Mission)		

On constate que les **trois disciplines pour lesquelles plus de temps a été accordé en 2015 aux sportives qu'aux sportifs, à savoir la gymnastique, le patinage artistique et le basket-ball**, sont aussi parmi celles qui **ont eu la plus faible exposition globale en clair** (4 à 6 heures pour chacune).

Même si, à tout prendre, il a fait mieux que son homologue masculin en 2015, le basket-ball féminin n'aura donc été qu'imparfaitement relayé auprès du public des chaînes généralistes de la TNT. Toutefois, les exploits européens du Tango Bourges Basket en Euroleague ont été couverts par l'Equipe 21, et France Télévisions a suivi l'épilogue du remarquable parcours de l'équipe de France au championnat d'Europe en juin, France 4 en ayant retransmis depuis Budapest la demi-finale gagnée contre l'Espagne, et France 2 la finale perdue contre la Serbie (cette dernière étant "événement d'intérêt majeur" au sens du décret du 22 décembre 2004). A noter que, de son côté, Canal+ a consacré en 2015 16 heures d'antennes à ce championnat d'Europe.

Il en va de même du volley-ball féminin, seulement couvert en 2015 par l'Equipe 21 qui a acheté les droits du championnat de France.

Bien qu'en fort développement, le rugby féminin n'a pas connu une percée dans les chaînes en clair comparable à celle du football féminin, alors même que, de son côté, le rugby masculin renforce d'année en année sa présence médiatique. France 4, qui avait consacré 13 h de retransmission à la Coupe du monde de rugby féminin qui s'est déroulée en France en 2014, a persisté en 2015 en consacrant 11 heures de retransmission au championnat de France et au Tournoi féminin des Six nations.

Quant au cyclisme féminin, très déséquilibré par rapport à son homologie masculin, il ne parvient décidément pas à convaincre les programmeurs des chaînes en clair, si l'on excepte la couverture en 2015 du championnat du monde sur route par France O et celle du championnat de France sur route par France 3.

L'ouverture au sport féminin est par ailleurs très différente d'une chaîne à l'autre (on intégrera Canal+ dans ce qui suit comme élément de comparaison)¹¹.

Répartition du volume de retransmissions par genre (Source : CSA / Mission)				
(en nombre d'heures)	Féminin	Masculin	Mixte	Total
CANAL PLUS	21	855	12	888
D 17	14	21		35
D 8	2	25		27
FRANCE 2	7	127	95	229
FRANCE 3	3	91	46	140
FRANCE 4	41	94	11	146
FRANCE O	16	25	144	185
TF1		62		62
W9	43	37	2	82
Total	147	1337	310	1794

(en %)	Féminin	Masculin	Mixte	Total
CANAL PLUS	2,4%	96,3%	1,4%	100%
D 17	40,0%	60,0%	0,0%	100%
D 8	7,4%	92,6%	0,0%	100%
FRANCE 2	3,1%	55,5%	41,5%	100%
FRANCE 3	2,1%	65,0%	32,9%	100%
FRANCE 4	28,1%	64,4%	7,5%	100%
FRANCE O	8,6%	13,5%	77,8%	100%
TF1	0,0%	100,0%	0,0%	100%
W9	52,4%	45,1%	2,4%	100%

On constate que **trois chaînes font le choix de ne retransmettre pratiquement que du sport masculin** :

- **TF1, dont les 62 heures de retransmission sont exclusivement masculines**, essentiellement les matchs internationaux de l'équipe de France masculine de football et de l'équipe de France masculine de rugby ;
- Canal+ qui, malgré quelques brèves incursions dans le basket et le golf féminins, est centrée sur le football masculin (Ligue 1, Ligue des champions...), le rugby masculin, et sur des sports particulièrement masculins dans leur réalité comme le hockey-sur-glace ou la Formule 1;
- D8 (groupe Canal+), quasi-exclusivement vouée aux retransmissions des matchs de la Ligue des champions, avec cependant l'exception d'un match amical de football féminin (France-Brésil).

A l'opposé, **trois autres chaînes de la TNT consacrent une part de choix au sport féminin, en ayant fait le pari de l'émergence d'un réel intérêt chez les Français** :

¹¹ On ne prend en compte que les chaînes dont le nombre total d'heures de retransmission dépasse 4, seuil considéré ici comme un minimum pour fonder une analyse par genre.

- **W9 (groupe M6), qui a consacré un peu plus de la moitié de ses heures de retransmissions, soit 43 heures, à la Coupe du monde de football féminin 2015** au Canada, y compris certains matchs n'impliquant pas l'équipe de France,
- D17 (groupe Canal+), qui s'affirme également comme chaîne du football féminin (14 heures dédiées l'an dernier), ayant notamment retransmis plusieurs des matchs de qualification de l'équipe de France pour l'Euro 2017,
- France 4, qui consacre un temps d'antenne non négligeable au championnat de France de football féminin, au rugby féminin (championnat de France et matchs internationaux) et au ski féminin : 11 heures en 2015 pour chacune de ces trois disciplines.

Les trois autres chaînes du groupe public (France 2, France 3 et France O) jouent également un rôle notable dans l'exposition du sport féminin par le fait même qu'elles **couvrent particulièrement les grands meetings mixtes**, qu'il s'agisse d'athlétisme, de tennis ou de natation ainsi que, pour France O, du championnat du monde d'athlétisme handisport, des Jeux du Pacifique et des Jeux de l'Océan Indien.

2.2.4- La quasi inexistence du sport paralympique à la télévision

L'examen des chiffres de diffusion du sport paralympique à la télévision au cours des dernières années est particulièrement parlant. Si l'on met de côté l'Equipe 21 dont les listes de diffusion fournies à la mission ne permettent pas de déterminer avec précision la place qu'y occupe le sport paralympique, on constate qu'il y a eu :

- 28 heures de retransmission de sport paralympique en 2015, exclusivement consacrées aux championnats du monde d'athlétisme qui ont eu lieu à Doha en octobre, exclusivement sur France O.
- 15 heures de retransmission en 2014, exclusivement consacrées aux Jeux paralympiques d'hiver de Sotchi, exclusivement sur France 3 et France 4.
- 15 heures de retransmission en 2013, exclusivement consacrées aux championnats du monde d'athlétisme handisport de Lyon, exclusivement sur France 4.
- 20 heures de retransmission en 2012, exclusivement consacrées aux Jeux paralympiques de Londres, exclusivement sur France 2 et France 3.

La présence du sport paralympique est donc exclusivement **rythmée par l'alternance de deux manifestations, les championnats du monde d'athlétisme et les JO. En dehors de ces rendez-vous il disparaît des antennes**. Au demeurant, **seules les chaînes du groupe France Télévisions se sont mobilisées** sur ces événements, non sans quelques hésitations dans le choix de la chaîne la mieux adaptée, y compris la chaîne amirale France 2 pour les JO de Londres.

Le regard des médias sur le sport paralympique semble avoir cependant changé ces dernières années. La forte couverture des jeux paralympiques de Londres, à l'issue d'une collaboration approfondie entre UK Sports, la British Olympic Association et le comité d'organisation des Jeux, et la qualité des images proposées notamment par Channel 4 aux télévisions du monde entier, ont probablement constitué une étape importante.

Quelques sportifs emblématiques ont également contribué à aiguïser l'intérêt des téléspectateurs français. Un sondage réalisé pour le Comité Paralympique et Sportif Français (CPSF) par Médiamétrie et Havas Sports & Entertainment, à l'occasion du Meeting d'Athlétisme International Paris Ile-de-France en 2014 a révélé que la skieuse Marie Bochet était connue de 28 % des Français, l'athlète Marie-Amélie Le Fur par 22 % et le skieur Vincent Gauthier-Manuel par 14 %.

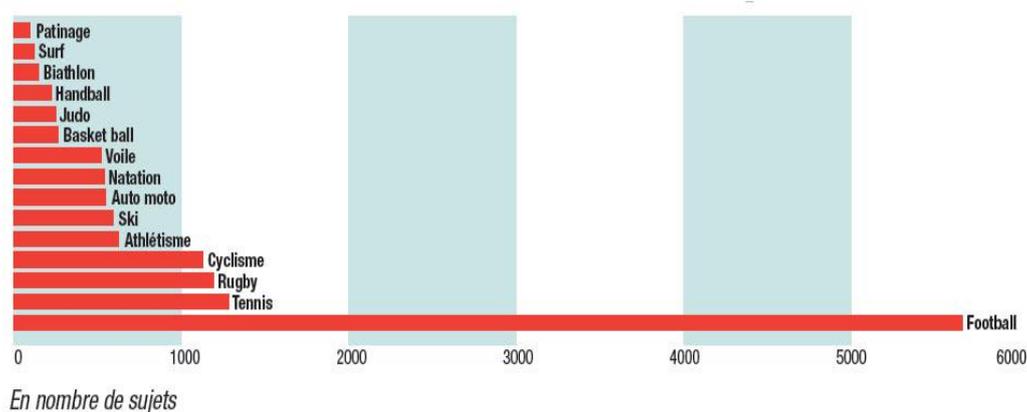
Ce même sondage indiquait que 13 millions de Français avaient regardé pendant au moins 5 mn les JO paralympiques de Londres et que 83% des Français estimaient que les sports paralympiques n'étaient pas assez présents dans les médias.

Signe de cette évolution, France Télévisions a mis en place pour les Jeux de Rio un dispositif large avec 100 heures d'antenne, France 4 assurant le direct en prime et France 2 prenant le relais pour la deuxième partie de soirée et la nuit. Et le public a été au rendez-vous.

2.2.5- La place du sport dans les journaux télévisés : une accentuation des disparités d'exposition et une vitrine des droits acquis par les chaînes

L'INA a publié en juin 2016 une étude *Ina STAT* intéressante sur le traitement des différentes disciplines sportives entre 2010 et 2015 dans les journaux télévisés du soir des cinq chaînes "historiques" (TF1, France 2, France 3, Arte et M6) auxquels est agrégé le JT du soir de Canal+.

Sur les 6 années 2010 -2015, 13.950 sujets ont relaté l'actualité sportive dans les JT, soit 6 sujets par jour en moyenne pour ces six chaînes confondues. **Cela représente 7 % de l'offre globale d'information** et place la rubrique, sur l'ensemble de la période, en 7e position¹². Les années paires restent traditionnellement les plus riches en sujets sportifs, du fait de l'alternance biennale des JO et des Coupes du monde de football.



(Source : INA)

¹² A noter que les rédactions semblent avoir donné moins d'écho aux rendez-vous sportifs sur cette période que pendant la décennie 2000 – 2009, où le sport figurait presque chaque année dans les cinq rubriques de tête

Loin devant les autres disciplines, **le football a représenté 41 % de la rubrique Sport entre 2010 et 2015, ce qui renforce jusqu'à la caricature la suprématie de ce sport** telle qu'analysée plus haut s'agissant des retransmissions.

En 2e position, le tennis se maintient avec 9,1 % de l'ensemble, accusant cependant une légère baisse par rapport à la période 2000 – 2009.

Au contraire, avec 8,5 % de l'ensemble, le rugby continue la progression remarquable enregistrée pendant la décennie précédente, la médiatisation accompagnant la professionnalisation croissante de ce sport depuis 1995.

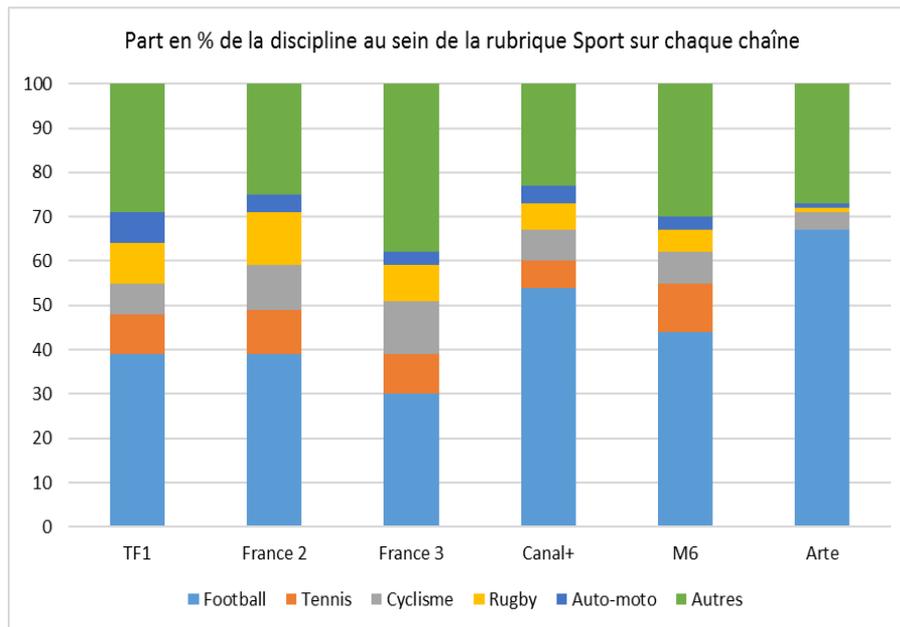
Le cyclisme, en revanche, voit sa part diminuer (8,4 %), passant en dessous des 200 sujets par an. Il est désormais dépassé par le rugby.

Sur six ans, l'information sportive a représenté :

- 9 % des JT de TF1,
- 8 % des journaux de France 2 et Canal +,
- 7 % de ceux de France 3 et M6,
- 1 % des JT d'Arte.

Le football arrive en tête sur toutes les chaînes (c'est même le seul sport auquel le JT d'Arte, le moins "sportif" de tous, concède un peu de temps d'antenne). Mais d'une chaîne à l'autre, **la place relative accordée aux autres sports varie sensiblement, notamment en fonction de la politique d'achats de droits**, confirmant ainsi le rôle de vitrine du JT pour les programmes de chaque chaîne.

TF1 est ainsi la chaîne qui accorde le plus de poids au sport automobile (la F1 étant l'exclusivité historique de la chaîne jusqu'en 2013, date à laquelle Canal+ s'est emparé des droits). Sur France 2, après le football et le rugby, viennent le tennis et le cyclisme (le groupe détenant les droits de Roland-Garros et du Tour de France) puis l'athlétisme (le groupe détenant l'exclusivité sur les Championnats du monde). France 3 met également en avant les sports-phares de France Télévisions : le cyclisme, le tennis, le rugby et la voile (exclusivité sur le Vendée Globe).



S'agissant des sportives ou des équipes féminines, 6 % de l'ensemble des sujets de la rubrique Sport leur ont été exclusivement consacrés entre 2010 et 2015, soit 881 sujets, ce qui est véritablement très peu, même rapporté aux chiffres du sport féminin dans les retransmissions analysées plus haut.

Sur cette période, l'année 2012 fut la plus riche en sujets sur les femmes (201 sujets) **du fait des personnalités et des performances de plusieurs sportives médiatiques** comme Tessa Worley (ski), Laura Flessel (l'escrimeuse, porte-drapeaux de la délégation française aux JO de Londres), Lucie Décosse (judo), Julie Bresset (VTT), ou Camille Muffat (natation).

	Nombre de sujets consacrés aux sportives	Part des sujets consacrés aux sportives
Tennis	159	12%
Ski	122	18%
Football	120	2%
Natation	102	17%
Judo	77	31%
Athlétisme	54	8%
Cyclisme	43	4%
Basket	27	10%
Voile	25	5%
Rugby	22	2%

(Source : INA)

Le tennis est le premier sport en nombre de sujets féminins (159), mais cela représente seulement 12 % de l'ensemble des sujets sur cette discipline¹³.

Le judo et, dans une moindre mesure, le ski et la natation, sont les disciplines dans lesquelles la part des sujets consacrés à des sportives est la plus importante (31 %, 18 % et 17 % des sujets), mais ce ne sont pas les disciplines les plus couvertes par le JT dans l'absolu.

Enfin, **2 % seulement des sujets sur le football ont mis en avant le football féminin**, le vedettariat du football masculin dans les JT étant décidément sans partage, bien que les matchs des Bleues, notamment, suscitent de plus en plus, comme on l'a vu, l'intérêt des médias. En 2011, 29 sujets ont couvert la Coupe du monde féminine, et 28 en 2015. On note que TF1 a acquis l'intégralité des droits de retransmission de la Coupe du monde féminine 2019, qui se déroulera en France.

2.3- Désormais les 2/3 des foyers ont souscrit un abonnement auprès des distributeurs d'accès, mais l'offre de base qu'ils y trouvent en matière de sport en complément de la TNT reste faible

Que ce soit par ADSL et par fibre optique, mais aussi par satellite ou par câble, les 2/3 des foyers français sont désormais abonnés à une offre payante (chiffres-clés CSA 2016), contre 48,7 % en 2010. On parle ici des offres "de base" qui sont, s'agissant des box, couplées avec téléphone et Internet.

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*	5,6 %
ADSL / fibre optique	45,1 %
Satellite payant	10,7 %
Câble avec abonnement	5,2 %
Abonnés télévision payante	66,6 %

* À date du 31 décembre 2014.

(Source : CSA)

¹³ On peut rappeler à cet égard, que la question du lien entre médiatisation et rémunération des joueuses a été reposée de manière polémique lors de déclarations du n°1 mondial N. Djokovic, en mars 2016.

Bien entendu, la part de ces abonnés qui ont souscrit en complément à un bouquet comprenant en tout ou partie des chaînes de sport "premium", type Canal+ ou beIN, est bien plus limitée et plus difficile à évaluer, par le jeu du secret des affaires, autrement qu'en s'en remettant aux chiffres communiqués par ces opérateurs eux-mêmes (cf. infra).

Si les principaux fournisseurs d'accès (Orange, SFR, Bouygues, Free, etc.) assortissent leurs abonnements, même en entrée de gamme, d'une offre de télévision pléthorique, allant jusqu'à plusieurs centaines de chaînes en provenance du monde entier, on constate cependant que la part sportive de cette offre est relativement pauvre, et que l'accès à des images sportives de prestige, comme d'ailleurs aux bouquets cinéma, passe par des suppléments conséquents ou par des abonnements spécifiques (cf. infra).

Seules sont insérées dans plusieurs des offres de base, des chaînes comme AB Moteurs, Sport 365, MCS Tennis, Motors TV, ou encore Equidia Live et Life.

Cette option commerciale n'était pas une évidence en soi : on aurait pu imaginer un autre modèle économique axé sur des négociations de partenariat en amont avec les producteurs de contenus et/ou des acheteurs de droits, avec probablement des prix d'entrée de gamme supérieurs.

Le cas des box SFR est à cet égard spécifique dans la mesure où le groupe NextRadio TV / Altice / SFR hérite à la fois de deux des FAI historiques (SFR et Numéricâble) et se positionne de façon ambitieuse comme offreur de contenu (MCS, BFM Sport, SFR 1,2,3 et 5), comme l'avait fait Orange voici quelques années. Le contenu sportif de la box SFR est, de ce fait, plus large que celui des box d'entrée de gamme d'Orange, de Bouygues ou de Free, mais à un niveau de prix supérieur à ceux de ses concurrents

2.4- Les foyers abonnés aux bouquets "premium" bénéficient en revanche d'images de sport abondantes et de haut niveau, mais restent une minorité malgré une politique de prix d'abonnement parfois agressive

L'offre "premium" payante en matière de sport est désormais dominée par quatre bouquets.

2.4.1- Canal+¹⁴

Le Groupe Canal+ exploite les droits de contenus sportifs qu'il a acquis principalement sur ses chaînes premium : Canal+ et Canal+ Sport, auto-distribuées dans le bouquet "Les chaînes Canal+". En complément, le Groupe Canal+ propose une option "Multisports" regroupant les chaînes Foot+, Rugby+ et Golf+. Le groupe édite également le site canalplus.fr et plusieurs

¹⁴ Ce qui suit ne prend pas en compte l'annonce par le groupe Canal à l'automne 2016 de la refonte de ses offres d'abonnements, avec notamment un abonnement de base plus resserrée et moins cher, assorti d'offres thématiques complémentaires, notamment à contenu sportif.

applications disponibles sur Apple et Android consacrées au sport (Canal Football App, Canal Rugby App, Canal+ F1).

L'offre est accessible dans le cadre d'abonnements spécifiques sur la TNT, le satellite, l'ADSL, la fibre et le câble (uniquement les Chaînes Canal+).

Le groupe a noué cette année un accord de distribution avec beIN Sports sur le bouquet Canalsat, sous forme en particulier d'une offre cumulant les chaînes de Canal + premium, beIN Sports et les chaînes sport de Canalsat avec Eurosport en exclusivité plus une douzaine de chaînes sportives.

Selon la géométrie plus ou moins large demandée, les différentes offres d'abonnement au sport via Canal+ s'échelonnent entre 35 et 60 euros.

Selon l'étude *Médiamat'Thématik* que Médiamétrie publie tous les six mois, la chaîne phare du dispositif, à savoir Canal+ Sport, a réalisé 0,5 % de part d'audience sur le premier semestre 2016, soit 0,8 % de l'univers payant.

Le nombre d'abonnés d'ensemble de Canal+ aurait été, selon le rapport d'activité de Vivendi 2015, en baisse l'an dernier, passant de 9,463 millions d'abonnés en 2014 à 9,072 millions en 2015, cette baisse ne s'analysant évidemment pas sur les seules considérations de l'offre sportive, même si les droits acquis par la concurrence ont joué leur rôle.

2.4.2- beIN Sports

Lancée en juin 2012, l'offre de sport premium beIN SPORTS France, appartenant au groupe beIN Media Group, est composée de 3 chaînes (beIN SPORTS 1 destinée aux événements premium, beIN SPORTS 2 qui est la chaîne du football, et la chaîne multisport beIN SPORTS 3) que complètent 7 chaînes beIN SPORTS MAX, de beIN SPORTS MAX 4 à beIN SPORTS MAX 10. Le bouquet est disponible via les opérateurs Numéricâble, Orange, Bouygues, Free, Canalsat et SF.

En complément, BeIN Sports a lancé en mai 2014 en France son offre OTT "beIN Sports Connect" consacrée aux contenus sportifs. Cette plateforme, moyennant un abonnement mensuel équivalent à l'offre distribuée traditionnellement, permet d'accéder au flux linéaire de beIN Sports 1, beIN Sports 2, beIN Sports 3 et aux sept canaux de beIN Sports Max.

Le prix d'abonnement au bouquet est actuellement de 14 € sans engagement, et de 13 € sans engagement.

Cette politique agressive de prix liée à l'achat de droits exclusifs de prestige, expliquent la forte progression des abonnements, qui, selon le groupe qatari, aurait atteint en juin 3 millions d'abonnés, portés par l'Euro 2016.

Selon *Médiamat'Thématik*, la chaîne amirale du bouquet, beIN Sports 1 aurait atteint au premier semestre 2016 0,6 % de part d'audience, 0,8 % ramené au seul univers payant.

2.4.3- SFR

SFR, qui appartient depuis 2014 au groupe Altice, propose depuis l'été 2016 un bouquet premium de quatre chaînes, SFR Sport 2 et 2 (football), SFR Sport 3 (sports extrêmes), SFR Sport 5 (sports de combat, arts martiaux) et SFR Sport 4K (événements en haute définition).

Les chaînes sport de SFR sont incluses dans les forfaits box de SFR exclusivement à ce stade, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas disponibles dans les offres d'autres FAI (Orange, Free, Bouygues Télécom) ni sur Canalsat.

Selon le niveau de forfait box SFR, l'inclusion des différentes chaînes sport est plus ou moins complète.

Il est encore trop tôt pour disposer de mesures d'audiences de chaînes SFR : celles, d'ailleurs inférieures à 0,1 %, de chaînes antérieures dont elles sont partiellement les héritières (Ma chaîne sports) ne sont plus significatives.

Les abonnements à SFR / Numéricâble étaient selon le rapport annuel du groupe pour 2015, de 6,3 millions d'abonnés fin 2015.

2.4.4- Eurosport

Eurosport, qui appartient depuis 2015 au groupe Discovery, propose deux chaînes sportives premium, Eurosport 1 et 2. Depuis février 2015, Eurosport est une exclusivité de Canalsat. Ses chaînes ne sont ainsi plus disponibles sur les bouquets de SFR, Bouygues Telecom ou Orange France.

Son nombre d'abonnés ne se différencie donc pas de celui de Canalsat, soit à peu près 3,5 millions d'abonnés. Sa diffusion exclusive limite sa part d'audience, qui était au premier semestre 2016, selon *Médiamat'Thématik*, de 0,2 % pour Eurosport 1 et de 0,1 pour Eurosport 2, ces chiffres passant cependant à respectivement 0,5 et 0,3 % dans l'univers payant.

2.4.5- Deux autres chaînes payantes sont vouées au sport

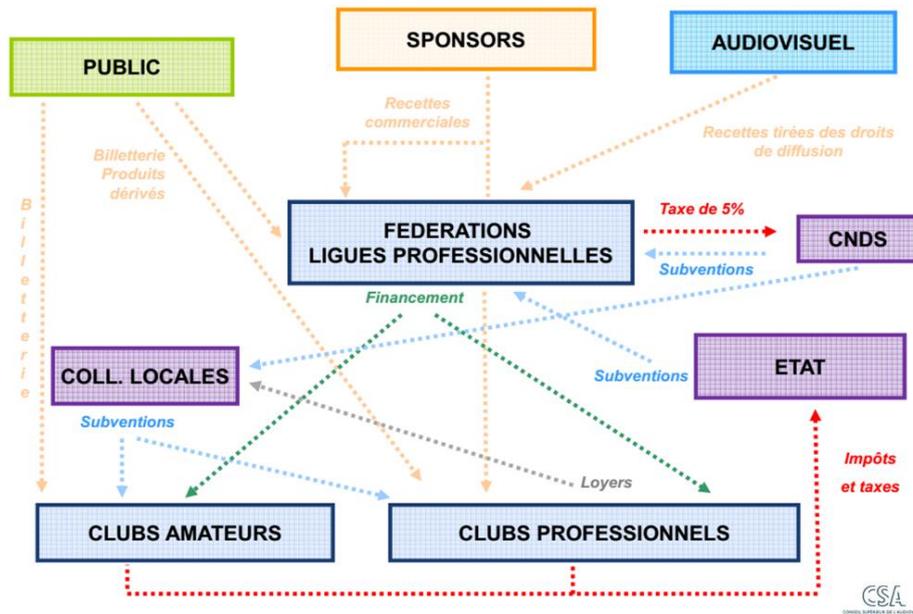
Deux autres chaînes viennent compléter l'offre sportive incluse dans les différentes offres box des opérateurs :

- MCS tennis, chaîne du groupe MCS TV entièrement dédiée au tennis, qui propose plus de 30 tournois du circuit WTA ainsi que des tournois ATP en direct, est disponible via Orange, Numéricâble et SFR.
- BFM sport, chaîne dédiée à l'actualité sportive lancée en juin 2016 par le groupe NextRadioTV, est disponible via la box SFR et celle de Numéricâble.

3- Les droits sportifs des événements prestigieux, par le rôle clé qu'ils jouent dans le financement du sport, connaissent une envolée qui présente le risque d'un partage des territoires payant/gratuit préjudiciable au plus grand nombre

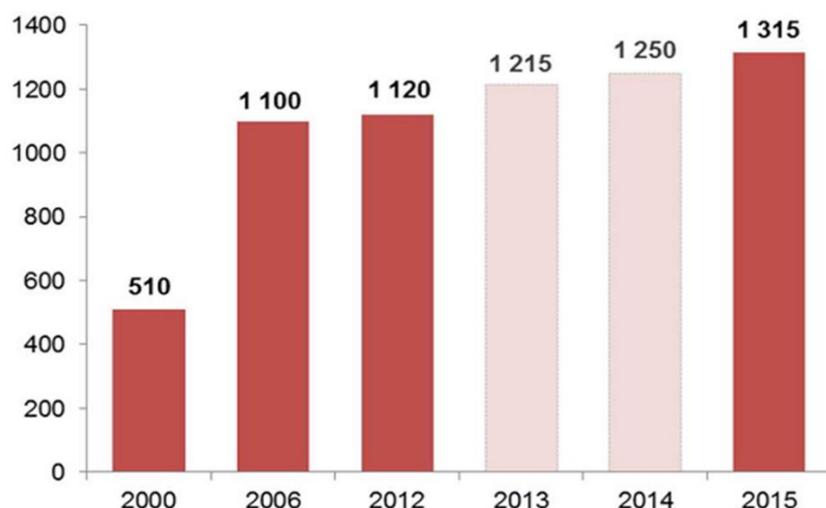
3.1- Les droits TV constituent un élément clé du jeu complexe du financement du sport

Dans sa publication de 2016 " Sport et télévision / Les chiffres clés 2016", le CSA propose un schéma du financement du sport en France qui en rappelle la complexité.



Selon le CSA, les droits télévisuels versés directement à des organismes sportifs français en 2015 ont représenté au total 1,315 milliards d'euros, le seuil du milliard ayant été historiquement franchi au début des années 2000 (avec un doublement des droits entre 2000 et 2006).

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



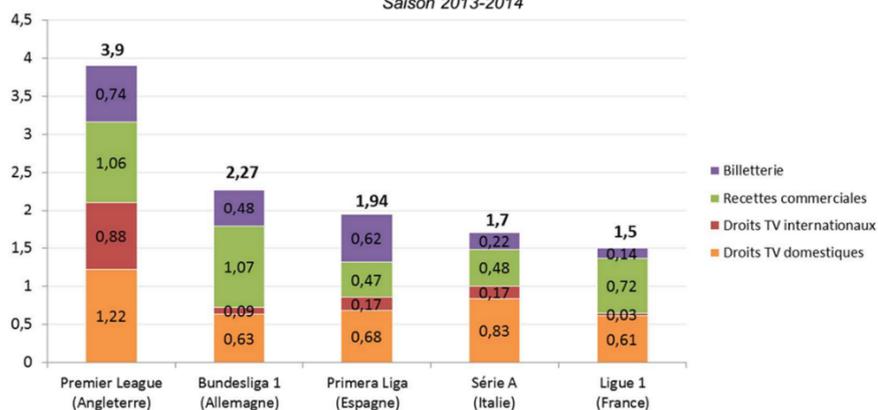
Périmètre étudié : montant des droits relatifs aux compétitions sportives diffusées par les chaînes de télévision gratuites et payantes en France.

Source CSA : Sport et télévision / Les chiffres clés 2016

Dans ce schéma d'ensemble, les droits audiovisuels interviennent évidemment de façon très contrastée selon la discipline considérée. Les droits de retransmission atteignent des montants historiquement inédits dans le football : plus d'1 milliard d'euros pour ce seul sport. Les droits représentent par exemple près de 43 % des recettes du championnat de Ligue 1, soit 640 M€, chiffre qui s'avère d'ailleurs assez comparable aux recettes TV des championnats homologues d'Allemagne, d'Espagne et d'Italie (bien qu'inférieur s'agissant des droits vendus à l'étranger) mais très inférieur au chiffre des recettes TV du championnat anglais, lequel reste hors normes. Les $\frac{3}{4}$ des droits de la Ligue 1 sont reversés aux 20 clubs en lice et 15 % aux clubs de la Ligue 2, les 10 % restants étant répartis entre le football amateur et différents organismes (Fédération française de football, Ligue de Football Professionnelle, etc.).

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

Saison 2013-2014



Source CSA : Sport et télévision / Les chiffres clés 2016

Mais il faut rappeler que les droits TV jouent aussi un **rôle non négligeable dans le financement d'ensemble du sport par le mécanisme de redistribution, dit "taxe Buffet"**, qui impose aux organisateurs de compétition en France de reverser au Centre national pour le développement du sport (CNDS¹⁵) 5 % du montant des droits TV perçus, ladite taxe représentant 15 % des recettes de cet organisme. De ce fait, le football et le rugby professionnels, plus gros contributeurs de la taxe (laquelle est évaluée au total à 49 millions d'euros dans la LFI 2016), participent via le CNDS au développement des autres disciplines sportives en France.

Entre les ligues installées au sommet des droits télé (football, rugby) et l'immense majorité des fédérations qui ne sont jamais ou presque sollicitées par une chaîne et qui doivent fréquemment, dans cette hypothèse, prendre en charge tout ou partie des coûts de production des images, la catégorie intermédiaire, celle des quelques sports dont la visibilité s'est fortement renforcée ces dernières années, est confrontée à des arbitrages d'autant plus cruciaux qu'ils s'inscrivent dans des relations elles-mêmes complexes entre fédérations et ligues. Des chaînes payantes, désireuses de valoriser des audiences en fort développement et à fort potentiel pour certains sports, peuvent proposer aux fédérations et ligues concernées d'acheter des droits en exclusivité à des montants sans commune mesure avec ce qu'elles étaient en mesure de négocier par le passé, mais cette manne financière immédiate a pour contrepartie une baisse de visibilité qui peut être préjudiciable au sport lui-même à plus long terme.

L'exemple emblématique pourrait être celui du handball, dont les droits ont augmenté constamment au gré des exploits des équipes françaises, avant d'être achetés en exclusivité par beIN à hauteur de 4 M€ de droits à la ligue pour les deux championnats de France H/F, et à hauteur de 1,750 M€ à la Fédération pour les matchs des équipes de France et de la Coupe de France. Or une finale de la ligue féminine sur beIN fera probablement entre 5 et 15.000 téléspectateurs, alors que les mêmes équipes pour des simples matchs de quart de finales ont pu faire 120.000 téléspectateurs sur des chaînes en clair.

3.2- L'importance de ces droits TV est accrue par la spécificité française de l'interdiction de toute publicité pour les alcools dans les enceintes sportives

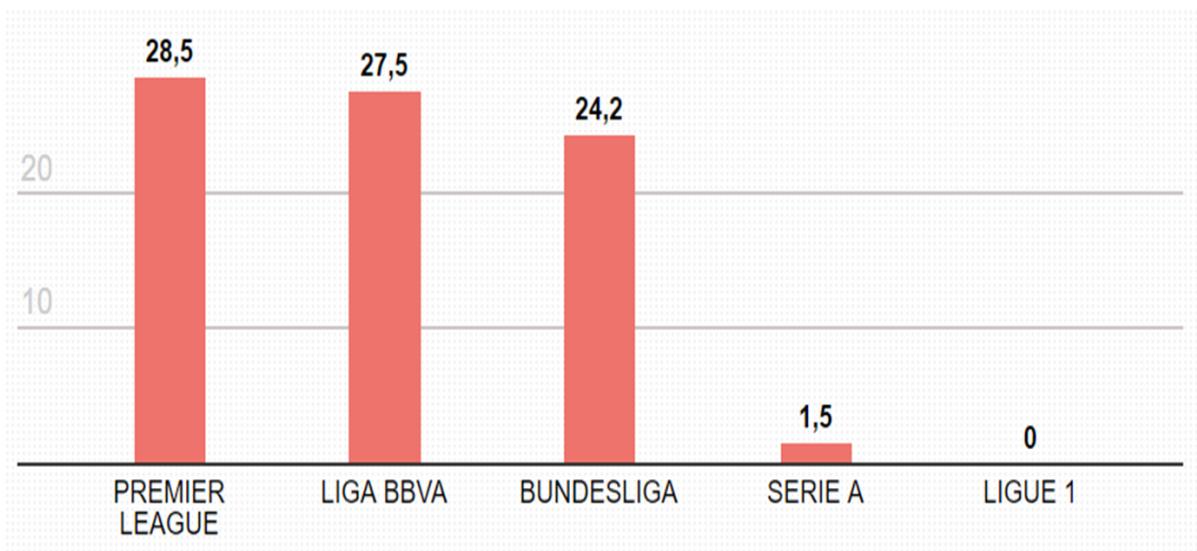
En 2011, l'étude du CSA "*Sport et télévision - Quels défis pour le régulateur dans le nouvel équilibre gratuit-payant ?*" pointait déjà le fait que les clubs français souffraient d'un déficit de recettes commerciales propres, ce qui les ancrerait dans une forme de "télé dépendance",

¹⁵ Le Centre national pour le développement du sport, établissement public, placé sous la tutelle du ministre des sports, a pour missions le développement de la pratique du sport par tous au travers de subventions à des associations sportives, l'aménagement du territoire par le biais d'aides à la construction d'équipements sportifs et la promotion du rayonnement international du sport français, notamment par le financement d'actions du Comité national olympique et sportif français (CNOSF). Son budget, qui s'établit à 255 M€, est assis sur trois ressources affectées : un prélèvement sur les activités de jeux d'argent et de hasard de La Française des Jeux ; le produit de la "taxe Buffet" perçue à hauteur de 5% sur les recettes de cession de droits d'exploitation audiovisuelle par les organisateurs de compétitions sportives établis en France, laquelle a été plafonnée aux alentours de 40 M€ ; un prélèvement sur le produit des mises encaissées par les opérateurs de paris sportifs.

avec pour effet de faire monter régulièrement les prix des droits qu'ils demandent. En particulier, la présence chez nos voisins anglais et allemands de boissons faiblement alcoolisées dans les enceintes sportives (consommation et publicité), y constitue une source essentielle de financement de la filière sportive, et notamment du football.

En 2014, un rapport commandé par l'Union des clubs professionnels de football (UCPF) sur le "décrochage" des clubs de football français depuis 20 ans en termes de compétitivité sportive et économique, rappelait que la Ligue 1 est le seul grand championnat européen sujet à une interdiction totale en matière d'alcool, ce qui le prive notamment de ressources de sponsoring comprises entre 20 et 30 M€ en Angleterre, Espagne ou Allemagne. En Allemagne, le brasseur Krombacher sponsorise la Bundesliga la vente de bière dans les stades rapporterait aux clubs quelque 40 millions d'euros chaque année.

Sponsoring des marques d'alcool dans les 5 principales ligues 1 (en millions d'euros chiffres 2014)
Source UCPF



On ne peut esquiver une fois pour toutes, le débat sur cette pénalisation de fait de la filière française. L'interdiction radicale de la publicité pour les boissons alcoolisées, et ce quel que soit le degré d'alcool, dans les enceintes sportives, relève en effet d'une forme d'hypocrisie dans la mesure où les grands événements internationaux se tenant à l'étranger, qui tendent à être les plus exposés médiatiquement et dont les images sont largement retransmises en France comme ailleurs, mettent en scène de telles publicités, notamment pour la bière, et ce parfois de façon très insistante.

On sait que, au demeurant, les revenus des publicités physiques dans les enceintes sportives ne bénéficient pas aux diffuseurs télévisuels, et il est admis que la publicité leur est à cet égard "imposée". En cas d'évolution mesurée de la réglementation sur la publicité pour la bière dans les enceintes, une concertation préalable entre les partenaires serait nécessaire afin que l'appel d'air financier ainsi créé, qui pourrait ne pas être négligeable, puisse bénéficier

également aux chaînes productrices et diffuseuses des images en tant qu'élément de contexte dans les négociations globales des droits qu'elles acquièrent.

Une concertation du même ordre serait souhaitable s'agissant de la publicité virtuelle (publicité insérée à l'image dans les images réelles de l'enceinte sportive) dont le marché est sans doute appelé à se développer.

Alors même que les grandes retransmissions sportives s'avèrent, à quelques rares exceptions près, être pour les chaînes des opérations déficitaires, de telles évolutions vers davantage de ressources publicitaires indirectes renforceraient la perspective d'un possible équilibre.

3.3- Les droits de retransmission de plus en plus élevés qui en résultent, associés à une structuration internationale de l'offre, amènent progressivement un partage des territoires payant / gratuit préjudiciable au plus grand nombre

Plusieurs phénomènes viennent se combiner pour expliquer la dérive à la hausse que connaissent les droits des événements sportifs majeurs. Le premier est bien entendu, la surenchère des candidats à l'achat de ces droits qui, même si une retransmission peut être une opération non rentable en réalité, soit voient dans ces achats la possibilité d'asseoir leur statut de chaînes leaders, soit y voient un capital susceptible d'être rentabilisé par des sous-licences et des droits dérivés.

La deuxième explication est la constitution progressive d'oligopoles vendeurs (comme le CIO, ou comme l'UEFA, laquelle gère depuis 2014 les droits de tous les matchs des équipes nationales d'Europe) détenteurs de produits rares, non substituables, susceptibles de faire des audiences de plusieurs dizaines de millions de personnes. Face à eux, les lois en vigueur en matière de concurrence rendent plus difficile la constitution d'oligopsonne d'acheteurs (cf. l'affaire de la fusion Canal+ TPS dans les années 2000), ce qui n'empêche pas toutefois des propositions conjointes (telles celle de TF1 et M6 pour l'Euro 2016 de football).

Quelques chiffres permettent de mesurer la dérive des prix à laquelle on assiste désormais. Les droits de Ligue 1 de football, qui étaient en 2008 de 600 M€ (Canal+) ont été négociés à 731 M€ cette année par la Ligue de football professionnel (Canal+ 542 M€, beIN 189 M€). De son côté, la Premier League de football anglais est passée de 27 M€ par saison pour Canal+ en 2010 à 59 M€ en 2013 toujours pour Canal+, avant d'être emportée par Altice /SFR en 2016 pour 100 M€ la saison. Même chose pour le Top 14 de rugby, pour lequel Canal+ a dû en 2014 faire passer son offre de 32 M€ à 71 M€ la saison.

En réalité, le phénomène d'augmentation des prix n'est pas homogène selon les disciplines :

- les disciplines vedettes (football, rugby, tennis), dont les scores d'audience sont garantis, mettent les diffuseurs en situation de compétition extrême, avec les envolées de prix que cela signifie ;
- à l'autre extrême, l'immense majorité des disciplines ne font l'objet de quasiment aucune demande de retransmissions de la part des chaînes hors périodes des JO, et doivent se rabattre soit sur le web, soit sur les créneaux horaires les moins fréquentés des chaînes

sportives 24/24 ou du service public, sans être en situation de négocier le moindre droit et en devant même, fréquemment, prendre en charge les coûts de production de images ;

- la catégorie intermédiaire et fluctuante des sports en émergence, portés par une certaine qualité télévisuelle et/ou par des résultats ou des personnalités de sportifs (handball, biathlon par exemple) et qui ont été longtemps confinés à des univers à faible visibilité (chaines payantes, petites chaines de la TNT), se retrouve sous le feu des projecteurs avec la perspective d'un basculement à un moment vers des chaines de prestige plus élevé, et l'afflux de droits qui va de pair.

Ce phénomène général, qui n'est d'ailleurs pas propre à la France, se marque par plusieurs glissements, successifs ou simultanés :

- **Pour les chaines en clair, glissement en volume des chaines privées vers les chaines publiques** (les premières se concentrant sur une faible volant de disciplines bancables) ; et **glissement en valeur des chaines publiques vers les chaines privées**, moins pour les sports de journée (Roland-Garros, Tour de France), que pour les sports du prime time pour lesquels toute rentabilisation par la publicité est interdite aux chaines publiques.
- **Glissement des chaines en clair** (pour qui les retransmissions sportives, même prestigieuses, restent le plus souvent des opérations déficitaires rapportées aux revenus de publicité générés) **vers les chaines payantes**, dont le modèle économique d'abonnements est moins immédiatement fonction de l'audience publicitaire.
- **Pour les chaines payantes, glissement d'un modèle à finalité éditoriale type Canal+ vers un modèle à finalité industrielle et mondiale type beIN / SFR / Discovery** (achats de gros, au niveau national ou mondial, sur des disciplines ou des événements, pour l'exploitation ou la revente, voire achats à perte).

Ces glissements peuvent interagir par effets de cascade ou de ressac : une chaine payante évincée d'un marché par un investisseur international, peut avoir tendance à venir prospecter sur les terres de chaines privées en clair, etc.

En synthèse, s'agissant de la balance des images de sport entre clair et payant, qui est un des objets du présent rapport, le risque à terme est celui d'un partage des territoires, préjudiciable au plus grand nombre, par lequel :

- le feuilleton des compétitions "saisonnnières" des disciplines-phares, aux droits les plus élevés, deviendrait, à quelques exceptions près, l'apanage du payant,
- les chaines gratuites devraient progressivement se limiter aux événements-phares ponctuels (JO, coupes du monde et Euro de foot, coupes du monde de rugby), avec potentiellement un volume horaire sportif en progressive diminution,
- pour la diversité des autres disciplines moins prestigieuses, le partage se ferait, au gré des capacités financières restantes, des lignes éditoriales et des spéculations sur le potentiel de développement télévisuel de telle ou telle discipline, entre : les chaînes sportives payantes ; les chaines sportives en clair (notamment si une chaine de référence sport est ménagée au sein du service public et si la chaine L'Equipe maintient une certaine ouverture disciplinaire) ; et l'offre OTT pour tout le reste.

4- Pour autant, les évènements les plus importants restent, pour l'instant, globalement accessibles au rachat par les chaînes en clair

4.1- Le dispositif des "événements d'intérêt majeur", bien que s'appuyant sur des textes non dénués d'ambiguïté et concernant un nombre conséquent d'événements, s'est appliqué sans accroc notable

4.1.1- La logique du décret du 22 décembre 2004, moins coercitive que celle de la directive européenne et de la loi, aurait pu être motif d'inquiétude quant à l'applicabilité du dispositif

Les enjeux d'un accès libre, c'est-à-dire à travers des chaînes de télévision gratuites ou quasi-gratuites, pour le plus grand nombre à ces événements singuliers que sont les grandes retransmissions sportives, et les conséquences potentielles de ce libre accès en termes de marché intérieur, n'ont pas échappé aux instances européennes.

A travers l'article 3 bis de la directive 89/552/CEE du Conseil des communautés européennes du 3 octobre 1989, dite directive "Télévision sans frontières", modifiée par la directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil du 30 juin 1997 et reprise à l'article 14 de la directive 2010/13/UE dite directive "services de médias audiovisuels" (SMA), les Etats-membres et le Parlement européen ont décidé que chaque État "peut" prendre des mesures "pour assurer que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de sa compétence ne retransmettent pas d'une manière exclusive des événements qu'il juge d'une importance majeure d'une façon qui prive une partie importante du public dudit État membre de la possibilité de suivre ces événements en direct ou en différé sur une télévision à accès libre". L'État membre qui le souhaite établit donc, "selon une procédure claire et transparente, en temps opportun et utile" une liste d'événements (nationaux ou non) d'importance majeure et précise si ces événements doivent être retransmis intégralement ou partiellement, en direct ou en différé. Après quoi, il doit notifier les mesures envisagées à la Commission, laquelle vérifie qu'elles sont compatibles avec le droit communautaire et les communique aux autres États membres, avant de les publier au Journal officiel des Communautés européennes.

Comme on le voit, **on parle ici d'événements d'importance majeure (EIM), et pas seulement d'événements sportifs**, même si, en réalité, l'immense majorité des événements distingués par les listes nationales sont bien des retransmissions sportives (cf. infra). On comprend aussi que l'on se situe ici dans une logique interactive liée à l'omnipotence historique de la télévision au tournant des 20^{ème} et 21^{ème} siècles : l'événement est d'importance majeure non seulement en lui-même, mais par le fait même qu'il est retransmis par une télévision diffusée largement dans les foyers.

La directive européenne a été transposée en droit français par la loi no 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (dite Loi Léotard). En reprenant les termes de la directive, la loi de 1986 modifiée dispose dans son article 20-2 que "les événements d'importance majeure ne peuvent être retransmis en

exclusivité d'une manière qui aboutit à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre". Elle ajoute que la liste des événements d'importance majeure sera fixée par décret en Conseil d'État et que le Conseil supérieur de l'audiovisuel veillera au respect par les services de télévision des dispositions de la loi.

Le décret n° 2004-1392 du 22 décembre 2004 pris en application de la loi de 1986 modifiée, outre qu'il établit la liste française des EIM (cf. infra), précise dans son article 4 que :

- le fait qu'un éditeur de services de télévision payante possède les droits exclusifs d'un EIM "ne peut faire obstacle à la retransmission de cet événement par un service de télévision à accès libre" ;
- qu'une chaîne de télévision est considérée comme "à accès libre" lorsque son financement ne fait pas appel à une rémunération de la part des usagers et que ses émissions peuvent être effectivement reçues par au moins 85 % des foyers de France métropolitaine, ce qui aujourd'hui désigne en pratique les 26 chaînes gratuites de la TNT ;
- que la retransmission en accès libre des EIM doit être en principe intégrale et assurée en direct, sauf : pour le Tour de France, dont la retransmission peut être, comme c'est l'usage, limitée à des moments significatifs ; pour les JO et les championnats du monde d'athlétisme, dont la retransmission peut être limitée à des moments représentatifs de la diversité des disciplines et des pays et assurée en différé lorsque des épreuves ont lieu simultanément ; ou encore pour tous les événements ayant lieu la nuit entre 0 et 6 heures, dont la retransmission peut se faire en différé à condition cependant de débiter avant 10 heures du matin.

L'article probablement le plus décisif du décret est son article 5, en ce sens qu'il s'inscrit dans une logique sensiblement différente de la lettre de la directive et de la loi. Il dispose en effet que :

- un éditeur de services de télévision payante qui se trouve être titulaire exclusif des droits de retransmission d'un EIM "doit, dans un délai raisonnable avant l'événement, formuler, selon des modalités de publicité permettant l'information des éditeurs de services de télévision à accès libre, la proposition de céder des droits permettant d'assurer la retransmission de cet événement" en accès libre,
- "cette offre doit être faite selon des termes et conditions de marché équitables, raisonnables et non discriminatoires",
- "si, en réponse à cette offre, aucune proposition d'un éditeur de services de télévision n'est formulée ou si la proposition n'est pas formulée selon des termes et conditions de marchés équitables, raisonnables et non discriminatoires, l'éditeur titulaire de droits exclusifs peut exercer ceux-ci sans satisfaire aux conditions prévues à l'article 4", c'est-à-dire sans qu'on puisse considérer qu'il a été fait obstacle à la retransmission de cet événement par un service de télévision à accès libre.

Par rapport à l'objectif initial de la directive, laquelle parle "d'assurer" la retransmission pour le plus grand nombre, et de la loi de transposition, laquelle dispose que les EIM "ne peuvent être retransmis en exclusivité", on voit donc que **le décret de 2004 se borne à instituer une**

obligation de moyens, voire une simple obligation de procédure. En effet, aux termes du décret :

- la retransmission en clair n'est pas véritablement un résultat obligé, on ne saurait simplement y "faire obstacle",
- dès lors que la chaîne détentrice des droits a effectivement fait connaître sa proposition, rien n'oblige concrètement une chaîne en clair à se porter candidate à l'achat des droits,
- rien davantage n'oblige les parties à se mettre d'accord sur un montant de transaction "équitable, raisonnable et non discriminatoire", le constat d'un désaccord sur ce point pouvant suffire à clore le processus sans même qu'il soit question de vérifier que tous les moyens ont été diligentés.

Cette faiblesse coercitive du dispositif mis en place par le décret est sans doute partiellement compensée :

- par le fait que la loi conserve par définition une valeur juridique supérieure à celle du décret, mais seul le recours d'une chaîne en clair ou d'une association de consommateurs s'estimant lésées pourrait activer cette hiérarchie des normes,
- par le rôle donné au CSA qui, aux termes de la loi de 1986 modifiée, doit veiller au respect des dispositions de la loi et, aux termes du décret de 2004, "peut rendre un avis sur les conditions d'application" de ses dispositions, mais dont il n'est pas explicitement prévu qu'il doive se positionner comme un véritable régulateur au sein même du processus de négociation des droits.

Dans ces conditions d'incertitude juridique, on aurait pu craindre que bon nombre d'événements sportifs majeurs échappent aux télévisions en clair et que le grand public en soit frustré. Dans les faits ce ne fut pas le cas, mais cette fragilité demeure.

4.1.2- La liste française présente des spécificités notables en comparaison avec les autres listes européennes

La Commission européenne a jugé compatibles avec le droit communautaire **dix listes nationales** dont elle a été successivement saisie, entre 1998 et 2014, par le Danemark (liste révoquée depuis¹⁶), l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Autriche, l'Irlande, la Belgique, la France, la Finlande, l'Italie et la Pologne.

L'analyse de ces listes permet de distinguer quelques différences d'un pays à l'autre et d'en tirer des éléments de réflexion en vue d'une éventuelle évolution de la liste française :

- la liste française fait partie des 7 listes qui ne comportent que des événements sportifs,
- elle intègre une assez large palette de disciplines sportives : 9 sur les 20 disciplines mentionnées toutes listes confondues,

¹⁶ Dans ce qui suit, on intégrera la liste danoise qui a été approuvée par la Commission en 1999 avant d'être révoquée à la demande du Danemark en 2002, mais qui demeure intéressante en termes d'analyse et de comparaison.

- en retenant 27 des 76 événements mentionnés toutes listes confondues, elle est la deuxième plus longue des dix listes en présence,
- la liste française est une de celles qui accordent le plus d'importance aux compétitions féminines,
- comme la plupart des listes, elle utilise peu comme critère d'EIM le caractère national de l'événement et pas du tout, pour les événements internationaux, le fait que la France en soit le pays organisateur,
- elle utilise de façon originale le critère de la participation d'équipes ou de sportifs français,
- enfin, la liste française couvre de façon contrastée la chronologie des grandes compétitions, protégeant intégralement l'une d'entre elles, et s'en tenant à la seule finale pour plusieurs autres.

4.1.2.1- Sur les 10 listes entérinées par la Commission, la liste française fait partie des 7 listes qui ne comportent que des événements sportifs

Au total, **76 événements distincts¹⁷** ont été considérés comme d'importance majeure par un ou plusieurs Etats-membres (tableau page suivante).

Seulement six d'entre eux ne sont pas des événements sportifs, mais des événements culturels, en l'occurrence de grands rendez-vous musicaux. Aucun autre secteur événementiel n'apparaît dans une quelconque des listes : ni commémorations historiques majeures, ni fêtes nationales, ni autres grands rendez-vous populaires...

L'Italie a listé 3 événements culturels (sur une liste nationale qui compte 22 événements) : le concert du nouvel an du Théâtre La Fenice de Venise, la première représentation de la saison de la Scala de Milan et le Festival de chanson italienne de San Remo. L'Autriche a distingué 2 événements (sur une liste de 9) : le grand Bal de l'Opéra de Vienne et le concert de nouvel an de l'Orchestre philharmonique de Vienne. Un événement culturel (sur une liste de 31) est protégé par la Belgique : la finale du prestigieux Concours musical Reine Élisabeth.

¹⁷ Ne sont nécessairement comptabilisées que comme un seul événement les catégories d'événements impossibles à dénombrer a priori tels que "tous les test-matches de cricket sur le sol anglais" ou "tous les matchs de l'équipe nationale de football", etc.

Evénements cités par au moins une des dix listes nationale (Source : Commission européenne / Mission)		
Evénements culturels	Bal de l'Opéra de Vienne	1
	Concert de nouvel an de l'orchestre philharmonique de Vienne	2
	Concert de Nouvel An du théâtre La Fenice de Venise	3
	Festival de musique italienne de San Remo	4
	Finale du Concours musical Reine Élisabeth	5
	Première représentation de la saison de la Scala de Milan	6
Multisports	Jeux olympiques d'été	7
	Jeux olympiques d'hiver	8
	Jeux du Commonwealth	9
Athlétisme	Championnat du monde d'athlétisme	10
	Mémorial Ivo Van Damme	11
Basket-ball	Coupe du monde de basket-ball féminin	12
	Championnat d'Europe de basket-ball féminin	13
	Championnat d'Europe de basket-ball masculin	14
	Coupe du monde de basket-ball masculin	15
Cricket	Coupe du monde de cricket	16
	Tous test-matches de l'équipe nationale	17
Cyclisme	Amstel Gold Race	18
	Championnat du monde de cyclisme sur route	19
	Championnat du monde de cyclo-cross	20
	Championnat national de cyclisme sur route	21
	Championnat national de cyclo-cross	22
	Flèche wallonne	23
	Giro d'Italia	24
	Liège-Bastogne-Liège	25
	Milan-San Remo	26
	Paris-Roubaix	27
	Paris-Tours	28
	Tour de Flandre	29
	Tour de France	30
Tour de Lombardie	31	
Football	Championnat / Coupe national(e) de football	32
	Coupe du monde de football	33
	Ligue des champions	34
	Tous matches de football de l'équipe nationale	35
	Championnat d'Europe de football	36
	Coupe de l'UEFA (Ligue Europa)	37
Formule 1	Grand prix automobile de Belgique	38
	Grand prix automobile de France	39
	Grand prix automobile d'Italie	40
Gaelic football	All-Ireland Senior Inter-County	41
Golf	Open de golf	42
	Ryder Cup	43
Handball	Championnat d'Europe de handball féminin	44
	Championnat d'Europe de handball masculin	45
	Championnat du monde de handball féminin	46
	Championnat du monde de handball masculin	47
Hippisme	Derby d'Epsom	48
	Dublin Horse Show	49
	Grand National	50
	Irish Derby	51
	Irish Grand National	52
Hockey sur glace	Coupe du monde de hockey sur glace	53
Hurling	Championnat d'Irlande de hurling	54
Moto	Grand prix moto d'Italie	55
Rugby	Coupe d'Europe de rugby	56
	Coupe du monde de rugby	57
	Tournoi des six nations	58
	Championnat national de rugby	59
Ski alpin	Championnat du monde de ski alpin	60
Ski nordique	Championnat du monde de ski nordique	61
	Toutes épreuves Coupe du monde de saut à ski	62
	Toutes épreuves Coupe du monde de ski de fond féminin	63
Tennis	Coupe Davis	64
	Fed Cup	65
	Internationaux d'Italie de tennis	66
	Open d'Australie de tennis	67
	Tournoi de Roland Garros de tennis	68
	Tournoi de Wimbledon de tennis	69
US Open de tennis	70	
Volley-ball	Championnat d'Europe de volley-ball féminin	71
	Championnat d'Europe de volley-ball masculin	72
	Coupe du monde de volley-ball féminin	73
	Coupe du monde de volley-ball masculin	74
	Tous matches internationaux de volley-ball masculin	75
Water-polo	Coupe du monde de water-polo masculin	76

4.1.2.2- La liste française intègre une assez large palette de disciplines sportives : 9 sur les 20 disciplines mentionnées toutes listes confondues

Au total, **20 disciplines sportives** (en comptant comme une catégorie en soi les grands rendez-vous omnisports quadriennaux : JO et, pour le Royaume-Uni, Jeux du Commonwealth) sont mentionnées au moins une fois par les différentes listes nationales d'événements.

Les JO d'été sont mentionnés par la totalité des dix pays, au même titre que le football, qui apparait clairement comme la discipline dominante. Viennent ensuite avec cinq mentions l'athlétisme, puis avec quatre mentions, le rugby et le tennis, suivis, avec trois mentions, du cyclisme, de la Formule 1, du hand-ball et du ski nordique.

Disciplines sportives mentionnées par au moins une liste nationale (Source : Commission européenne / Mission)												
		Italie	France	Royaume-Uni	Belgique	Irlande	Pologne	Finlande	Autriche	(ex) Danemark	Allemagne	Total
1	Football	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10
2	Omnisport	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10
3	Athlétisme		x	x	x		x	x				5
4	Rugby	x	x	x		x						4
5	Tennis	x	x	x	x							4
6	Cyclisme	x	x		x							3
7	Formule 1	x	x		x							3
8	Hand-ball		x				x			x		3
9	Ski nordique						x	x	x			3
10	Basket	x	x									2
11	Hippisme			x		x						2
12	Volley-ball	x					x					2
13	Cricket			x								1
14	Gaelic football					x						1
15	Golf			x								1
16	Hockey sur glace							x				1
17	Hurling					x						1
18	Moto	x										1
19	Ski alpin								x			1
20	Water-polo	x										1
		10	9	8	6	6	6	5	4	3	2	59

Avec 9 disciplines retenues sur 20 mentionnées au total, la liste française affiche une diversité d'intérêts supérieure à la moyenne.

Seule la liste italienne la dépasse en nombre de discipline mentionnées, l'Italie étant, notamment, le seul pays à protéger des compétitions de moto ou de water-polo. Le Royaume-Uni, qui arrive au troisième rang en termes de diversité, s'il n'a pas souhaité protéger par exemple le cyclisme, le basket-ball, le handball ou la Formule 1, est en revanche le seul pays à distinguer les grandes compétitions de cricket ou de golf (l'Open de golf et la Ryder Cup). Avec l'Irlande, le Royaume-Uni est également le seul pays à protéger ses courses hippiques les plus prestigieuses : le Derby d'Epsom et le Grand National pour le Royaume-Uni ; le Dublin Horse Show, le Irish Derby et le Irish Grand National pour l'Irlande.

A l'autre extrême en termes de diversité, l'Allemagne ne protège, à part les JO, que le football, et le Danemark ne protégeait, à part les JO, que le football et le handball (avec, fait notable,

un tropisme fort sur le handball féminin, longtemps dominé, il est vrai, par les équipes danoises : on retrouve ce tropisme dans la liste française).

D'autres disciplines ne sont citées que par une liste nationale, comme le hockey sur glace par la Finlande, le football gaélique et le hurling par l'Irlande qui a le monopole de ces deux sports identitaires, et, plus curieusement, le ski alpin, que seule l'Autriche a souhaité protéger.

Outre sa diversité, la liste française a aussi comme caractéristique d'être relativement conforme aux choix de la majorité. Les neuf disciplines qu'elle retient figurent toutes parmi les plus citées si l'on prend le total des autres pays : on n'y trouve, donc, aucun sport "atypique".

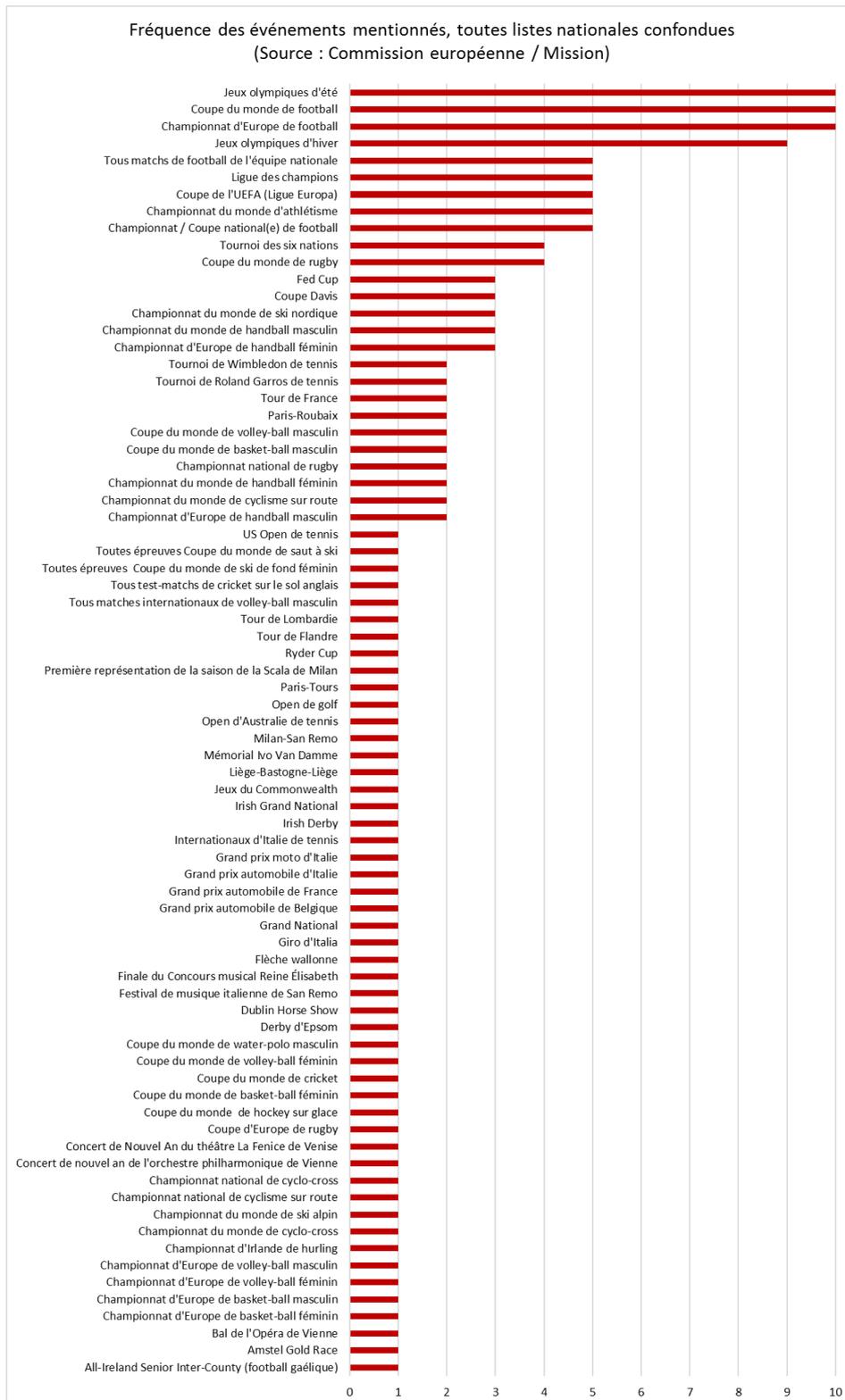
4.1.2.3- En retenant 27 des 76 événements mentionnés toutes listes confondues, la liste française est la deuxième plus longue des dix listes en présence

Comme on l'a dit, 76 événements au total sont répertoriés si l'on prend l'ensemble des dix listes nationales, à savoir 70 événements sportifs et 6 événements culturels.

Comme on l'a vu, **la domination des JO et des grandes rencontres de football est écrasante** dès qu'il est question de fédérer par le sport les sociétés civiles en Europe :

- Trois événements sont protégés par la totalité des dix Etat-membres : les JO d'été, la Coupe du monde de football et la Coupe d'Europe de football.
- Les JO d'hiver arrivent immédiatement derrière avec neuf mentions, seule l'Irlande ayant décidé de ne pas les lister.
- Un peu plus loin, mentionnés par cinq pays dont la France, on trouve là encore du football avec la finale (et la demi-finale pour la liste allemande) du championnat (ou de la coupe) national(e) de football, la Ligue des champions, la Coupe de l'UEFA (devenue Ligue Europa) et le bloc "ensemble des matchs de l'équipe nationale".
- L'athlétisme fait son apparition (championnats du monde) avec également cinq mentions dont celle de la France.
- Le rugby apparaît ensuite, avec quatre mentions pour la Coupe du monde et autant pour le Tournoi des six nations. Ces deux événements sont listés par la France.
- Cinq événements suivent avec trois mentions : la Fed Cup et le championnat d'Europe de handball féminin (**premiers évènements spécifiquement féminins de ce palmarès**), la Coupe Davis, le championnat du monde de handball masculin et, seul à ne pas figurer sur la liste française, le championnat du monde de ski nordique.
- 10 évènements sont protégés par deux listes nationales.
- Enfin, 50 évènements, soit les 2/3 du total, ne sont protégés que par une liste nationale. **Ainsi, cinq événements ne sont protégés que par la France** : le Grand Prix de France de F1 (protection devenue vaine puisque le dernier Grand Prix date de 2008) ainsi que (en cas de participation de l'équipe de France ou d'une équipe française) les championnats d'Europe de basket-ball masculin et féminin, la Coupe du monde de basket féminin et la

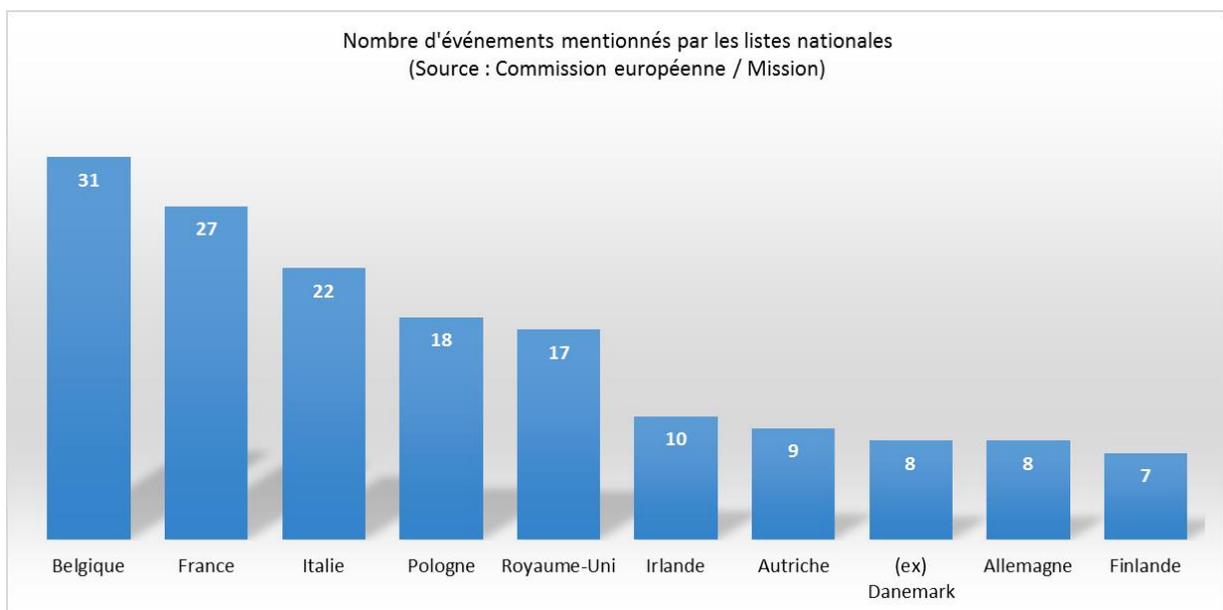
Coupe d'Europe de rugby (dont on peut rappeler que des clubs français ont occupé 9 des 20 places de finalistes sur les 10 dernières années).



S'agissant du nombre d'événements mentionnés par les différentes listes nationales, là encore, les contrastes sont nets.

La France a la deuxième liste la plus longue des dix listes en présence, en retenant 27 des 76 événements mentionnés au total. A noter que la liste belge, qui est la plus longue avec 31 événements, est allongée par le fait que les deux principales communautés linguistiques francophone et néerlandophone, qui ont chacune leurs chaînes de télévision, ont ajouté des événements spécifiques à la liste nationale commune.

A l'autre extrême, cinq pays ne dépassent pas les 10 manifestations. L'Allemagne, par exemple, outre les JO d'été et d'hiver, ne distingue que les 4 grandes compétitions internationales de football (coupes du monde et d'Europe, Champions League, Ligue Europa), ainsi que les matchs de l'équipe nationale de football et la coupe d'Allemagne de football (demi-finales et finale).



4.1.2.4- La liste française est une de celles qui accordent le plus d'importance aux compétitions féminines

En comptabilisant chaque mention faite par un pays d'un des 76 événements répertoriés, on dispose d'une base de 157 mentions nationales toutes listes confondues. Dans cette liste, la question du genre de la manifestation ne se pose pas s'agissant :

- des compétitions unisexes, c'est-à-dire celles qui voient, du moins en théorie, s'affronter hommes et femmes par le fait que la discipline utilise un animal (courses hippiques) ou une machine (auto/moto),
- des six événements culturels de la liste.

Si l'on met à part ces deux cas de figure, les 142 mentions "gendrées" dans les listes nationales concernent donc :

- les compétitions explicitement masculines ou féminines,
- les compétitions "doubles" que sont les grands tournois de tennis, dont les tableaux masculin / féminins sont des compétitions séparées,
- les compétitions mixtes telles que les JO, les championnats d'athlétisme et les championnats du monde de ski (alpin et nordique), où les sportifs masculins et féminins sont couverts indistinctement (du moins sur le principe).

Partage masculin/féminin des événements mentionnés par les différentes listes nationales					
En nombre de mentions	Masculin	Mixte	Masculin / Féminin	Féminin	Total
(ex) Danemark	4	2		2	8
Allemagne	6	2			8
Autriche	3	4			7
Belgique	20	4	4	1	29
Finlande	3	4			7
France	17	3	1	5	26
Irlande	6	1			7
Italie	13	2	1	1	17
Pologne	9	5		4	18
Royaume-Uni	10	4	1		15
Total	91	31	7	13	142
En %	Masculin	Mixte	Masculin / Féminin	Féminin	Total
(ex) Danemark	50%	25%	0%	25%	100%
Allemagne	75%	25%	0%	0%	100%
Autriche	43%	57%	0%	0%	100%
Belgique	69%	14%	14%	3%	100%
Finlande	43%	57%	0%	0%	100%
France	65%	12%	4%	19%	100%
Irlande	86%	14%	0%	0%	100%
Italie	76%	12%	6%	6%	100%
Pologne	50%	28%	0%	22%	100%
Royaume-Uni	67%	27%	7%	0%	100%
Ensemble	64%	22%	5%	9%	100%

Source : Etats membres / Commission européenne / Mission

Le moins que l'on puisse dire est que **les listes européennes sont dans leur ensemble assez peu féminines**. Alors que l'on compte 91 mentions d'événements protégés spécifiquement masculins, seulement 13 mentions en tout visent huit événements spécifiquement féminins :

- Championnat du monde de handball féminin (protégés par la France et le Danemark)
- Championnat d'Europe de handball féminin (France, Danemark, Pologne)
- Coupe du monde de basket-ball féminin (France seule)
- Championnat d'Europe de basket-ball féminin (France seule)
- Fed Cup (France, Belgique, Italie)
- Coupe du monde de volley-ball féminin (Pologne seule)
- Championnat d'Europe de volley-ball féminin (Pologne seule)
- Toutes épreuves de la Coupe du monde de ski de fond féminin (Pologne seule)

En tenant compte des épreuves mixtes, on peut considérer que la liste la plus masculine est la liste irlandaise, qui n'assure une visibilité en clair du sport féminin que pour la partie féminine des épreuves des JO d'été. Idem de l'Allemagne pour les seuls JO d'été et d'hiver.

En présentant à la fois une de listes globalement les plus longues et un pourcentage élevé d'événements non spécifiquement masculins, **la France propose la visibilité en clair du sport féminin la plus large, en protégeant 9 événements féminins ou mixtes :**

- au même titre que d'autres pays : la Fed Cup, le tableau féminin de Roland Garros, le Championnat du monde d'athlétisme, les Jeux olympiques d'été, les Jeux olympiques d'hiver, et le Championnat d'Europe de handball féminin ;
- seule depuis l'origine : la Coupe du monde de basket-ball féminin et la Coupe d'Europe de basket-ball féminin ;
- seule depuis le retrait de la liste danoise : la Coupe du monde de handball féminin.

Les seules qui puissent lui être comparées en termes de visibilité du sport féminin, avec également 9 événements, sont la liste belge, notamment par la présence en son sein des quatre tournois du Grand Chelem et du Mémorial Ivo Van Damme, et la liste polonaise notamment pour le volley-ball et le ski nordique.

4.1.2.5- La liste française utilise peu comme critère d'EIM le caractère national de l'événement et pas du tout, pour les événements internationaux, le fait que la France en soit le pays organisateur

Le tableau ci-dessous classe les 151 événements sportifs (hors les 6 événements culturels) mentionnés toutes listes confondues en 4 catégories :

- événements à caractère par définition national (coupes et championnats nationaux) : 11 événements ;
- événements internationaux retenus par un pays sur le territoire duquel ils se situent par définition (Paris-Roubaix pour la France, Wimbledon pour le Royaume-Uni, etc.) : 22 événements ;
- événements internationaux retenus par un pays bien que situés par définition sur le territoire d'un autre pays (Wimbledon pour la Belgique, par exemple) : 10 événements ;
- événements internationaux non territorialisés, c'est-à-dire dont les pays organisateurs changent d'une édition à l'autre (JO, championnats du monde, etc.) : 108 événements.

Les événements sont ensuite classés selon que le pays a conditionné son choix de les retenir à la présence d'équipes ou de sportifs nationaux, condition soit absolue (seuls les retransmissions des matchs de l'équipe nationale seront protégées, par exemple) soit partielle (la finale de la compétition est protégée en plus des matchs de l'équipe nationale, par exemple).

Événements sportifs d'importance nationale selon les critères de territorialité et/ou de participation de sportifs nationaux (Source Commission européenne / Mission)										
	Événements nationaux	Événements internationaux ayant lieu spécifiquement sur le territoire national		Événements internationaux non territorialisés (différents pays organisateurs)				Événements internationaux ayant lieu spécifiquement sur le territoire d'un autre pays		Total
		Si participation de nationaux	Pas de condition	Si sur le territoire	Si participation de nationaux	Partiellement sous condition	Pas de condition	Si participation de nationaux	Pas de condition	
(ex) Danemark						6	2			8
Allemagne	1				3	2	2			8
Autriche	1					2	4			7
Belgique	3		5		4	2	6	4	6	30
Finlande						3	4			7
France	2		4		13		8			27
Irlande	2		3		2	2	1			10
Italie		1	3		10	2	3			19
Pologne			1		3	8	6			18
Royaume-Uni	2		5	1	1		8			17
Total	11	1	21	1	36	27	44	4	6	151
		34				117				

On constate (en orange dans le tableau ci-dessous) qu'une minorité d'événements mentionnés (34 sur 151, soit 22,5 %), correspondent à des événements ayant lieu spécifiquement sur le territoire du pays qui a choisi de les protéger. **Les événements sportifs considérés comme "d'importance majeure" pour les Etats européens sont donc, dans leur grande majorité, des événements qui n'ont pas lieu sur leur territoire, sauf s'ils en sont ponctuellement le pays organisateur.** C'est par exemple le cas de 21 des 27 événements français.

On notera que la Belgique est le seul pays à avoir choisi de lister des événements récurrents situés spécifiquement sur le sol d'un autre pays, lesquels sont au nombre de 10. Ce pays manifeste ainsi un intérêt particulier pour l'ensemble des quatre tournois du Grand Chelem dès lors qu'un joueur ou une joueuse belge y participe, et confirme sa passion pour les grandes classiques et courses à étapes cyclistes quand bien même elles se situent hors de Belgique (Tour de France, Amstel Gold Race, Milan-San Remo, Paris-Roubaix et, pour la communauté flamande, Tour de Lombardie et Paris-Tours).

Par ailleurs, très rares sont les événements internationaux itinérants protégés comme EIM uniquement lorsqu'ils se passent sur le territoire national et pas dans les autres cas : c'est le cas des test-matches de l'équipe anglaise de cricket, qui ne sont EIM que lorsqu'ils ont lieu en Angleterre et plus encore, celui des matchs de la Ligue mondiale de volley-ball, que la Pologne classe comme EIM lorsqu'ils sont disputés en Pologne, même sans participation de l'équipe nationale.

Il est donc frappant de constater que, à ces exceptions près, **les listes nationales ne considèrent pas qu'une même épreuve internationale puisse en quelque sorte changer de statut auprès des populations lorsque le pays se trouve en être l'organisateur, et justifier dans ce cas d'être protégée en tant qu'EIM.** Pour la France, y peut y avoir là une piste à creuser dans la perspective d'un éventuel recalibrage de la liste du décret de 2004.

4.1.2.6- La liste française utilise de façon originale le critère de la participation d'équipes ou de sportifs français

Le tableau précédent montre que pour 41 des 151 événements sportifs mentionnés toutes listes confondues, la protection décidée par le pays concerné est exclusivement conditionnée à la présence de l'équipe ou de sportifs nationaux. Dans 27 autres cas, ce critère national est retenu mais non exclusif, par exemple lorsque sont protégés tous les matchs d'une compétition impliquant une équipe ou un sportif national, en même temps que, quel que soit le cas de figure, les demi-finales et la finale de cette même compétition.

Au total, ce sont les listes de l'Italie, de la Pologne et de l'Allemagne ainsi que l'ex-liste danoise qui ont eu le plus tendance à lier leurs protections à un critère de participation de sportifs nationaux. Ce sont le Royaume-Uni, la Belgique et l'Autriche qui le font le moins.

Le cas le plus extrême d'application de ce critère est celui des Internationaux de Rome de tennis que l'Italie a choisi, bien qu'il s'agisse d'un des 9 rendez-vous du calendrier des tournois Masters 1000, de ne protéger (finale et demi-finales) que pour les matchs auxquels des joueurs(euses) italiennes participent.

La France se situe dans la moyenne s'agissant de ce critère de participation des sportifs nationaux. Néanmoins, avec la liste anglaise, **la liste française se distingue par le fait qu'elle n'utilise ce critère que de façon exclusive :**

- **soit la protection de l'évènement est strictement conditionnée à la présence d'équipes françaises et, à défaut de cette présence, la liste française s'en désintéresse en tant qu'EIM** (coupes du monde et d'Europe de basket et de hand-ball, masculines et féminines, Coupe Davis et Fed Cup, Coupe d'Europe de rugby, Coupe de l'UEFA),
- **soit l'évènement est protégé, que des équipes français y participent ou non** (Coupes du monde de football ou de rugby, Coupe d'Europe de football, Ligue des champions).

4.1.2.7- La liste française couvre de façon contrastée la chronologie des grandes compétitions, protégeant intégralement l'une d'entre elles, et s'en tenant à la seule finale pour plusieurs autres

Un dernier critère d'analyse des particularités des différentes listes européennes, tient à l'étendue de la protection à l'intérieur même d'une compétition. Par exemple, plusieurs possibilités s'offrent pour couvrir chronologiquement une coupe du monde de sport collectif : matchs de qualification / match d'ouverture / matchs de la phase dite finale / quarts-de-finale / demi-finales / finale.

Quelques particularités sont à noter :

- les seules à remonter jusqu'aux matchs de qualification de l'équipe nationale sont la liste de l'Irlande (pour la coupe du monde et le championnat d'Europe de football), de la Pologne (Coupe du monde et championnat d'Europe de football, championnats du monde et d'Europe de volley-ball féminin et masculin, championnats du monde et d'Europe de

handball) et l'ex-liste du Danemark (pour la coupe du monde et le championnat d'Europe de handball féminin et de football) ;

- plusieurs listes couvrent largement et en amont le déroulé de certaines épreuves, c'est-à-dire dès leur "phase finale" (notion au demeurant imprécise) ou dès les quarts-de-finales,
 - soit dès lors des sportifs nationaux y participent (Belgique pour les grandes compétitions de tennis, Irlande pour les coupes du monde et d'Europe de football et pour la coupe du monde de rugby, Danemark pour la coupe du monde de football),
 - soit dans l'absolu (Royaume-Uni pour les coupes du monde et d'Europe de football et pour la coupe du monde de rugby, Finlande pour les coupes du monde et d'Europe de football) ;
- **la liste française est la seule à mentionner l'intégralité des matchs d'une même compétition, en l'occurrence le Tournoi des six nations**, ce dont on a constaté les conséquences sur le volume horaire des retransmissions d'EIM en clair ;
- **à l'inverse, la France, bien davantage que ses voisins, a choisi de s'en tenir à la seule finale pour bon nombre des manifestations qu'elle protège** : coupes du monde et d'Europe de basket et de hand-ball, masculines et féminines, Coupe de l'UEFA, Ligue des champions, Roland-Garros, Coupe de France de football, Top 14.

4.1.3- Malgré leur nombre conséquent, les événements d'importance majeure ont tous été jusqu'à présent, à une exception près maintenant ancienne, retransmis par des chaînes en clair

La liste française d'événements majeurs comprend 27 événements, tous sportifs (cf. tableau page suivante).

Par lettre en date du 30 décembre 2003, la France a notifié cette liste et les mesures prévues à la Commission européenne, laquelle après la consultation des autres Etats-membres a informé la France, par lettre en date du 7 avril 2004, que la Commission européenne n'entendait pas s'opposer aux mesures notifiées, ouvrant la voie au décret du 22 décembre 2004.

Au sein des dix listes nationales que la Commission européenne a successivement, entre 1998 et 2014, jugé compatibles avec la réglementation européenne, la liste française est une des deux plus longues. Certains ont pu voir un lien entre cette longueur et la faiblesse coercitive du décret de 2004 évoquée plus haut. Quoi qu'il en soit, la Commission a, pour approuver la liste française, fait valoir la même grille d'analyse que pour les autres listes européennes. Elle a considéré que chacun des événements de la liste remplissait au moins deux des critères qu'elle considère comme des indicateurs fiables de l'importance que des événements ont pour la société :

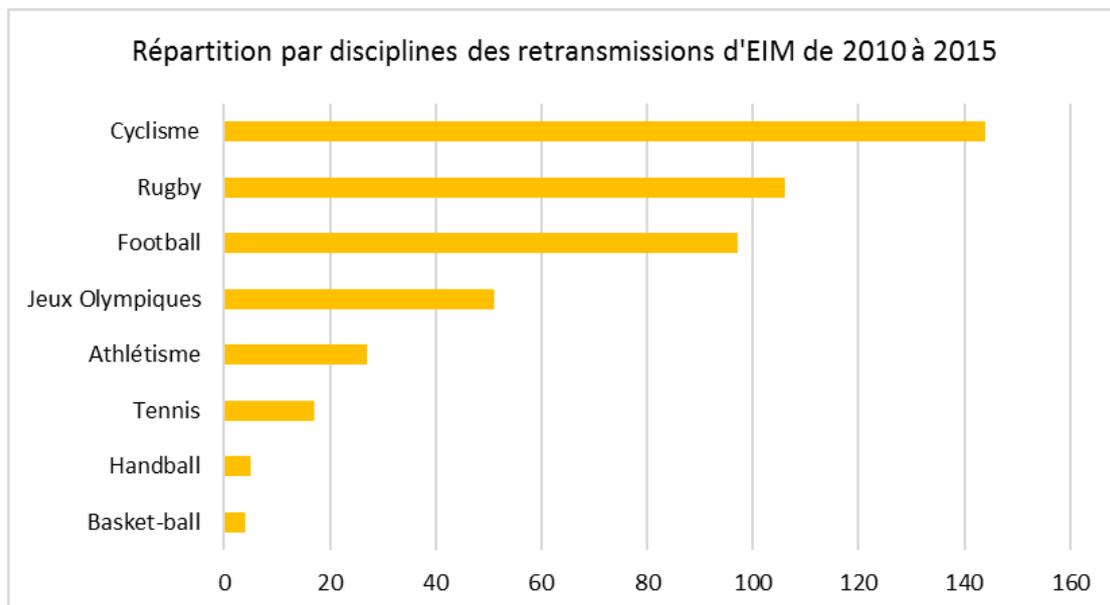
Événements d'importance majeure listés par le décret du 22 décembre 2004				
Discipline		Événement	Genre	Critères
Multisports	1	Jeux olympiques d'été	Mixte	
	2	Jeux olympiques d'hiver	Mixte	
Football	3	Matches de l'équipe de France	Masculin	Tous matchs
	4	Coupe du monde de football	Masculin	Match d'ouverture
				Demi-finales
				Finale
	5	Championnat d'Europe de football	Masculin	Demi-finales
				Finale
	6	Ligue Europa	Masculin	Finale à laquelle participe un club français
7	Ligue des champions	Masculin	Finale	
8	Coupe de France de football	Masculin	Finale	
Rugby	9	Tournoi des six nations	Masculin	Tous matchs
	10	Coupe du monde de rugby	Masculin	Demi-finales
				Finale
	11	Championnat de France de rugby	Masculin	Finale
12	Coupe d'Europe de rugby	Masculin	Finale à laquelle participe un club français	
Tennis	13	Tournoi de tennis de Roland Garros	M/ F	Finales des simples Het F
	14	Coupe Davis	Masculin	Demi-finale à laquelle participe l'équipe de France
				Finale à laquelle participe l'équipe de France
15	Fed Cup	Féminin	Demi-finale à laquelle participe l'équipe de France	
			Finale à laquelle participe l'équipe de France	
Formule 1	16	Grand Prix de France de Formule 1 (en désuétude)	Unisex	
Cyclisme	17	Tour de France	Masculin	
	18	Paris-Roubaix	Masculin	
Basket-ball	19	Championnat d'Europe de basket-ball masculin	Masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	20	Championnat d'Europe de basket-ball féminin	Féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	21	Championnat du monde de basket-ball masculin	Masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	22	Championnat du monde de basket-ball féminin	Féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
Handball	23	Championnat d'Europe de handball masculin	Masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	24	Championnat d'Europe de handball féminin	Féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	25	Championnat du monde de handball masculin	Masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
	26	Championnat du monde de handball féminin	Féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France
Athlétisme	27	Championnat du monde d'athlétisme	Mixte	

- ils trouvent un écho particulier dans l'État membre concerné et n'ont pas simplement de l'importance pour ceux qui suivent habituellement le sport ou l'activité en question,

- ils ont une importance culturelle spécifique, globalement reconnue par la population de l'État membre concerné, et constituent notamment un catalyseur de son identité culturelle,
- l'équipe nationale participe à l'événement en question dans le cadre d'une compétition ou d'un tournoi d'importance internationale,
- l'événement a toujours été retransmis sur des chaînes de télévision gratuites et attiré de nombreux téléspectateurs.

La définition large des EIM adoptée par la France a évidemment des conséquences sur le nombre de retransmissions télévisées. **Si l'on prend la période 2010-2015, par exemple, pas moins de 247 événements sportifs répondent aux critères d'événement d'importance majeure** au sens du décret de 2004 (cf. tableau page suivante). En termes de retransmission, en comptabilisant au même titre qu'un match de football ou de rugby chacune des couvertures quotidiennes du Tour de France, du championnat du monde d'athlétisme, de Roland-Garros ou des JO, **il y a eu 451 retransmissions d'EIM sur les chaînes généralistes en clair sur cette période 2010-2015**, ce qui représente à peu près 75 retransmissions chaque année, soit 1,4 en moyenne par semaine.

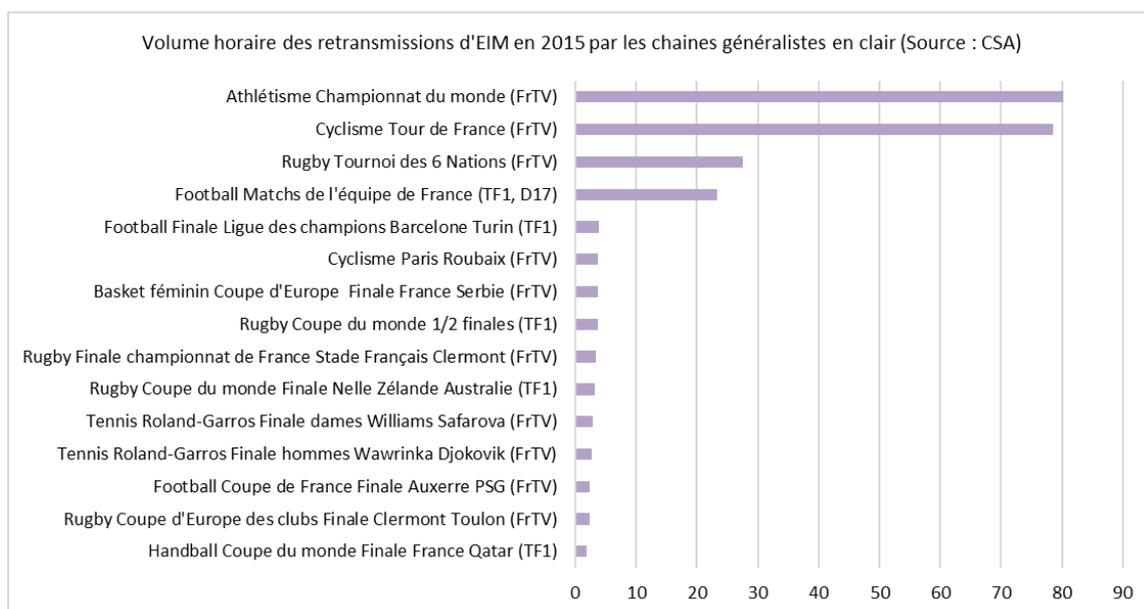
De par les choix mêmes qui ont présidé à la liste du décret de 2004, ces 451 retransmissions sont très inégalement réparties selon les disciplines sportives. Elles sont dominées par le cyclisme (couverture intégrale du Tour de France), le rugby (couverture intégrale du Tournoi des Six nations), le football (couverture intégrale des matchs de l'équipe de France) puis, dans une moindre mesure, par les Jeux olympiques (3 sur la période), les championnats du monde d'athlétisme (3 sur la période) et le tennis (Roland-Garros).



Événements répondant aux critères d'EIM entre 2010 et 2015				
Année	Événement	Critère EIM	Nombre	
2010	Championnat de France de rugby	Finale	1	
	Championnat d'Europe de handball	Finale	1	
	Coupe Davis	Demi-finale	1	
	Coupe de France de football	Finale	1	
	Coupe d'Europe des clubs de rugby	Finale équipes françaises	1	
	Coupe du monde de football	Demi-finale	2	
		Finale	1	
		Matches Equipe de France	3	
	JO d'hiver		1	
	Ligue des champions	Finale	1	
	Match amical de football	Match Equipe de France	4	
	Match de qualification de football	Match Equipe de France	4	
	Paris-Roubaix		1	
	Tour de France		1	
	Tournoi de Roland-Garros	Finale	2	
	Tournoi des six nations	Tous matchs	15	
	2011	Championnat de France de rugby	Finale	1
		Championnat d'Europe féminin de basket-ball	Finale	1
Championnat du monde d'athlétisme			1	
Championnat du monde de handball		Finale	2	
Coupe Davis		Demi-finale	1	
Coupe de France de football		Finale	1	
Coupe du monde de rugby		Demi-finale	2	
		Finale	1	
Ligue des champions		Finale	1	
Match amical de football		Match Equipe de France	7	
Match de qualification de football		Match Equipe de France	6	
Paris-Roubaix			1	
Tour de France			1	
Tournoi de Roland-Garros		Finale	2	
Tournoi des six nations		Tous matchs	15	
2012		Championnat de France de rugby	Finale	1
		Coupe de France de football	Finale	1
		Euro de football	Demi-finale	2
	Finale		1	
	Match Equipe de France		4	
	JO d'été		1	
	Ligue des champions	Finale	1	
	Match amical de football	Match Equipe de France	7	
	Match de qualification de football	Match Equipe de France	3	
	Paris-Roubaix		1	
	Tour de France		1	
	Tournoi de Roland-Garros	Finale	2	
	Tournoi des six nations	Tous matchs	15	
	2013	Championnat de France de rugby	Finale	1
		Championnat d'Europe féminin de basket-ball	Finale	1
		Championnat du monde d'athlétisme		1
		Championnat du monde féminin de basket-ball	Finale	1
		Coupe de France de football	Finale	1
Coupe d'Europe des clubs de rugby		Finale équipes françaises	1	
Ligue des champions		Finale	1	
Match amical de football		Match Equipe de France	6	
Match de qualification de football		Match Equipe de France	7	
Paris-Roubaix			1	
Tour de France			1	
Tournoi de Roland-Garros		Finale	2	
Tournoi des six nations		Tous matchs	15	
2014		Championnat de France de rugby	Finale	1
		Championnat d'Europe de handball	Finale	1
		Coupe Davis	Demi-finale	1
		Coupe de France de football	Finale	1
		Coupe d'Europe des clubs de rugby	Finale équipes françaises	1
	Coupe du monde de football	Demi-finale	2	
		Finale	1	
		Matches Equipe de France	5	
	JO d'hiver		1	
	Ligue des champions	Finale	1	
	Match amical de football	Match Equipe de France	10	
	Paris-Roubaix		1	
	Tour de France		1	
	Tournoi de Roland-Garros	Finale	2	
	Tournoi des six nations	Tous matchs	15	
	2015	Championnat de France de rugby	Finale	1
		Championnat d'Europe féminin de basket-ball	Finale	1
		Championnat du monde d'athlétisme		1
Championnat du monde de handball		Finale	1	
Coupe de France de football		Finale	1	
Coupe d'Europe des clubs de rugby		Finale équipes françaises	1	
Coupe du monde de rugby		Demi-finale	2	
		Finale	1	
Ligue des champions		Finale	1	
Match amical de football		Match Equipe de France	10	
Paris-Roubaix			1	
Tour de France			1	
Tournoi de Roland-Garros		Finale	2	
Tournoi des six nations		Tous matchs	15	
			247	

Le partage entre disciplines est encore plus contrasté si l'on considère le volume horaire des retransmissions des EIM sur les chaînes généralistes en clair. Par exemple sur 2015 la couverture horaire des EIM a été ultra-dominée par les championnats du monde d'athlétisme et le Tour de France, suivis des Six nations et les matchs de l'équipe de France de football.¹⁸,

Le diagramme suivant montre également que, du fait des choix qui ont présidé à la liste de 2004 et des positionnements respectifs entre chaînes qui ont prévalu depuis, notamment concernant les événements s'étalant sur plusieurs jours, **c'est de loin le groupe France Télévisions qui, au sein des chaînes en clair, a assuré en 2015 la plus grande part de la couverture horaire des événements d'importance majeure.**



Le constat, si l'on fait le bilan des quelques centaines d'événements labellisés EIM depuis la publication du décret de 2004, est qu'un seul d'entre eux n'a pas fait l'objet d'une diffusion sur une chaîne en clair. Il s'agit de la finale du championnat d'Europe de handball masculin en Suisse en février 2006, qui a vu la France battre l'Espagne sur le score de 31 à 23. Faute d'avoir pu trouver un prix d'entente avec une chaîne en clair, et notamment avec France Télévisions avec qui les négociations ont été poussées, Canal+ a été le seul diffuseur de cet événement, privant l'immense majorité des Français d'un des fleurons de la saga des "Costauds" ce qui, à l'époque, a fait quelque bruit.

Sorti de cet incident de rodage, et Indépendamment de la question de la captation globale des images sportives par les chaînes payantes qui reste une réalité, on constate bien que, s'agissant des 27 événements d'importance majeure, **l'application de la loi de 1986 modifiée**

¹⁸ A ces chiffres, il faut ajouter les retransmissions en clair sur l'Equipe 21, ainsi que les chaînes payantes.

et du décret de 2004 s'est donc faite quasiment sans accroc par le jeu de l'offre et de la demande.

Plusieurs facteurs l'expliquent :

- le positionnement de chaînes en clair sur une bonne part de ces EIM dont elles détiennent déjà ou ont détenu les droits sur la période ;
- le souci de ces mêmes chaînes en clair de "tenir leur rang" en rachetant ponctuellement les droits d'événements sportifs majeurs ;
- le souci des chaînes payantes détentrices de droits, après l'alerte de 2006, de ne pas braver, par une attitude trop captatrice, une impopularité préjudiciable tant auprès du public que des décideurs politiques ;
- sans doute, enfin, le souci des unes et des autres de se réguler entre elles sans trop fournir au CSA une justification à intervenir...

4.2- Le second marché des droits de retransmission fonctionne pour l'instant relativement bien

Le jeu de l'offre et de la demande qui a permis notamment de répondre quasi intégralement aux contraintes de la réglementation des EIM, fonctionne plus largement que dans ce simple cadre. Les droits de nombreux événements sportifs d'importance, au-delà de la liste des EIM, se trouvent effectivement rachetés par des chaînes de grande diffusion, sur un second marché actif.

Le fait de perdre l'exclusivité d'un événement en en revendant les droits à une chaîne en clair, avec au demeurant la certitude de lui donner une audience sans commune mesure avec ce qu'il peut espérer réaliser en payant, **peut ne pas être une mauvaise affaire pour une chaîne payante détentrice de droits**, et ceci pour trois raisons :

- les scores d'audience en clair pour quelques phases clés ou terminales d'une manifestation sportive récurrente peuvent constituer une locomotive en même temps qu'un facteur d'attractivité pour la chaîne payante qui détient les autres chapitres de l'histoire qui se raconte ;
- un retour d'investissement sur des achats de droits parfois lourds peut être le bienvenu pour une chaîne payante, d'autant que son modèle économique d'abonnement est moins directement tributaire des parts d'audience que ne l'est celui des chaînes en clair, notamment privées ;
- de plus en plus de droits sont captés par des entreprises mondialisées dans une logique au moins autant de revente aux diffuseurs des marchés locaux que de diffusion propre.

On peut prendre comme exemple, parmi d'innombrables autres, les droits mondiaux de diffusion des Championnats du monde de handball masculin et féminin pour les deux éditions 2015 (organisée par le Qatar) et 2017 (par la France) qui ont été acquis en 2014 auprès de l'International Handball Federation par beIN Sports. Les négociations de rachat des droits de diffusion pour la France de la finale, qui risquait fort d'acquiescer le statut d'EIM au vu du parcours attendu de l'équipe de France et pour laquelle le groupe TF1 avait surenchéri victorieusement sur le groupe France Télévision, ont été étendues assez naturellement à la

demi-finale en cas de présence de la France. On a vu plus haut que cette demi-finale qui a mis aux prises la France et l'Espagne et que le groupe TF1 a choisi, pour des motifs d'encombrement de la chaîne-amirale, de diffuser sur TMC, a réalisé un score exceptionnel pour une "petite" chaîne de la TNT, avec 3.3 millions de téléspectateurs et 15% de part d'audience. On rappelle que la finale France-Qatar fera un peu plus de 9 millions de téléspectateurs sur TF1 quelques jours plus tard¹⁹.

La vraie question est donc peut-être moins celle d'un accaparement des images que celle du positionnement éditorial respectif des chaînes publiques / privées en clair / payantes.

5- Des mutations nouvelles, lourdes de conséquences potentielles, sont d'ores et déjà à l'œuvre et peuvent modifier en profondeur le paysage de l'offre d'images sportives

La première partie du présent rapport s'est attachée à montrer que, sans être inexistante, l'offre de sport en clair reste relativement limitée et insuffisamment diversifiée, avec le risque de voir s'installer un partage par lequel les droits sportifs des événements les plus prestigieux échapperaient progressivement aux diffuseurs historiques. Ce constat n'est pas contredit par le fait que les quelques dizaines d'événements annuels les plus importants restent pour l'instant, notamment mais pas seulement par les mécanismes d'achat ou de rachat des EIM, globalement accessibles sur les chaînes en clair.

Avant de proposer, dans la seconde partie de ce rapport, quelques pistes de propositions allant dans le sens d'une consolidation du sport en clair, il importe de rappeler les principales mutations d'ores et déjà entamées qui font que, au-delà des équilibres précaires actuels, le paysage tant sportif qu'audiovisuel risque, en tout état de cause, d'être radicalement différent de celui d'aujourd'hui dans un avenir plus ou moins proche.

5.1- Dans les modes d'accès à la télévision : le passage potentiel du modèle gratuit ou quasi-gratuit à des modèles différenciés d'abonnement

Dans l'équation telle qu'elle est posée aujourd'hui, les notions de "plus grand nombre" et de "gratuité" sont globalement considérées comme équivalentes. Par exemple, le décret du 22 décembre 2004 sur les EIM définit comme "éditeur de services de télévision à accès libre" tout éditeur dont le financement "ne fait pas appel à une rémunération de la part des usagers" et dont les émissions peuvent être effectivement reçues par au moins 85 % des foyers de France métropolitaine.

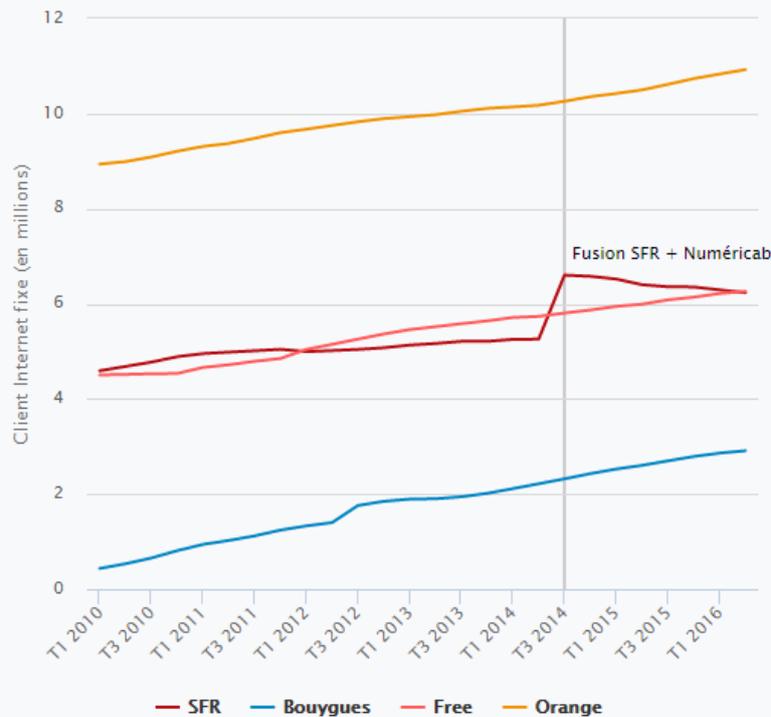
En réalité, le pur modèle de gratuité, c'est-à-dire la réception par voie hertzienne, est aujourd'hui en recul, du fait même que les Français ont plébiscité les offres associant télévision, téléphone, Internet via les box des quelques principaux opérateurs (ce qui d'ailleurs

¹⁹ A noter que France Télévisions a immédiatement repris la main auprès de beIN SPORTS en lui achetant les droits des éventuelles demi-finale et finale de l'équipe de France à l'Euro 2016 de handball masculin en Pologne, mais l'équipe de France n'a pas réussi à atteindre la phase finale.

constitue une spécificité française). Autrement dit, pour les 2/3 de Français, qui en sont aujourd'hui les abonnés, les offres "de base" ne sont pas gratuites mais coûtent une partie d'abonnements multiplay proposés à 30 ou 40 euros par mois.

Le journal Le Monde a publié dans son édition du 7 septembre 2016 un tableau qui rappelle la progression continue des abonnements haut-débit des quatre principaux opérateurs. Au vu de ces courbes, on peut augurer que, dans un délai de quelques années, 80 ou 90 % des foyers seront concernés.

Nombre d'abonnés fixe haut débit des quatre principaux opérateurs (Orange, SFR, Bouygues et Free) depuis 2010. Ces chiffres, issus des résultats trimestriels de chaque groupe, intègrent Numéricable depuis le rachat de SFR en 2014.



SOURCE : DONNÉES OPÉRATEURS (ORANGE, BOUYGUES, ILIAD, VIVENDI ET SFR)

Cette nuance quant à la notion même de "gratuit" n'a pas d'impact immédiat en termes de contenu sportif, dans la mesure où les chaînes de la TNT se trouvent être le socle essentiel de ce que proposent ces abonnements de base, auxquels les centaines de chaînes offertes en complément n'apportent qu'une valeur ajoutée limitée. Dans le domaine du sport, on a vu que cette offre de complément s'incarne principalement dans les deux chaînes Equidia Live et Life, ce qui n'est pas négligeable en soi, mais renvoie en tout état de cause à des parts d'audience qui ne dépassent pas 0,1 %.

En revanche, cette évolution des pratiques a un triple impact potentiel :

- dès lors qu'une offre de base sollicite déjà quelques dizaines d'euros par mois, un complément "premium" consistant proposé à 10 ou 20 euros ne se heurte pas au même effet de seuil ;

- rien n'indique que la relative pauvreté de l'offre sportive complémentaire dans les abonnements de base perdurera : d'autres modèles économiques, alternatifs au "tout ou rien" actuel en premium, sont parfaitement envisageables, intégrant à différents degrés des offres complémentaires de qualité, à des tarifs échelonnés sur la base de négociations modulées avec les porteurs de droits ;
- le fait que des distributeurs d'abonnements soient également des porteurs de droits, comme ce fut le cas d'Orange par le passé et comme c'est aujourd'hui le cas de SFR, brouille la donne, en faisant potentiellement d'une offre sportive de type "premium" le produit d'appel d'un abonnement dit "de base".

5.2- Dans le modèle économique des offres payantes "premium" : des déficits assumés difficilement tenables à terme

Comme on l'a vu, l'offre de contenus sportifs premium fait l'objet d'une concurrence acharnée sur les tarifs.

Il est trop tôt pour savoir dans quelle mesure et à quel prix le bouquet de chaînes SFR Sports sera accessible dans les offres des opérateurs concurrents. Pour l'instant, les chaînes SFR 1, 2, 3 et 5 sont incluses dans l'offre de base de la box SFR elle-même de façon progressive, au fur et à mesure que l'on monte dans le prix d'abonnement.

Canal + a revu à l'automne 2016 ses offres commerciales en découplant son offre sportive de l'abonnement de base, dans l'objectif de mieux cerner ses différents publics et de juguler ses récentes pertes d'abonnés.

Les chaînes Eurosport 1 et 2, qui sont distribuées en exclusivité sur CanalSat depuis août 2015, y sont accessibles à partir de 24,90 euros par mois.

Quant à l'offre de beIN, l'accès à l'ensemble des chaînes beIN Sports 1/2/3/Max coûte aujourd'hui 13 ou 14 euros par mois. Il est difficile d'imaginer que ces tarifs, grâce auxquels la chaîne qatarie s'est taillé rapidement une part importante de marché en les couplant avec une politique d'achats de droits particulièrement agressive, puissent être soutenables à terme. Soit ils augmenteront inéluctablement à terme lorsque le paysage se sera stabilisé, ce qui est loin d'être encore le cas du fait de l'arrivée de SFR ; soit ils doivent s'analyser comme un produit d'appel d'une offensive audiovisuelle plus large du groupe intégrant le divertissement et l'information ; soit encore ils constituent un élément d'une stratégie de type 360° dans le domaine du sport intégrant les investissements dans différentes équipes et enceintes sportives et les produits dérivés qui vont de pair ;.

5.3- Dans les modes de diffusion : le passage de la télévision linéaire classique à un offre "over-the-top" complémentaire et potentiellement, à terme, dominante

Par l'expression "over the top", on désigne communément le fait pour des services audiovisuels d'utiliser Internet, des applications pour tablettes ou smartphones ou encore les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) pour distribuer des contenus en complément de leur offre classique via les fournisseurs d'accès à internet, le câble ou les réseaux hertziens.

La diffusion en différé a été historiquement le premier domaine de développement de l'OTT, en permettant aux amateurs de compenser la diffusion d'épreuves retransmises à des heures difficilement accessibles du fait notamment de décalages horaires. Puis l'OTT a permis de consulter des extraits et des résumés, avant de s'ouvrir progressivement à des compléments de reportages et d'interview, des statistiques, des classements et autres données factuelles, etc...

Dans le paysage français, France Télévisions est probablement, avec francetvsport, le groupe qui a poussé le plus loin les possibilités offertes en OTT. En complément aux grandes retransmissions historiques dont la chaîne possède les droits (Roland-Garros, Tour de France, Jeux Olympiques), francetvsport fournit la possibilité notamment d'un accès "multi-sites" (qui, par exemple pour Roland-Garros, permet à l'internaute de regarder simultanément et en direct l'ensemble des matchs joués sur les 16 courts principaux) ou encore des fonctions "multi-vues" et "multicam" (qui multiplient les regards caméra sur les actions).

On peut citer aussi, en modèle payant, le bouquet "Multisports" de Canal+ qui, pour 10 euros par mois, donne accès aux chaînes Foot+, Rugby+ et Golf+ en même temps qu'à l'ensemble du portail en ligne MyCANAL.

On peut signaler aussi l'offre OTT "Eurosport Player" d'Eurosport lancée en 2008 et disponible dans 52 pays et qui permet, moyennant en France un abonnement de 5,99 euros par mois d'avoir accès aux chaînes Eurosport 1 et Eurosport ainsi qu'à la chaîne Eurosport News et aux chaînes événementielles et multi-caméras.

En mai 2014, BeIN Sports a lui aussi lancé en France son offre de plateforme OTT "beIN Sports Connect" qui permet, moyennant un abonnement mensuel équivalent à l'offre linéaire (13 ou 14 euros par mois), d'accéder au flux linéaire de beIN Sports 1, beIN Sports 2, beIN Sports 3 et aux sept canaux de beIN Sports Max, sur mobile, tablette, ordinateur et console, avec quelques fonctionnalités comme le choix de la caméra parmi plusieurs angles, ou le visionnage en différé.

Au total, l'offre en OTT propose des fonctionnalités que l'on retrouve peu ou prou d'une offre à l'autre :

- vision en différé des matchs que l'on n'a pas pu suivre,
- suivi de plusieurs matchs simultanément,
- dispositif multi-vues sur une action,
- statistiques et information factuelles instantanées,
- voire possibilité de choisir son commentateur, etc.
- le tout sans interruptions publicitaires, etc.

Il demeure, quelle que soit l'offre OTT, que la télévision classique reste le mode de diffusion privilégié pour les amateurs de compétitions sportives : la dimension événementielle des rencontres sportives qui s'accommode bien de larges écrans, et l'importance de connaître le score final avant qu'il ne soit diffusé viralemment par les réseaux sociaux, ont limité jusqu'à présent l'ampleur de ces diffusions parallèles de contenu.

Dans sa publication d'avril 2016 *L'offre en ligne "over-the-top" de contenus sportifs en France*, le CSA souligne que *"du point de vue des consommateurs, le sport se regarde en direct et de manière collective : on se rassemble devant la télévision pour regarder un évènement sportif"* et reprend un exemple récent cité par Satellifax du 9 février 2016 : le match de Ligue 1 opposant l'Olympique de Marseille au Paris Saint-Germain diffusé sur Canal+ le dimanche 7 février 2016 a fédéré jusqu'à 2,4 millions d'abonnés devant leur télévision alors qu'avec 325 500 abonnés, la consommation OTT via le site MyCanal a battu un record.

La question se pose également de la qualité technique des retransmissions sportives, en termes de haute définition et de risque d'interruption en direct pour des raisons de débit et d'affluence,

Pour toutes ces raisons, l'OTT peut apparaître encore aujourd'hui comme une offre de complément des offres sportives en linéaire, et aussi comme le moyen de diffuser des sports qui ne trouvent pas actuellement leur place dans la programmation des chaînes : on peut citer la Fédération française de tennis de table qui diffuse l'ensemble des matchs de première division et de l'équipe de France en direct sur Dailymotion, ou le surf, peu visible en télévision mais très présent sur les réseaux sociaux, ou encore Squash TV, qu'Eurosport a intégré directement dans son environnement "player".

Mais la situation peut largement changer dans les temps qui viennent.

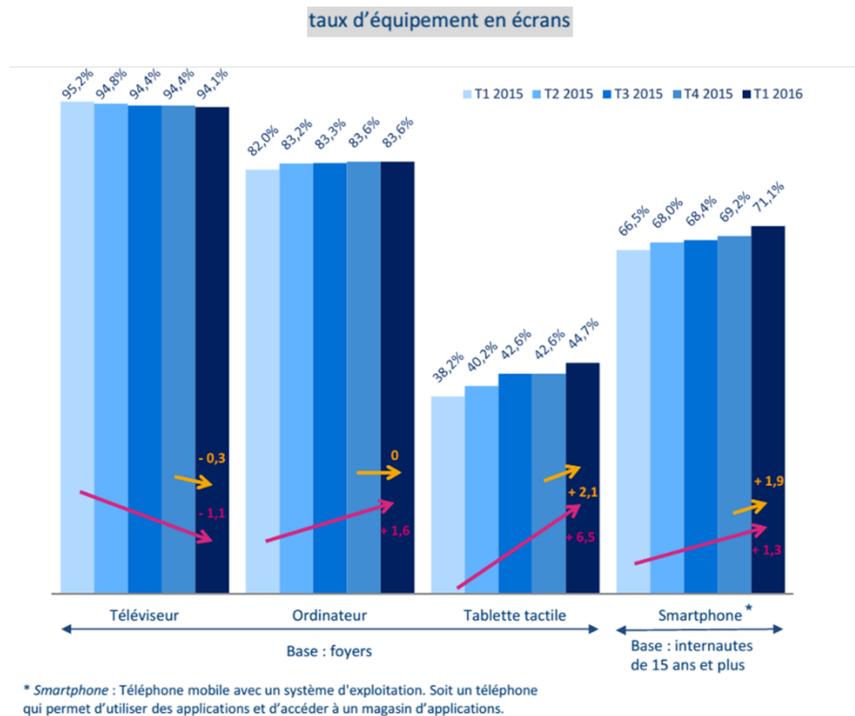
Comme le souligne le CSA dans la publication précitée, *"en France, la généralisation de la fibre et du très haut débit devrait, dans les prochaines années, conduire à une évolution de cette situation et la segmentation entre réseaux gérés et internet tendre à disparaître.(...) La consommation de retransmissions sportives sur internet a fortement progressé ces dernières années : en 2014 aux Etats-Unis, 38 % des consommateurs de sport connectés regardaient des retransmissions en direct en ligne, contre 33 % en 2013"* (Source : étude "Know the fan, The global sports media consumption report 2014" publiée par Perform Group, Kantar Media et Sport business en mai 2014).

Cette évolution devrait être servie par l'essor de la télévision connectée par laquelle les acteurs internet pourront définitivement investir le poste de télévision, support qui demeure privilégié en matière de retransmissions : même si, toutefois, le phénomène est spécifiquement ralenti en France, pays où le taux de pénétration des box est parmi les plus élevés au monde, et où, de ce fait, une bonne part des téléviseurs, pour connectables qu'ils soient, sont en réalité non connectés.

Ces considérations sont à situer dans un contexte plus large décrit par le baromètre trimestriel produit par le CSA concernant l'équipement des foyers français en écrans, lequel montre l'érosion lente mais continue du nombre de foyers équipés d'un écran de télévision, alors que l'équipement en ordinateurs et surtout en tablettes et smartphones continue de progresser. A ce phénomène s'ajoute une dérive constante des âges entre le public de la télévision, qui vieillit progressivement, et les jeunes, qui privilégient les autres écrans.

Tant par la réalité des pratiques d'écrans chez les jeunes que par une certaine tolérance qui est la leur en termes de taille et de qualité des images qu'ils consomment en flux continu, les territoires respectifs entre offre linéaire et OTT s'agissant de la télévision, tout comme la

balance entre écoute linéaire et navigation fractionnée s'agissant des modes de pratique, risquent d'imposer une redéfinition radicale de que l'on définit comme mode accès "du plus grand nombre" aux images sportives et de bouleverser à moyen voire à court terme la donne en termes de circulation et de négociation des droits entre opérateurs du marché.



5.4- Dans le paysage des acheteurs de droits : l'irruption des géants du Web

Les pure players d'Internet que sont Google-YouTube, Amazon, Facebook, et autres Twitter, sont aujourd'hui lancés dans des stratégies de conquête des marchés sportifs, avec des moyens, notamment financiers, potentiellement sans commune mesure avec ceux des acteurs classiques. Ils le font sur les mêmes considérations qui ont amené la concurrence télévisuelle acharnée qui s'est développée ces dernières années : la perspective d'audiences record, mais aussi des contenus fédérateurs et extrêmement porteurs en termes d'image, qui justifient d'accepter une quasi-absence de rentabilité à court terme. Le sport, vecteur sans équivalent pour rassembler en direct et générer de la publicité, est aujourd'hui pour les géants du Net un relais de développement auquel ils sont particulièrement attentifs.

Les initiatives se succèdent. Google a signé un accord avec la ligue canadienne de football américain (CFL) pour diffuser gratuitement sur YouTube en direct dans 150 pays la "Coupe Grey" (le championnat de la ligue), comme il a acheté les droits de diffusion de la Coupe

d'Espagne de football. En France, Google a conclu dès 2012 un accord historique avec la Ligue de football professionnel pour la diffusion des résumés des matchs de Ligue.

Après avoir acquis les droits web et mobile de la Bundesliga, Amazon s'apprêterait à faire l'acquisition des droits de diffusion de plusieurs compétitions de prestige, dans le tennis (y compris Roland Garros ?), le rugby, le golf ou la course automobile, pour une diffusion en exclusivité sur sa plateforme Amazon Prime Video. On peut penser que cette concurrence directe aiguillonnera rapidement Netflix qui a toujours jusqu'à présent refusé de diffuser de contenus sportifs sur son offre de VàDA, mais qui, semble-t-il, pourrait revenir sur cette position.

Côté réseaux sociaux, les événements sportifs constituent un vecteur unique de partage en direct de contenus, de statistiques, de commentaires. Facebook s'est lancé dans le sport en direct, via son application Sports Stadium Facebook, et Twitter a marqué les esprits en annonçant un accord avec la NFL (ligue de football américain) pour la diffusion en direct de 10 des 16 rencontres du fameux Thursday Night Football.

Pour le grand public, largement désormais rivé au Net, le premier avantage de cette émergence des players est la possibilité d'une complémentarité avec l'offre télévisuelle. Par exemple, le Comité International Olympique a signé la diffusion sur Youtube des Jeux Olympiques pour les pays où les droits n'ont pas été attribués. De même, les acteurs du Web offrent une visibilité à des disciplines assez peu visibles à l'écran, mais très appréciées sur les réseaux sociaux, comme le ski ou le surf. L'autre avantage est celui de l'universalité du suivi. Quiconque souhaite aujourd'hui en France suivre à la télé à la fois les championnats français, anglais et espagnol de football est obligé de s'abonner à 3 bouquets différents. Le Net offre une vision potentiellement panoptique.

Mais l'avantage du Net va sans doute bien au-delà. Ce qui se dessine, c'est une nouvelle convivialité autour du sport, qui vient s'ajouter aux deux formes classiques que sont la communion dans le stade et la réunion autour d'un poste de télévision. Pour les réseaux sociaux, qui sont des espaces d'instantanéité singulièrement en phase avec la temporalité du sport, c'est un extraordinaire vecteur de partage d'émotions collectives, de commentaires, de "like".

Le développement de ces nouveaux modes d'accès aux images de sport se heurte encore à certaines limites, qui expliquent une forme d'incertitude voire d'attentisme chez les acteurs classiques des médias quant aux stratégies à adopter. Comme pour les médias classiques, la diffusion de retransmissions sportives semble difficile à rentabiliser pour les players du Net compte tenu des prix d'acquisition des droits et des coûts de production. Par ailleurs, la qualité du service et des images proposés reste une question. Enfin, le sport conserve une logique nationale forte, qui se heurte aux stratégies par essence globales et planétaires des GAFAs.

Mais ces freins risquent fort d'être levés au fur et à mesure du glissement des générations, et l'on pourrait assister à moyen terme, pour les grands amateurs de sport, à un glissement historique d'un modèle centré sur une offre qualitative payante financée par les abonnements, vers le modèle par essence décentré d'une offre quantitative d'images gratuites, foisonnantes, abondamment commentées par les communautés d'internautes.

La suite de l'histoire est peut-être dessinée par l'application Periscope, rachetée par Twitter en janvier 2015, et qui est censée inciter chacun à diffuser en ligne et en direct ce qu'il est en train de filmer : annonce d'une possible atomisation de la production même des images de sport.

Notons enfin, en conclusion de ce chapitre sur les mutations du paysage des images sportives, que le e-sport (sport électronique), dont le développement des pratiquants, des grandes manifestations et des enjeux financiers est exponentiel depuis le début des années 2000, et dont les chaînes de télévision commencent à s'emparer, efface toute frontière entre l'accomplissement du geste sportif, la production des images qui le relatent, et le suivi instantané par une communauté de passionnés à travers la planète...

2^{ème} partie

Préconisations pour un renforcement de l'exposition et de la diversité des disciplines et des pratiques sur les chaînes en clair

Plusieurs des préconisations qui suivent pourraient nécessiter une intervention législative. Ce pourrait être notamment le cas s'il est envisagé de :

- conforter le rôle de régulation du CSA en cas de conflit dans les négociations de rétrocession,
- utiliser la possibilité d'une liste complémentaire d'EIM à impact national,
- desserrer de façon ciblée l'interdiction de la publicité sur France Télévisions en prime time,
- créer une instance permanente de concertation sport / audiovisuel...

1- Renforcer la cohérence de la réglementation concernant les événements d'intérêt majeur (EIM)

1.1- Instaurer une liste européenne d'événements majeurs dans le cadre de la révision en cours de la directive européenne Services de médias audiovisuels (SMA).

Le sport est largement aujourd'hui une réalité européenne. L'économie du sport, le feuilleton des grandes compétitions qui fidélisent le public, les instances décisionnaires et notamment celles qui vendent et achètent des droits TV, s'appréhendent de plus en plus à un niveau européen ou mondial. La France a toujours été attentive à cette composante européenne de la culture collective du sport. A cet égard, il y a un paradoxe à ce qu'il n'y ait pas une volonté commune de préserver sur l'ensemble du territoire européen, les événements internationaux majeurs dans leur capacité à toucher le plus grand nombre de citoyens européens par une diffusion télévisuelle à large audience.

On a déjà évoqué le double phénomène croissant de centralisation des ventes de droits entre les mains d'instances sportives internationales (par exemple la commercialisation des matchs de l'équipe de France de football menée depuis 2014 par l'UEFA, au même titre que pour ceux des autres équipes nationales en Europe) d'une part, et d'achat de droits pour l'ensemble de l'Europe ou du monde par des diffuseurs/ investisseurs/revendeurs, comme c'est le cas des droits de la Coupe Davis et de la Fed Cup de tennis par beIN Media Group ou des droits Europe des JO d'été et d'hiver par Discovery.

L'instauration au niveau européen d'une liste de base commune d'événements d'importance majeure permettrait de rééquilibrer le rapport de force au profit des diffuseurs, notamment publics, qui sont aujourd'hui les victimes de ce double phénomène. Elle constituerait un signal fort de la volonté européenne de ménager un marché spécifique d'événements suffisamment importants pour qu'ils justifient une mise

ou une remise sur le marché des chaînes en clair, ou l'instauration de lots séparés échappant à la pure logique spéculative.

Cette liste comporterait *a minima* les quatre événements que l'on retrouve dans la quasi-totalité des listes nationales existantes (JO d'été et d'hiver, championnats du monde et Euro de football) et potentiellement, après les concertations nécessaires, quelques-uns de ceux qui figurent dans une majorité de ces listes (Ligue des champions et Ligue Europa de football, championnat du monde d'athlétisme...).

L'instauration d'une telle liste suppose une modification de l'article 14 de la Directive européenne SMA, laquelle est précisément en procédure de révision.

Le contexte et le calendrier de la révision en cours n'est sans doute pas idéal pour une prise en considération à ce stade d'une modification de l'article 14 : à l'issue de la consultation européenne seuls 10 Etats membres se sont prononcés sur les EIM (à savoir 8, dont la France, en faveur du statu quo et 2 en faveur d'autres options), et la Commission européenne a donc saisi le Conseil d'un texte de travail sans aucune modification quant aux dispositions relatives aux EIM.

La piste d'une modification de l'article 14 n'est pas close pour autant. Elle suppose que le Gouvernement français mène un travail de sensibilisation auprès de ses partenaires européens, afin d'obtenir en conseil européen une décision spécifique de révision de la directive en ce sens.

1.2- Mettre le décret du 22 décembre 2004 en meilleure conformité avec l'esprit de la loi et avec la directive européenne, en corrigeant son caractère peu contraignant en termes d'obligation de résultat

On a vu que, par rapport à l'objectif de la directive européenne et de la loi de 1986 qui est bien "d'assurer" la retransmission pour le plus grand nombre de ces événements particuliers, le décret de 2004 institue une obligation de moyens voire une simple obligation de procédure en termes de revente, rien n'obligeant au final une chaîne en clair à se porter candidate à l'achat des droits.

Cette faiblesse coercitive, qui a sans doute un lien avec la taille conséquente de la liste française, n'a pas empêché les centaines d'EIM qui se sont déroulés depuis 2004 d'être tous retransmis en clair, à une exception près.

Pour autant, dans le contexte de mondialisation et de durcissement concurrentiel du marché des droits, on peut craindre que nombre d'événements sportifs majeurs, en l'absence d'aiguillon réglementaire coercitif, n'échappent à l'avenir au dispositif faute d'accord sur les conditions de revente des droits. **Dans ces conditions, une modification du décret de 2004 est souhaitable, venant rappeler, comme le fait la loi, que le résultat final recherché est bien la diffusion des événements sportifs concernés par une chaîne en clair et pas seulement l'ouverture de négociations en ce sens, et que le rôle du CSA devra être de s'assurer de la réalité finale de cette diffusion en clair.**

1.3- Rééquilibrer les procédures nationales d'appels d'offres pour la vente de droits

Les conditions actuelles de déroulement des appels d'offres pour l'acquisition des droits télévisuels des grandes manifestations internationales, ne jouent pas nécessairement en faveur de la spécificité recherchée en faveur des télévisions en clair s'agissant des événements listés nationalement comme EIM. Il faut redire que l'existence d'une liste européenne serait un progrès considérable à cet égard.

Si l'on ne peut que constater le phénomène croissant de globalisation des lots d'une part, et d'émergence de groupes mondiaux d'investisseurs/revendeurs d'autre part, il est en revanche possible de fluidifier, s'agissant des EIM, les procédures d'appel d'offre domestiques ou de remise sur le marché en faisant évoluer la réglementation actuellement applicable à leur mode de commercialisation. Cette évolution réglementaire pourrait aller notamment dans trois directions qui devront être expertisées en lien avec l'Autorité de la concurrence :

- **ménager pour les EIM un droit d'accès prioritaire aux appels d'offres pour les télévisions en clair,**
- **imposer des lots séparés EIM / non EIM** (comme le fait par exemple la Ligue de rugby avec le Top 14 d'un côté et la finale du Top 14, qui est EIM, de l'autre)
- **imposer la remise sur le marché suffisamment en amont des droits des EIM par un primo-acheteur national.**

1.4- Conforter le rôle de régulation du CSA dans la négociation des rachats de droits

La loi du 30 septembre 1986 prévoit que le Conseil supérieur de l'audiovisuel "veille au respect" par les services de télévision des dispositions concernant les EIM, et le décret du 22 décembre 2004 indique de son côté que "saisi par un éditeur de services de télévision ou de sa propre initiative, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut rendre un avis sur les conditions d'application des dispositions du présent décret".

En réalité, le rôle du CSA n'est pas très précisément déterminé. Au-delà de sa capacité à rendre un avis, et compte tenu notamment des délais courts de négociation entre les éditeurs du payant et du gratuit, peut-il effectivement intervenir dans le jeu des acteurs, en tant que tiers de confiance, conciliateur, arbitre, voire de metteur en œuvre des négociations ? Face à cette incertitude, l'introduction dans la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public d'une disposition donnant au CSA un rôle assez poussé d'arbitrage, avait été envisagée avant d'être finalement abandonnée.

Compte tenu de la façon relativement peu conflictuelle avec laquelle la réglementation des EIM s'est appliquée jusqu'à présent en France, le CSA n'a pas eu à formaliser d'avis au titre du décret de 2004. Pour autant, il semble qu'il y ait eu au moins un exemple dans lequel on peut considérer que le CSA, en jouant un rôle non officiel de médiateur, a contribué à la fixation du prix d'une transaction particulièrement tendue.

Si les conditions de négociation des achats et des reventes de droits concernant les EIM venaient à se durcir dans les temps qui viennent, et si l'on assistait à une tension

concurrentielle sur le marché des droits, **il serait sans doute nécessaire de clarifier de façon formelle le rôle du CSA en cas de conflit dans des processus de rétrocession, en tant qu'instance de conciliation, d'arbitrage final en cas de nécessité et, plus globalement, de vérification de la réalité in fine de la retransmission en clair de l'intégralité des EIM.**

1.5- Réparer la lacune de l'absence d'extension réglementaire du dispositif à l'outre-mer

Le décret du 22 décembre 2004 ne s'applique pas à l'outremer, mais avait prévu dans son article 10 qu'un décret en Conseil d'Etat ultérieur devait fixer la liste des événements d'importance majeure et les conditions de leur retransmission télévisée pour les départements et autres collectivités d'outre-mer en prenant notamment en considération les spécificités de chacune de ces collectivités et les particularités techniques de la diffusion télévisée outre-mer.

Ce décret, même si on en mesure la complexité, devrait être mis en chantier.

2- Modifier la liste d'EIM du décret de 2004 dans le sens d'une plus grande cohérence et d'une plus grande diversité, dans la ligne des critères de la Commission européenne

La liste française, élaborée au début des années 2000, dans le contexte tant médiatique que sportif de l'époque, a quelque peu vieilli et, à ce titre, mérite une actualisation.

2.1- Assurer une meilleure visibilité du sport féminin

Si la liste française protège aujourd'hui l'accès en clair au handball et au basket-ball féminins, elle ne rend pas compte du développement spectaculaire du football et du rugby féminins qui atteignent communément des parts d'audience de 10 %, tout à fait impensables voici quelques années. On se souvient du choc qu'avaient été en 2011 les 17,4 % de part d'audience obtenus par D8 pour la demi-finale France-États-Unis du Mondial féminin.

Sur la base de ce constat, et suite à l'engagement pris lors du comité interministériel aux droits des femmes et à l'égalité entre les femmes et les hommes du 30 novembre 2012, le Gouvernement a pris l'initiative en 2013 d'un projet de modification du décret du 22 décembre 2004, qu'il a présenté pour avis aux services de la Commission européenne. Ceux-ci ont fait part de leur opposition en tirant argument du faible écho rencontré auprès du public français par les compétitions féminines qui, pour la plupart, ne dépassent pas les 5 % d'audience.

Il est indispensable de reprendre le processus de modification du décret de 2004 dans le sens d'une féminisation de la liste française des événements majeurs. La première raison est que le sport féminin, et notamment le football féminin, continue de connaître une évolution rapide à la hausse de ses chiffres d'audience. Le football féminin a trusté

pas moins de 3 des 7 meilleurs chiffres d'audience 2014-2015 de l'ensemble des chaînes non "historiques" de la TNT, dont le tout meilleur score avec le quart-de-finale France Allemagne de la Coupe du monde de football féminin en juin 2015 qui a drainé 4,1 millions de téléspectateurs sur W9.

Si le football et le rugby féminins restent encore l'apanage des "petites" chaînes en clair (W9, D17, France 4), il est clair que les chiffres d'audience obtenus vont inciter les chaînes "historiques" à retransmettre les grands rendez-vous, ce qui, par un effet mécanique, va faire atteindre à ces audiences des niveaux jamais atteints. Et il est tout aussi clair que, selon un processus habituel, les chaînes payantes se positionneront un jour ou l'autre sur ce marché dès qu'il aura suffisamment émergé.

Dans la définition d'une liste nationale d'événements majeurs dont la visibilité par le plus grand nombre est un enjeu public, **il est essentiel d'entrer dans une logique dynamique et de dépasser la simple photographie des audiences constatées dans le passé.** La France pourrait d'ailleurs, dans le cadre de la nouvelle directive SMA, œuvrer en lien avec ses partenaires en faveur d'une évolution des critères interprétatifs mis en avant par la Commission européenne en la matière.

La proposition de 2013 avait choisi de définir, événement par événement, ceux dont la protection devait s'étendre au féminin, ce qui donnait sans doute prise à des arguments et contre-arguments ponctuels. En réalité, le principe que devrait défendre la France pourrait être simple et, de ce fait, plus lisible et plus cohérent : toute l'évolution récente de l'intérêt des Français pour les sports féminins, notamment collectifs, qui constitue un vrai mouvement de fond, doit pousser à **ne plus chercher à faire un sort différent à une même compétition sportive selon qu'elle se décline au masculin ou au féminin.**

Tous les événements de la liste française d'EIM devraient ainsi s'entendre à l'avenir comme masculins ET féminins, dès lors, bien entendu, que l'équivalent féminin existe.

On peut noter que cette interprétation, qui conserve l'architecture d'ensemble de la liste de 2004, aurait non seulement pour effet de la rendre plus lisible quant à la place du sport féminin, mais aussi plus compacte (passage de 27 événements listés à 23 toutes choses égales par ailleurs) puisque les championnats du monde et d'Europe de basket et de hand n'auraient plus à être déclinés en féminin / masculin.

2.2- Donner leur place aux disciplines paralympiques

La première partie du présent rapport dresse le constat assez sombre de la quasi-inexistence du sport paralympique à la télévision, à l'exception des Jeux paralympiques d'été et d'hiver et du Championnat du monde d'athlétisme handisport qui a lieu désormais tous les deux ans (et dont l'édition 2015 à Doha a donné lieu à 28 heures de retransmission sur France O).

Ce constat ne doit pas faire oublier pour autant la remarquable couverture par France Télévisions des Jeux paralympiques de Rio. Il serait tout à fait dommageable que cette dynamique retombe dès les Jeux terminés. La pérennisation d'un suivi sur la durée du

sport paralympique passe, comme l'a souligné à la mission Emmanuelle Assmann, présidente du Comité Paralympique et Sportif Français, par un effort des instances sport paralympique elles-mêmes pour améliorer la lisibilité des discipline pour le grand public (catégories, règles, etc.), mais aussi par la confortation du fonds audiovisuel du CNDS et par une incitation constante auprès des chaînes de télévision : au premier rang desquelles les chaînes du service public, mais aussi des chaînes privées, notamment celles dont la convention avec le CSA comporte des obligations en la matière, ce qui est le cas de la chaîne L'Equipe (on notera par ailleurs que Numéro 23, appartenant désormais au groupe NextRadio, a annoncé son intention de porter une attention particulière au sport paralympique au même titre qu'au sport féminin).

S'agissant de la liste des EIM, il est évident que **l'association dans une même protection d'ensemble des Jeux paralympiques et des Jeux olympiques, dont ils sont désormais le prolongement naturel dans une unité de temps et de lieu**, constituerait le signe fort et d'une grande lisibilité de l'importance que revêt, pour le paralympisme, une couverture audiovisuelle offerte au plus grand public.

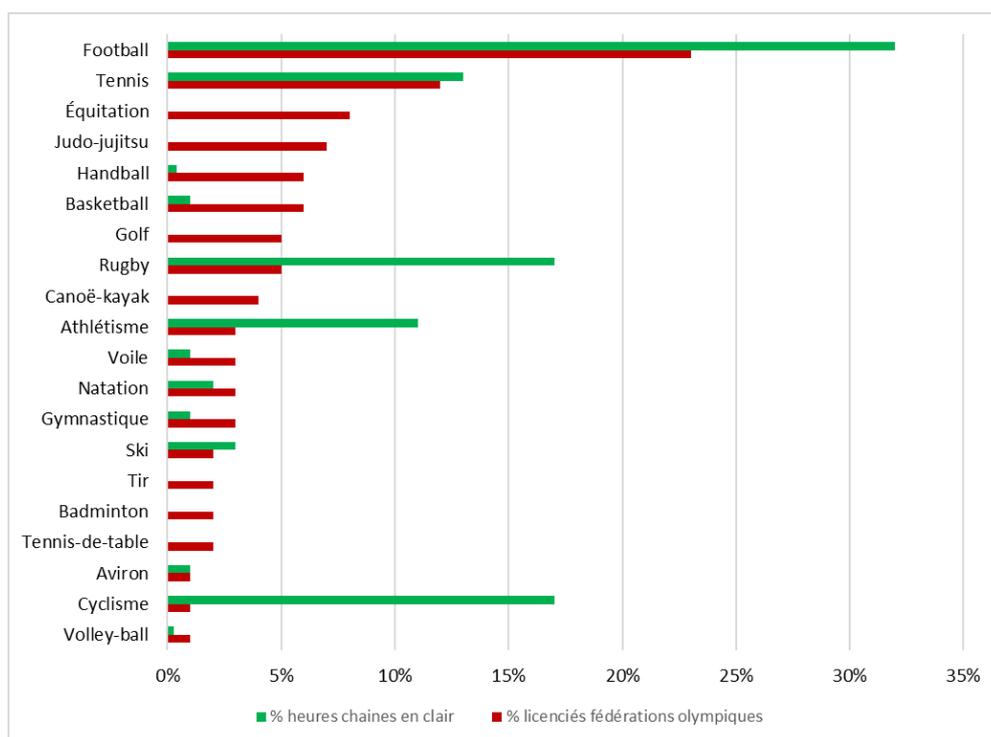
2.3- Elargir la liste aux disciplines individuelles rencontrant un écho important auprès du public

Les sports individuels sont présents dans la liste française actuelle des EIM à travers le tennis, le cyclisme et l'athlétisme (en mettant à part le Grand Prix de France de F1, tombé en désuétude).

Dans une vision dynamique de ce que devrait être cette liste, un rééquilibrage devrait être opéré en faveur de certains autres sports individuels méritant aussi légitimement d'être protégés au vu de l'écho qu'ils rencontrent auprès du plus grand nombre, soit parce qu'ils représentent un nombre élevé de licenciés et de pratiquants, soit du fait des résultats sur la durée de sportifs emblématiques (le critère d'une forte pratique pouvant évidemment ne pas être sans lien avec celui de l'émergence de champions).

**Part de chacune des 20 disciplines olympiques sur le total des licenciés de ces disciplines
(Source Insee, chiffres 2013)
et part correspondant sur le total des heures consacrées par les chaînes en clair à la couverture de ces 20
disciplines en 2015**

	% licenciés fédérations olympiques	% heures chaînes en clair
Football	23%	32%
Tennis	12%	13%
Équitation	8%	0%
Judo-jujitsu	7%	0%
Basketball	6%	1%
Handball	6%	0,4%
Rugby	5%	17%
Golf	5%	0%
Canoë-kayak	4%	0%
Gymnastique	3%	1%
Natation	3%	2%
Voile	3%	1%
Athlétisme	3%	11%
Tennis-de-table	2%	0%
Badminton	2%	0%
Tir	2%	0%
Ski	2%	3%
Volley-ball	1%	0,3%
Cyclisme	1%	17%
Aviron	1%	1%
	100%	100%



Si l'on prend le classement des disciplines affichant le plus grand nombre de licenciés en France (tableau ci-dessus, chiffres Insee 2013), et qu'on le compare au classement des volumes horaires qui leur ont été consacrés en 2015 à la télévision en clair, et si l'on ajoute comme critère l'existence pour chacune de ces disciplines d'une compétition clairement identifiée ou identifiable comme majeure par les Français, **il serait légitime d'ajouter à la liste actuelle des EIM :**

- **le départ du Vendée Globe et la Coupe de l'America en cas de participation d'un challenger français,**
- **les championnats du monde de natation en grand bassin (biennaux), discipline dans laquelle les nageurs français ont pris la place que l'on sait au cours des dernières années,**
- **les championnats du monde de judo (annuels), sur des considérations comparables.**

Le cas de l'équitation est à part : le vivier de licenciées est immense et les résultats au dernier Jeux olympiques ont été remarquables (deux médailles d'or et une médaille d'argent), mais la compétition internationale prend la forme d'un circuit de grandes dates, sans qu'un événement ne puisse être spécifiquement qualifié de majeur.

2.4- Rapprocher le traitement accordé aux principaux sports collectif

De tous les grands sports collectifs, seul le volley-ball ne figure pas dans la liste française des EIM, alors qu'il s'agit d'un sport très pratiqué en France et très présent notamment en milieu scolaire. Depuis la photographie opérée par la liste de 2004, ce sport a fortement évolué sous l'impulsion de la ligue nationale de volley-ball, la qualité des équipements des salles est désormais au rendez-vous, et des résultats brillants ont été obtenus sur le plan international, aussi bien en masculin qu'en féminin.

Outre une extension au volley-ball, une certaine homogénéisation du traitement même des compétitions d'une discipline à l'autre serait souhaitable. Bien entendu, l'exercice se heurte à des limites : il est clair que seuls le football et le rugby sont suffisamment ancrés pour que la protection en tant qu'EIM puissent aller jusqu'à concerner des matchs de clubs. Il est non moins clair, s'agissant des équipes de France, qu'un cas à part doit continuer d'être fait du football, tous les matchs de l'équipe de France ainsi que les finales et demi-finales des coupes du monde et d'Europe étant aujourd'hui EIM et devant le rester.

En revanche, pour le reste des matchs des équipes nationales hors football, une harmonisation se justifie pleinement, en privilégiant la formule d'un suivi des sommets européens et mondiaux dès les phases finales à élimination directe, dès lors qu'ils impliquent l'équipe de France. Ce dispositif s'appliquerait ainsi :

- **au volley-ball, qui entrerait dans la liste,**
- **au handball et au basket-ball, dont il renforcerait la protection par l'inclusion de toute la phase finale,**

- **au rugby, dont il remodelerait la protection en la conditionnant à la présence de l'équipe de France** s'agissant aussi bien de la Coupe du monde de rugby que, par assimilation à une coupe d'Europe, du Tournoi des VI Nations.

2.5- Rationaliser les critères de définition des EIM

D'autres rationalisations sont à rechercher à partir de la liste des EIM de 2004. La première serait, à l'évidence, **la suppression du Grand Prix de France de Formule 1, dont la dernière édition a eu lieu en 2008 sur le circuit de Magny-Cours**. La seconde est **la suppression de l'épreuve cycliste Paris-Roubaix**, dont l'individualisation en 2004 de préférence à des courses tout aussi significatives comme Paris-Nice ou le Critérium du Dauphiné, se justifie moins avec le recul.

Outre les deux critères déjà évoqués (unification hommes / femmes des épreuves protégées et couverture plus en amont d'une compétition par élimination), deux autres critères de rationalisation devraient être pris en compte :

- **Le fait qu'une édition d'une manifestation internationale soit organisée en France** : contrairement à plusieurs de ses voisins, la France n'a pas du tout fait usage de ce critère dans la liste de 2004, mais, depuis cette date, **la structuration volontariste d'un positionnement de la France autour des grands événements sportifs internationaux (GESI) justifie une évolution en conséquence de la liste française**.
- **Le critère de la participation d'équipes ou d'athlètes français**, déjà évoqué plus haut en termes d'harmonisation du traitement des sports collectifs, et qui pourrait amener par exemple à **limiter la protection de la Ligue des champions au seul cas de participation d'un club français, laquelle mesure peut aller de pair avec l'extension à l'ensemble de la phase à élimination directe de cette protection liée à la présence d'une équipe française**.

Sur la base de l'ensemble des éléments d'actualisation et de rationalisation qui précèdent, et des croisements qu'ils autorisent, plusieurs scénarios d'évolution de la liste de 2004 sont envisageables. **Le tableau suivant constituerait une évolution à la fois volontariste et pondérée**.

Discipline	Evénement actuels	Critères actuels	Liste proposée
Multisports	Jeux olympiques d'été	Couverture complète	Jeux olympiques et paralympiques
	Jeux olympiques d'hiver	Couverture complète	Jeux olympiques et paralympiques
Football	Matches de l'équipe de France	Tous matchs équipe masculine	Idem sans distinction de genre H-F
	Coupe du monde de football	Match d'ouverture équipe masculine	Idem sans distinction de genre H-F / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
		Demi-finales équipe masculine	
		Finale équipe masculine	
	Championnat d'Europe de football	Demi-finales équipe masculine	Idem sans distinction de genre H-F / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
		Finale équipe masculine	
	Ligue Europa	Finale à laquelle participe un club français (football masculin)	Sans changement
Ligue des champions	Finale (football masculin)	Restriction à la finale à laquelle participe un club français / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe un club français	
Coupe de France de football	Finale (football masculin)	Idem sans distinction de genre H-F	
Rugby	Tournoi des six nations	Tous matchs équipe masculine	Restriction aux matchs auxquels participe l'équipe de France
	Coupe du monde de rugby	Demi-finales équipe masculine	Idem sans distinction de genre H-F / Finale et demi-finales / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
		Finale équipe masculine	
	Championnat de France de rugby	Finale (rugby masculin)	Idem sans distinction de genre H-F
Coupe d'Europe de rugby	Finale à laquelle participe un club français (rugby masculin)	Idem sans distinction de genre H-F	
Tennis	Tournoi de tennis de Roland Garros	Finales des simples H et F	Sans changement
	Coupe Davis	Demi-finale à laquelle participe l'équipe de France	Sans changement
		Finale à laquelle participe l'équipe de France	
	Fed Cup	Demi-finale à laquelle participe l'équipe de France	Sans changement
Finale à laquelle participe l'équipe de France			

Discipline	Evénement actuels	Critères actuels	Liste proposée
Formule 1	Grand Prix de France de Formule 1 (en désuétude)	Couverture complète	Suppression par désuétude
Cyclisme	Tour de France	Couverture complète	Sans changement
	Paris-Roubaix	Couverture complète	Suppression
Basket-ball	Championnat d'Europe de basket-ball masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France masculine	Libellé unifié : masculin et féminin / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
	Championnat d'Europe de basket-ball féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France féminine	
	Championnat du monde de basket-ball masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France masculine	Libellé unifié : masculin et féminin / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
	Championnat du monde de basket-ball féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France féminine	
Handball	Championnat d'Europe de handball masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France masculine	Libellé unifié : masculin et féminin / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
	Championnat d'Europe de handball féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France féminine	
	Championnat du monde de handball masculin	Finale à laquelle participe l'équipe de France masculine	Libellé unifié : masculin et féminin / Extension à tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
	Championnat du monde de handball féminin	Finale à laquelle participe l'équipe de France féminine	
Athlétisme	Championnat du monde d'athlétisme	Couverture complète	Sans changement
Volley-ball			Championnat d'Europe de volley-ball (sans distinction de genre) / Tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe Championnat d'Europe de volley-ball (sans distinction de genre) / Tous les matchs à élimination directe auxquels participe l'équipe de France / Si organisé par la France, extension à tous les matchs à élimination directe
Voile			Vendée Globe : départ
			Coupe de l'America, phase finale à laquelle participe un challenger français
Judo			Championnat du monde de judo
Natation			Championnat du monde de natation

2.6- Creuser la possibilité, sans attendre la notification à la Commission ou en cas de refus de celle-ci, d'une liste complémentaire d'EIM à impact national

Les services de la Commission européenne ont confirmé explicitement à la mission ce qu'ils avaient déjà proposé lors de la précédente initiative de la France en 2013 d'une modification de la liste du décret de 2004. Plusieurs États membres (Pays-Bas, Pologne, Portugal) ont, en effet, adopté une liste de portée strictement nationale. Une liste complémentaire française ne s'appliquerait qu'aux diffuseurs nationaux, sans être opposable aux diffuseurs établis dans d'autres États membres de l'Union européenne : une chaîne française ne pourrait se prévaloir de l'inscription comme EIM, par exemple, des matchs de la coupe du monde de rugby féminin pour contraindre le dépositaire des droits, s'il est basé dans un autre Etat, à lui faire une proposition de cession.

Si une interprétation de la directive européenne en ce sens ne semble pas susciter d'obstacle du côté des services de la Commission, on peut penser, toutefois, que dans sa rédaction actuelle, la loi du 30 septembre 1986 qui fixe le régime des EIM ne prévoit pas explicitement la possibilité d'une liste nationale et que le renvoi général à un décret en Conseil d'Etat ne constitue pas une délégation suffisante sur ce point. Il serait donc probablement nécessaire de trouver un véhicule législatif adapté.

3- Doubler et élargir le fonds d'aide audiovisuel du CNDS

Le fonds d'aide audiovisuel a été créé en 2014 dans le budget du Centre National pour le Développement du Sport (CNDS) pour soutenir les productions audiovisuelles mettant en valeur sur les chaînes en clair la pratique sportive féminine et celle des personnes en situation de handicap.

Doté d'un budget annuel de 1 M€, ce fonds a connu des difficultés d'engagement, à telle enseigne que l'enveloppe budgétée pour 2016 a été ramenée à 625.000 euros avant d'être gelée en cours d'exercice.

Le gel de ce fonds audiovisuel est fortement critiqué par les acteurs du monde sportif. **Son éventuel abandon, évoqué avec une réelle inquiétude comme une hypothèse par plusieurs des interlocuteurs rencontrés dans le cadre de la mission**, serait un signe singulièrement négatif en direction du milieu sportif aspirant à accéder à une meilleure exposition médiatique et, à ce titre, **constituerait un recul significatif**. Ceci, d'autant plus que, si peu de temps après sa création, un véritable bilan n'est pas encore possible. Les fondamentaux de ce fonds restent sains, notamment l'immense demande potentielle en provenance de fédérations pauvres en moyens, et la nécessité vertueuse d'un engagement d'un diffuseur sur chaque dossier à hauteur d'au moins 50 %, condition qui explique sans doute largement la difficulté à faire émerger des dossiers dans un premier temps.

On doit, au contraire, souhaiter un renforcement de ce fonds, en le portant à 2 M€ dans un premier temps, et, tout en le centrant prioritairement sur le sport féminin et le sport paralympique, **amorcer son élargissement à toutes les pratiques sportives, notamment**

en faveur des innombrables disciplines sous-exposées à l'écran. Il serait en outre souhaitable que puissent être aidées, en plus des dépenses de production d'images proprement dites, **des dépenses pérennes d'équipement des enceintes sportives vouées aux disciplines en voie de professionnalisation** en matière d'offre audiovisuelle.

Ce renforcement du fonds audiovisuel **serait susceptible d'être financé par la taxe sur les droits de retransmission TV** (taxe Buffet), selon les modalités qui suivent.

4- Harmoniser l'application de la taxe "Buffet" en en baissant le taux et en l'étendant aux manifestations organisées par des acteurs étrangers

L'assiette actuelle de la taxe sur les droits TV, créée en 1999, a pour effet de créer une distorsion entre la vente de droits de diffusion des compétitions organisées par des acteurs français (fédérations, ligues professionnelles et organisateurs privés tels qu'Amaury Sport Organisation -ASO- qui organise le Tour de France cycliste ou le Dakar) qui sont taxées, et celles organisées par des acteurs étrangers (JO, Coupe du monde ou Ligue des Champions de football, etc.), qui ne le sont pas.

L'évolution des pratiques en matière de négociation des droits télévisuels au cours des dernières années, dans le sens d'une concentration de l'offre dans les mains d'instances internationales, a eu des effets directs sur la taxe Buffet sans qu'un véritable débat d'enjeux n'ait eu lieu à cet égard. A titre d'exemple, la centralisation au niveau de l'UEFA en 2014 de la cession des droits des équipes nationales de football, a suffi à réduire de plusieurs millions d'euros le rendu de la taxe. Si ce type d'évolution devait se confirmer, il pourrait remettre en cause l'assise même de cette taxe, qui doit être défendue.

On peut donc légitimement souhaiter un assujettissement à la taxe des droits de diffusion de compétitions sportives acquises auprès d'organismes établis hors de France, droits qui peuvent représenter aujourd'hui un montant aux alentours de 550 M€. Mais la difficulté fonctionnelle d'un tel recouvrement vient précisément du fait qu'il s'agit d'organismes établis hors de France.

Une solution consisterait à **assujettir les opérateurs sportifs établis en France sur les montants reversés par les organismes internationaux au titre de la participation de leurs affiliés à des compétitions européennes et mondiales.** Par exemple, serait ainsi assujetti le reversement de l'UEFA à la FFF pour les droits des matchs de l'équipe de France de football, ou celui du Comité des 6 Nations à la FFR sur les droits de diffusion du Tournoi des VI Nations.

Cette mesure, qui mettrait en conformité la perception de la taxe avec la réalité des pratiques actuelles d'achats de droits, répondrait bien à l'esprit même de la taxe Buffet, qui est de mieux partager au sein du monde sportif les recettes financières tirées de la vente des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions les plus prestigieuses et les plus médiatisées et d'accroître ainsi le budget de financement du sport amateur.

Pour autant, le rendu de cette taxe est dynamique et ce depuis plusieurs années, à telle enseigne que la décision a été prise depuis 2013, d'en plafonner le montant par la loi de

finances à 40,9 M€. Une solution d'équilibre serait donc de compenser l'élargissement de l'assiette que commande l'équité, par une baisse du taux de la taxe.

Une étude approfondie des flux des reversements opérés ces dernières années par les organisateurs internationaux auprès des opérateurs sportifs nationaux permettra de mesurer dans le détail les montants en jeu. Une hypothèse plausible est que l'assiette supplémentaire ainsi créée pourrait être de l'ordre de 100 M€, faisant passer l'assiette globale de cette taxe à 1,1 Md€.

La baisse d'un point du taux de la taxe Buffet, le faisant passer de 5% à 4 %, générerait un rendu de l'ordre de 44 M€, de 3 M€ supérieur à son plafonnement actuel de 40,9 M€, ce qui autoriserait un déplafonnement de la taxe de l'ordre d'1 M€ permettant de financer l'augmentation du fonds d'aide audiovisuel proposé ci-dessus.

Une autre solution fonctionnelle, non retenue ici, consisterait à assujettir non plus les vendeurs de droits, mais les acquéreurs, c'est-à-dire les services de télévision et de vidéo à la demande. On peut faire l'hypothèse que le renchérissement correspondant des coûts d'acquisition pour les diffuseurs pourrait être répercuté en partie sur les organisateurs par une réduction du montant des propositions financières des diffuseurs pour l'acquisition de droits. Mais, plus probablement, ce renchérissement pourrait avoir pour effets pervers de conduire certaines chaînes à réduire leurs investissements dans les droits sportifs, potentiellement d'affaiblir plus particulièrement les télévisions en clair et d'accélérer la migration de compétitions prestigieuses vers la télévision payante, et, au bout du compte, de réduire la diversité des disciplines sportives exposées. Par ailleurs, une nouvelle distorsion serait créée entre les droits acquis par des éditeurs établis en France, assujettis à cette taxe, et ceux acquis par les groupes internationaux établis hors de France et diffusant en France, non taxés.

5- Créer une instance permanente de concertation sport / audiovisuel

Une instance de concertation suivie entre les différents acteurs du sport et de l'audiovisuel permettrait à la fois de mettre à plat l'ensemble des questions telles qu'elles se posent aujourd'hui, et de préparer les filières aux mutations qui ne manqueront pas de s'opérer dans les années à venir.

La *Grande conférence sur le sport professionnel français* qui s'est tenue d'octobre 2015 à avril 2016 à l'initiative du Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports a retenu au titre de ses préconisations la création d'une conférence permanente sur la médiatisation du sport féminin. Cette idée mérite d'être reprise mais sans doute d'être élargie à l'ensemble des questions touchant à l'exposition médiatique des disciplines et des pratiques, voire à l'ensemble des questions touchant aux relations entre sport et médias.

Cette instance de concertation réunirait les organisateurs de compétitions sportives, fédérations et ligues, les éditeurs de services de télévision et de radio, et les représentants de l'ensemble de la filière, des acteurs publics (Ministère des sports, CNDS, CSA, ANDES) aux sponsors, annonceurs, et autres intermédiaires...

L'exemple est à prendre du côté de la *Sport and Recreation Alliance*, instance créée dès 2005 lors de l'obtention par la ville de Londres de l'organisation des JO de 2012, et par laquelle UK Sports, la British Olympic Association et le comité d'organisation des Jeux se sont concertés avec l'ensemble des médias audiovisuels non seulement pour favoriser la meilleure couverture des épreuves, notamment par les chaînes publiques, mais aussi pour favoriser l'assise populaire de cette manifestation, laquelle a eu le succès que l'on sait.

Espace de contact et d'échanges, de pédagogie des bonnes pratiques, et d'accompagnement des acteurs, cette instance permanente **pourrait être créée, y compris par voie législative ou réglementaire, soit sous l'égide du CSA, soit dans le cadre du Conseil national du sport**, sous forme par exemple d'une sous-commission "Médiatisation des disciplines et des pratiques".

Parmi les questions qui pourraient être abordés dans ce cadre, on pourrait citer, par exemple, celle d'un partage équitable, y compris au profit des diffuseurs, des nouvelles sources publicitaires qui pourraient se développer dans l'avenir, comme la publicité virtuelle pendant les retransmissions, ou d'éventuels assouplissements sur la publicité en faveur de la bière dans les enceintes, etc.

Pour fonder ses réflexions, cette instance pourrait bénéficier des résultats d'études commanditées par l'Observatoire de l'économie du sport au sein du Ministère des sports. En particulier, **une étude d'impact de la médiatisation du sport comme accélérateur des pratiques et du développement économique de la filière** permettrait de mettre en perspective plusieurs des questions évoquées dans le présent rapport, comme l'importance du fonds audiovisuel du CNDS, la nécessité de travailler sur la diversité, la place de la diffusion en clair, la légitimité de prochaines candidatures françaises pour l'organisation de grands événements internationaux (GESI), etc.

6- Conforter le rôle du service public dans la mise en valeur du sport

6.1- Contrôler l'application du cahier des charges de France Télévisions et renforcer à terme son ambition

Les objectifs du contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2011-2015 du groupe public sont relativement larges en matière de sport : "Poursuivre la couverture des grands événements sportifs" (objectif 2.4.1), "Proposer un large éventail de disciplines" (objectif 2.4.2).

S'agissant du cahier des charges, outre son préambule ("*Répondre présent lors des grands rendez-vous du sport en permettant à tout un peuple de vibrer à l'unisson comme nous l'avons vécu lors des derniers Jeux Olympiques*") et l'article 3 concernant France 2 ("*La programmation de France 2 (...) joue un rôle majeur en matière d'information et de sport*"), c'est l'article 8 qui développe les obligations du groupe en matière de sport :

"France Télévisions s'efforce de conserver la diffusion en direct sur France 2, France 3, France 4 ou RFO des événements sportifs d'importance majeure ou qui font partie du

patrimoine national (Tour de France, jeux Olympiques, Roland Garros, Tournoi des six nations, football, etc.) sans pour autant omettre de proposer un très large éventail de disciplines sportives.

Dans ses programmes régionaux, elle porte une attention particulière aux manifestations sportives locales et régionales.

En veillant à la complémentarité entre ses différentes antennes, la société conclut des conventions avec les organismes sportifs pour déterminer les conditions dans lesquelles elle assure la retransmission de manifestations sportives".

La première partie du présent rapport montre que les chaînes du groupe, prises globalement mais même individuellement, sont incomparablement plus présentes en matière sportive que les chaînes généralistes privées, aussi bien en termes de volume horaire que de diversité des disciplines exposées. **Un suivi attentif par le CSA des engagements du groupe public en matière de sport n'en demeure pas moins nécessaire.**

A terme, **une ambition supplémentaire devrait être plaidée lors du prochain renouvellement du cahier des charges**, notamment en termes de diversité compte tenu du nombre considérable de disciplines privées de toute visibilité et dont l'exposition relève bien d'une nécessité de service public. Ce devrait en particulier être le cas si des évolutions venaient à être décidées en matière de financement publicitaire et d'identification d'une chaîne de référence en matière de sport au sein du groupe.

6.2- Distinguer au sein du groupe France Télévisions une chaîne référente en matière de sport

La logique de groupe de France Télévisions constitue à l'évidence un atout majeur, non seulement pour offrir au public une quantité d'émissions et de retransmissions sans équivalent dans le paysage en clair à l'exception bien entendu de l'Equipe 21 (on a vu que les quatre chaînes publiques ont diffusé au total un peu plus de 1000 heures de sport en 2015), mais aussi pour sa couverture multi-chaînes très convaincante des grands événements comme le Tour de France, Roland-Garros ou les Jeux olympiques.

Le positionnement global du groupe en matière de sport doit donc être maintenu voire renforcé, d'autant que la TNT a permis l'éclosion concurrente de groupes multi-chaînes autour de TF1, M6 et Canal+, qui font jouer de mieux en mieux les synergies que cela permet.

Pour autant, il manque au sein du groupe public une chaîne qui, sans être nécessairement vouée intégralement au sport, soit la chaîne référente en la matière et permette notamment au groupe de se positionner de façon plus nettement volontariste sur toute la diversité des disciplines et des pratiques et de fidéliser progressivement un vaste public. Le but est que l'amateur de sport, passionné ou curieux, ait le réflexe d'aller sur la chaîne de référence du service public.

Compte tenu des contraintes et des spécificités des différentes chaînes du groupe, **cette chaîne de référence en matière de sport pourrait être France 4, laquelle diffuse déjà bon**

nombre de compétitions sportives. Cet **enrichissement de la grille de programmes serait en forte adéquation avec le positionnement "jeunesse et famille" adopté par la chaîne récemment.** En effet, les valeurs véhiculées par le sport prennent part à l'éducation et à l'épanouissement des plus jeunes et l'exposition d'une diversité des disciplines permettrait d'en faire la promotion auprès du jeune public. Sans que cela ne compromette le volume de diffusion consacré à l'animation et plus largement aux émissions en direction de la jeunesse, la chaîne **pourrait légitimement consacrer au sport un millier d'heures de sa grille annuelle**, retransmissions, magazines et documentaires confondus. Bien entendu, cette chaîne de référence **s'appuierait sur la capacité unique de France 3 à faire remonter des images des compétitions et des pratiques en région.**

Ce positionnement spécifique ne remettrait pas en cause la stratégie globale et transversale de diffusion de contenus sportifs mise en place par France Télévisions, notamment depuis la transformation en entreprise unique. Il n'aurait pas pour effet de désinvestir France 2 et France 3 de la couverture des grands événements, ni nécessairement de priver France O de sa spécificité en matière sportive. Il irait de pair, bien entendu, avec le développement continu de *Francetvsport*, qui s'est progressivement positionnée comme une des meilleures offres sportives OTT actuellement disponibles en France.

6.3- Desserrer de façon ciblée l'interdiction de la publicité sur France Télévisions en prime time

La suppression de la publicité en prime time interdit aux chaînes du service public d'entrer sérieusement en compétition pour la retransmission d'événements importants en soirée. Ce faisant, les chaînes publiques sont privées de fait d'un attribut majeur à même de consolider les liens qu'elles ont noués historiquement avec leur public. Le sport est un marché dont le prix est largement fixé par le vendeur, et les retransmissions sportives sont des produits non substituables : il est essentiel que France Télévisions n'en soit pas écartée.

A terme, on peut d'ailleurs craindre un glissement en soirée de certains événements qui sont aujourd'hui l'apanage de France Télévisions et qui pourraient lui échapper face à des surenchères privées : on pense à des matchs phares de Roland-Garros, notamment dans la perspective de la construction d'un court couvert à Auteuil, mais aussi aux grandes épreuves d'athlétisme, voire, un jour peut-être, à certaines étapes du Tour de France qui pourraient se dérouler en nocturne. De même, la présence de France Télévisions dans le football, explicitement prévue dans son contrat d'objectifs et qui se limite désormais aux matchs de la Coupe de France et de la Coupe de la Ligue, peut totalement devenir lettre morte en cas d'offensive de chaînes privées gratuites (agissant y compris pour conserver un pied dans le football après avoir été elles-mêmes évincées des compétitions les plus prestigieuses par plus puissant qu'elles).

Or, aujourd'hui, une forme d'hypocrisie règne en matière de publicité : en réalité, les images sportives, qu'elles soient diffusées par des chaînes privées ou publiques, sont baignées de publicité, que celle-ci soit visible sur les maillots, en bord des enceintes, sur

les panneaux d'arrière-plan des points-presse, etc. Alors que la publicité y est tout à fait invasive, aucune loi n'est venue interdire en soi la diffusion des événements sportifs en prime time sur les chaînes publiques.

Une autorisation de la publicité à l'occasion de retransmission sportives en prime time remettrait le groupe public en jeu sur ce marché, en même temps qu'elle desserrerait l'étau financier qui pèse sur l'avenir de retransmissions qu'il assure aujourd'hui.

On peut imaginer de cibler cette ouverture publicitaire sur des compétitions ayant une valeur particulière en termes de service public : **on pense notamment aux matchs de l'équipe de France, toutes disciplines confondues, et/ou aux événements listés comme d'importance majeure** dans le cadre de la réglementation protégeant leur diffusion en clair.

6.4- Renforcer le rôle de l'INA dans la mise en valeur du sport dans toute sa diversité.

L'INA dispose d'une formidable fonds historique d'images du sport, dont l'exploitation a fait l'objet d'accords avec certaines instances sportives au premier rang desquelles le CIO, la FFF, ASO ou la FFT. **Un développement de ces accords d'exploitation en direction des sports moins visibles serait évidemment souhaitable**, par exemple sous la forme d'un échange avec une prestation d'archivage et de numérisation des fonds concernés. Plus largement, on peut souhaiter **un développement de la production de documentaires par l'établissement, ou avec sa participation**, notamment dans le sens de l'exposition télévisuelle du sport dans sa diversité, la France produisant assez peu de documentaires sportifs malgré le savoir-faire de réalisateurs de talent.

Un développement du rôle de l'INA dans ces deux directions serait par ailleurs susceptible d'apporter une contribution particulièrement originale et intéressante au dispositif de la candidature Paris 2024. A ce titre, il pourrait justifier un soutien du Ministère des sports ainsi qu'une mobilisation ciblée des aides sélectives du compte de soutien du CNC.

7- Un meilleur contrôle de l'application des conventions des chaînes privées

7.1- Renforcer les obligations des chaînes privées, actuellement particulièrement peu exigeantes en matière sportive

Les conventions conclues entre le CSA et les éditeurs de services de télévision privés ne comportent que très peu de stipulations relatives aux programmes sportifs. La plupart des conventions des chaînes comportent un simple rappel de la réglementation relative aux événements d'importance majeure (aux notables exceptions, d'ailleurs, des conventions conclues avec TF1 et M6). La convention de TF1 lui impose d'accorder une "place importante (...) aux sports les plus populaires". L'article 38 de la convention de Canal + introduit une règle particulière à la chaîne payante, laquelle est obligée "en cas de renoncement volontaire à la retransmission de l'intégralité ou d'extraits significatifs d'une manifestation ou d'une compétition sportive dont elle a acquis les droits de diffusion, sous

réserve qu'elle dispose des droits de sous-licence nécessaires, de céder lesdits droits, dans les meilleurs délais, à tout tiers de son choix qui en aura fait la demande, et selon des termes et conditions équitables et raisonnables".

Quant aux chaînes consacrées au sport ou à l'information sportive (Eurosport, Sport 365, Girondins TV, OM TV, etc.), un article de leur convention présente de manière sommaire l'objet éditorial de la chaîne en cause.

On pourrait sans doute tenter de remédier à cette frilosité générale lors des prochaines négociations de ces conventions.

7.2- Clarifier et conforter le positionnement éditorial de la chaîne L'Equipe

La première partie du présent rapport montre que, forte de sa diffusion 24/24, l'Equipe 21 a, en 2015, rendu compte sous forme de retransmissions d'un nombre non négligeable de disciplines sportives : 23 au total, 16 si l'on s'en tient aux disciplines ayant fait l'objet de plus de 10 heures de retransmission. Pour autant, les trois-quarts (75,8 %) des heures de retransmission (hors multisport) ont été le fait de seulement 6 disciplines : football, basket, rallye, boxe, cyclisme, moto et pétanque. On voit que la chaîne n'a pas entièrement échappé au phénomène de concentration sur quelques sports, mêmes si c'est de façon moindre que les chaînes généralistes.

La chaîne a obtenu récemment des scores d'audiences particulièrement satisfaisant pour certaines retransmissions sportives de disciplines du "deuxième cercle" en termes de visibilité, dont elle a participé à l'émergence télévisuelle : notamment de biathlon ou de volley-ball. Ce constat semble inciter la direction actuelle de la chaîne à concentrer sa ligne éditoriale en ce sens. Cette évolution conduirait à dépasser ce qui pouvait s'analyser comme une certaine indétermination entre chaîne d'information, chaîne de décryptage et de magazines et chaîne de retransmissions. Mais elle pourrait aussi présenter le risque d'un abandon des petites disciplines du "troisième cercle", celles-là même qui attendaient légitimement une visibilité plus grande lors de la création d'une chaîne sportive exclusive 24/24 sur la TNT. Associée aux conséquences à attendre de la fusion éditoriale effectuée entre l'Equipe papier et l'Equipe télé (sous le nom unique de *l'Equipe*), d'une part, et de l'arrivée à échéance de la convention qui lie la chaîne au Comité national olympique et sportif français, d'autre part, cette évolution éditoriale, si elle n'est pas a priori critiquable en soi, méritera d'être suivie sur la durée, et **si elle s'avérait être une réorientation tournant sensiblement le dos au projet initial qui a amené l'accord du CSA, elle justifierait un débat dans cette enceinte** remettant à plat les enjeux de ce qui reste la seule chaîne spécialisée de la TNT.

On peut noter à cet égard que la convention de la chaîne l'Equipe avec le CSA comporte des dispositions explicites en faveur du sport féminin et du sport paralympique (article 2-3-3) et, plus largement, en faveur de la diversité des sports dans son article 3-1-1, lequel stipule que la programmation "comprend une grande variété de disciplines sportives et aborde toutes les dimensions du sport, telles que le sport professionnel, amateur et

universitaire, le sport féminin, le sport en milieu scolaire, le sport-loisir, le sport paralympique, la santé et les métiers du sport".

A noter également que la convention comporte une disposition particulière relative à la diffusion de messages de lutte contre le dopage et de préservation de la santé des sportifs. Enfin, des dispositions visent à assurer l'indépendance de la rédaction vis-à-vis des autres rédactions du groupe Amaury, ainsi que l'identification d'un logo propre.

Les limites, quant à leur possibilité de traitement, des informations fournies par la chaîne dans le cadre de la préparation du présent rapport, amènent à souhaiter **une centralisation par le CSA des données précises de diffusion selon les items standardisés qui sont les siens** (nomenclature des disciplines, corpus de mots-clés) et qu'il applique aux données des autres chaînes en clair et à Canal+. C'est là une des conditions d'un suivi sur la durée de la réponse apportée par l'Equipe 21 en termes de diversité des disciplines et des pratiques couvertes, et notamment en ce qui concerne le sport féminin et le sport paralympique.

8- Aménager la réglementation des brefs extraits

Le droit pour les chaînes de télévision de diffuser des brefs extraits de compétitions sportives dont les droits sont acquis par d'autres chaînes, est un des piliers du droit du public à l'information en matière sportive. Ce droit s'inscrit dans le cadre des "événements d'un grand intérêt pour le public" (notion distincte de celle d'EIM qui concerne les retransmissions en clair) qui, en application de l'article 15 de la directive européenne *Service de médias audiovisuels*, doivent pouvoir être utilisés sous forme de courts extraits par les programmes d'information générale.

A l'issue de longues années de débats à ce sujet, le Conseil supérieur de l'audiovisuel qui, en vertu de la loi de 2012 sur l'éthique du sport et les droits des sportifs, fixe les conditions de diffusion des brefs extraits, a adopté le 1er octobre 2014 une délibération (n° 2014-43, jointe en annexe 4) visant à dégager un point d'équilibre entre intérêt du public, respect de la liberté d'information et protection de la valeur des droits acquis par des chaînes, tout en garantissant les mécanismes de financement des activités sportives.

Le dispositif actuel s'équilibre par la limitation à 90 secondes par heure d'antenne de la diffusion d'un extrait, par un principe de non-compensation financière pour la chaîne détentrice des droits, qu'on ne retrouve d'ailleurs pas dans la plupart des autres Etats-membres, et par l'exclusion des magazines sportifs uni-disciplinaires (*Téléfoot* sur TF1, *Rencontres à XV* sur France 2) du dispositif comme n'étant pas des "programmes d'information générale", ce qui reste aujourd'hui un des points de tension du dispositif pour les chaînes diffusant lesdits magazines.

Pour autant, on constate que le dispositif actuellement en place n'endigüe pas la généralisation des pratiques de piratage d'images de sport via Internet et qu'il va de pair, par ailleurs, avec la migration croissante, analysée dans le présent rapport, de droits des compétitions des chaînes gratuites vers les chaînes payantes.

Pour contrebalancer ces évolutions **il serait souhaitable que le CSA creuse la possibilité de moduler la durée des brefs extraits qu'une chaîne a le droit d'utiliser, selon que celle-ci et selon que la chaîne détentrice des droits soient payantes ou non**. Une chaîne en clair pourrait ainsi disposer d'une durée d'extraits en provenance d'une chaîne payante plus longue que celle des extraits sollicités par une chaîne payante auprès d'une chaîne gratuite.

Il pourrait également être envisagé que la règle des 90 secondes soit déplafonnée pour la diffusion d'extraits de compétitions des Jeux Paralympiques.

Par ailleurs, l'extension du cadre juridique du droit aux brefs extraits aux agences de presse, lesquels constituent des intermédiaires importants dans la mise à disposition du public d'images de sport, pourrait être utilement envisagée. Le périmètre de cette intermédiation devrait bien entendu être encadré par le CSA afin d'éviter tout risque d'exploitation abusive des extraits concernés.

Enfin, une réflexion spécifique mériterait sans doute d'être engagée sur les magazines unidisciplinaires qui, par le jeu combiné de la décision du CSA leur interdisant l'accès gratuit aux brefs extraits, de la quasi-absence d'offres payantes de substitution de la part des ligues, et de l'interdiction faite par ces mêmes ligues aux chaînes qui leur achètent des droits de retransmission de sous-licencier les images à des magazines, se voient aujourd'hui proposer des conditions d'accès qui ne paraissent pas répondre aux principes généraux de fluidité commerciale.

9- Promouvoir une offre intermédiaire entre les retransmissions et les brefs extraits : une offre de magazines en clair

Une logique intermédiaire entre les retransmissions et les brefs extraits pourrait passer par la réservation à des chaînes gratuites, par les ligues professionnelles dans le cadre de la mise en vente de leurs droits audiovisuels, de lots de magazines d'actualité de leurs compétitions. Ces magazines permettraient d'assurer auprès du plus grand nombre la promotion de la pratique professionnelle en France de ces disciplines. Dans de nombreux pays, des ligues professionnelles réservent ainsi à des chaînes gratuites un lot de magazines de leurs compétitions. C'est le cas la Premier League anglaise, qui cède à la BBC les droits du magazine Match of the day, institution de la télévision britannique diffusée depuis 1964.

Cette piste de réflexion a déjà été évoquée dans le cadre du rapport parlementaire "sur le fair-play financier européen et son application au modèle économique des clubs de football professionnel français" présenté en juillet 2013 par les députés Thierry Braillard, Marie-George Buffet, Pascal Deguilhem et Guenhaël Huet. La recommandation n° 16 de ce rapport invitait à "prévoir qu'au moins un lot soit réservé à des diffuseurs gratuits dans les appels d'offre de la Ligue de football professionnel visant à céder les droits de retransmission télévisée des compétitions, plus particulièrement pour un magazine dominical contenant des extraits longs de matchs de Ligues 1 et 2". Si ce rapport portait

sur le seul football professionnel, cette recommandation pourrait sans doute être utilement étendue à quelques autres compétitions.

<p>Annexes</p>

Annexe 1- Lettre de mission en date du 19 mai 2016 (p. 91)

Annexe 2- Liste des personnalités auditionnées (p. 93)

Annexe 3 - Textes applicables aux Evénements d'importance majeure (EIM) et aux brefs extraits (p. 97)

Annexe 4 - Délibération du 1er octobre 2014 du CSA relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements (p. 105)

Annexe 5- Plus fortes audiences de la télévision en France (p. 109)

Annexe 6- Disciplines sportives reconnues de haut niveau en France (p. 111)

Annexe 7- Evolution du nombre de licenciés des principales fédérations sportives (p. 113)

Annexe 1- Lettre de mission en date du 19 mai 2016

Le Premier Ministre

Paris, le 19 MAI 2016

- 7 3 5 / 1 6 / SG

Monsieur le Sénateur,

La télévision payante connaît en France une évolution dans un contexte de concurrence nouveau dont les conséquences pour les diffuseurs eux-mêmes appellent une attention particulière. L'arrivée sur le marché français d'acteurs internationaux tels que le groupe américain Discovery ou le groupe qatari beIN Sports, ou le développement de nouveaux services de médias audiovisuels par abonnement tels que Netflix, ainsi que la possible concurrence sur le marché des droits des géants du web, ont entraîné une redéfinition de la stratégie des acteurs français de la télévision payante. L'impact de ces évolutions en cours sur le modèle économique de la télévision payante et les conséquences pour l'accès des Français aux programmes sont incertains.

Dans ce contexte, les programmes sportifs diffusés par les services de télévision comptent parmi les programmes générateurs des plus fortes audiences, et leur attrait auprès du public ne s'est jamais démenti. Ils constituent le moyen de faire partager à un large public l'intérêt pour des compétitions parfois difficilement accessibles physiquement. Ils permettent aussi de populariser des disciplines ou des pratiques sportives moins connues, à l'instar du succès médiatique grandissant de sports, tels que le handball ou de compétitions féminines.

L'acquisition des droits de diffusion des événements dits « premium » donne lieu depuis de nombreuses années à une concurrence intense entre les diffuseurs, même si le nombre limité et la recombinaison fréquente des opérateurs est aussi source d'instabilité du marché. A l'inverse, nombre de disciplines ou de pratiques sportives peinent à être diffusées, freinant d'autant leur capacité à se développer, dans un contexte de concentration de la diffusion sur un nombre restreint de sports (football, rugby, tennis...).

Le marché des droits télévisuels des compétitions sportives représente une source de financement essentielle au sport professionnel, mais aussi pour le sport amateur, grâce aux mécanismes de solidarité fiscaux ou contractuels existants entre ces deux types de pratique. Dans le même temps, le niveau élevé de ces droits rend plus complexe leur achat par des opérateurs diffusés en gratuit.

.../...

Monsieur David ASSOULINE
Sénateur
Vice-président de la commission de la culture,
de l'éducation et de la communication
Sénat
Palais du Luxembourg
15, rue de Vaugirard
75291 PARIS CEDEX 06

Cette situation impose aux pouvoirs publics de s'assurer d'un équilibre difficile entre financement du sport et accès du public à des événements « premium », comme à une plus grande diversité de sports. Malgré les garanties apportées par la réglementation européenne et nationale sur la diffusion en clair d'événements d'importance majeure, des demandes sont régulièrement faites pour améliorer encore cet accès pour nos compatriotes.

Nous souhaitons vous confier une mission portant sur deux dimensions prioritaires de l'action publique, réalisée sur la base d'une étude comparative des mécanismes développés par les autres pays européens, de l'analyse de la réglementation et de la jurisprudence nationale ou européenne :

- Conforter et développer l'accès du public à la diffusion d'événements sportifs d'importance majeure ;
- Renforcer l'exposition médiatique de disciplines sportives ou de pratiques (handisport, sport féminin) émergentes.

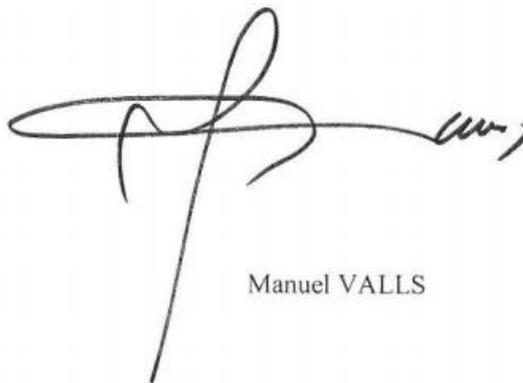
En vous fondant sur une analyse du modèle de la télévision payante et de son nouveau contexte concurrentiel, les préconisations pourront concerner plusieurs modes de diffusion (télévision, web). Elles s'attacheront à respecter l'équilibre économique et le potentiel de financement des acteurs du sport en précisant, si cela était nécessaire, les modifications de niveau législatif et réglementaire qui pourraient en découler.

Cette mission se fondera sur une consultation large des professionnels concernés. Vous disposerez pour ce faire de l'appui de la Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture et de la communication ainsi que de celui de la Direction des sports du ministère de la ville, de la jeunesse et des sports.

Un décret vous nommera, en application de l'article L.O. 297 du code électoral, parlementaire en mission auprès de Madame Audrey AZOULAY, Ministre de la culture et de la communication, de Monsieur Patrick KANNER, Ministre de de la ville, de la jeunesse et des sports et de Monsieur Thierry BRAILLARD, Secrétaire d'Etat chargé des sports.

Je souhaite pouvoir disposer du rapport comportant votre analyse et vos préconisations à la fin du mois de septembre 2016.

Je vous prie de croire, Monsieur le Sénateur, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'M' followed by a horizontal line and a small flourish.

Manuel VALLS

Annexe 2- Liste des personnalités auditionnées

Institutions publiques

Commission européenne

- Lorena BOIX-ALONBSO, Cheffe de l'Unité Convergence des médias et du contenu, Direction générale des réseaux de communication, contenu et technologie
- Yves LE LOSTECQUE, Chef de l'unité Sports de la Direction générale Education et Culture

Conseil supérieur de l'audiovisuel

- Olivier SCHRAMECK, Président du CSA
- Nathalie SONNAC, membre du CSA, présidente du groupe de travail Sport du CSA
- Christophe COUSIN, directeur des études, des affaires économiques et de la prospective du CSA

Instances sportives

Association nationale des ligues de sport professionnel

- Frédéric BESNIER, Directeur Association Nationale des Ligues de Sport Professionnel
- Isabelle COLLETTE, Directrice générale de la Ligue Nationale de Volley-ball
- Arnaud PLATEL, Directeur général de la Ligue Nationale de Cyclisme
- Mickael CONTRERAS, Directeur juridique de la Ligue Nationale de Basket
- Etienne CAPON, Directeur général de la Ligue Nationale de Handball
- Jérôme PERLEMUTER, Responsable juridique de Ligue de Football Professionnel

ASO (Amaury Sport Organisation)

- Julien GOUPIL, directeur média
- Florence COCHOY, directrice juridique

CNDS (Centre national pour le développement du sport)

- Jean-François GUILLOT, directeur général
- Alexandra VIGOUREUX, chef du département des grands événements sportifs internationaux

CNOSF (Comité national olympique et sportif français)

- Jean-Pierre MOUGIN, vice-président délégué
- Soria ZIDELKHILE, directrice déléguée au cabinet du Président

Comité International Olympique (CIO)

- Timo LUMME, Directeur de l'unité Télévision et Marketing
- Anne-Sophie VOUMARD, Vice-Présidente de l'unité Diffuseurs et droits médias
- Jérôme PARMENTIER, Manager senior l'unité Diffuseurs et droits médias

Comité paralympique et sportif français

- Emmanuelle ASSMANN, présidente du Comité paralympique et sportif français

DIGES (Délégué interministériel aux grands événements sportifs)

- Nicolas DESFORGES, Délégué interministériel aux grands événements sportifs
- Philippe APPRIOU, responsable du pôle Accompagnement et développement auprès du DIGES

Fédération française d'athlétisme

- Bernard AMSALEM Président

Fédération française d'équitation

- Frédéric BOUIX, Délégué général de la Fédération française d'équitation

Fédération française d'escrime

- Stéphane MARCELIN, Chargé des Grands Evénements (contribution écrite)

Fédération française de badminton

- Richard REMAUD, Président de la Fédération française de badminton (contribution écrite)

Fédération française de basket-ball

- Jean-Pierre SIUTAT, Président
- Raymond BAURIAUD, directeur marketing-communication

Fédération française de boxe

- André Martin, Président de la Fédération Française de Boxe (contribution écrite)

Fédération française de canoé-kayak

- Vincent HOHLER, Président
- Cyril NIVEL, Directeur Adjoint en charge du service animation sportive

Fédération française de football

- Noel LE GRAET, Président de la Fédération française de football
- Victoriano MELERO, directeur général adjoint et directeur de cabinet du Président

Fédération française de hand-ball

- Joël DELPLANQUE, Président de la Fédération de Hand-ball
- Cécile MANTEL responsable juridique

Fédération française de judo

- Jean-Luc ROUGE, président

Fédération française de natation

- Francis LUTCE, Président de la Fédération Française de Natation
- Louis Frédéric DOYEZ, directeur général de la Fédération Française de Natation

Fédération française de rugby

- Pierre CAMOU, président

Fédération française de tennis

- Emilie MONTANE, Directrice médias et production FFT

Fédération française de voile

- Jean-Pierre CHAMPION, président

Fédération française des sports de glace

- Didier GAILHAGUET Président de la FFSG (contribution écrite)

FIFA (Fédération Internationale de Football Association)

- Niclas ERICSON, directeur de la division TV
- Fani MISAILIDI, Cheffe du département des affaires publiques

GIP Paris 2024

- Bernard LAPASSET, président du GIP Paris 2004
- Michaël ALOISIO, directeur général adjoint du GIP

Premier League

- Mathieu MOREUIL, directeur de l'action européenne

Sponsors (Association des acteurs de l'économie du sport)

- Olivier DULAC, Président
- Magali TEZENAS du MONTCEL, déléguée générale
- Didier POULMAIRE, membre du conseil d'administration

UEFA (Union des associations européennes de football)

- Julien ZYLBERSTEIN, directeur des affaires institutionnelles et européennes

Diffuseurs audiovisuels

AFP

- Emmanuel HOOG, PDG
- Marie-Noëlle VALLES, Directrice de la vidéo
- Christophe WALTER-PETIT, Directeur juridique

beIN Sports

- Sophie JORDAN, directrice générale adjointe
- Florent HOUZOT, directeur de la rédaction
- Arnaud DECKER, conseil (cabinet AD Valorem)

Canal +

- Maxime SAADA, DG du groupe Canal +
- Pierre LELONG, Directeur des acquisitions sport du groupe Canal+
- Peggy LE GOUVELLO, Directrice des relations extérieures
- Amélie MEYNARD, Direction des relations extérieures

Eurosport (groupe Discovery)

- Julien BERGEAUD, senior vice-président, country manager France et droits sportifs Europe du Sud
- Jérôme PAPIN, Directeur délégué responsable de l'antenne Eurosport
- Vicky ADALBERT, Directrice juridique

France Télévisions

- Delphine ERNOTTE-CUCCI, Présidente de FRTV
- Daniel BILALIAN, Directeur des sports
- Caroline GOT, Directrice de la stratégie et des programmes
- Francis DONNAT, Secrétaire général

INA

- Laurent VALLET, Président de l'INA

La chaîne L'Equipe

- Cyril LINETTE, directeur général de l'Equipe
- Flore URBAIN, juriste
- Marjorie TARBOCHEZ, chargée des missions réglementaires et institutionnelles

M6

- Nicolas DE TAVERNOST, Président du groupe M6
- Karine BLOUET, secrétaire générale
- Philippe BONY, directeur général adjoint des programmes en charge du cinéma, de la fiction, de la jeunesse et du sport

ACT (Association of Commercial Television in Europe)

- Grégoire POLAD, Directeur général
- Emilie ANTHONIS, Directrice des affaires juridiques et publiques

UER (Union Européenne de Radio-Télévision)

- Jean-Paul PHILIPPOT, administrateur général de la RTBF et Président de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

Orange

- Pierre LOUETTE, Directeur Général Délégué d'Orange
- Serge LAROYE, Directeur des contenus
- Pierre PETILLAULT, directeur-adjoint des affaires publiques

Equidia

- Jean-François BERTRAND, Directeur-Général par intérim
- Baptiste FLICHY, Responsable distribution et innovation

TF1

- François PELLISSIER, directeur des sports
- Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général

RMC Sport (groupe Altice)

- François PESENTI, directeur général
- Aurélien POZZANA, conseil (cabinet Affaires Publiques consultants)

Annexe 3 - Textes applicables aux Evénements d'importance majeure (EIM) et aux brefs extraits

- Directive 2010/13/UE dite directive "services de médias audiovisuels" (SMA),
- Loi no 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi no 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (dite Loi Léotard).
- Décret n° 2004-1392 du 22 décembre 2004

DIRECTIVE 2010/13/UE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

du 10 mars 2010

visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive «Services de médias audiovisuels»)

CHAPITRE V

DISPOSITIONS SUR LES DROITS EXCLUSIFS ET LES BREFS REPORTAGES D'ACTUALITÉ DANS LA RADIODIFFUSION TÉLÉVISUELLE

Article 14

1. Chaque État membre peut prendre des mesures, conformément au droit de l'Union, pour garantir que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de sa compétence ne retransmettent pas d'une manière exclusive des événements que cet État juge d'une importance majeure pour la société d'une façon qui prive une partie importante du public dudit État membre de la possibilité de suivre ces événements en direct ou en différé sur une télévision à accès libre. Dans ce contexte, l'État membre concerné établit une liste dans laquelle sont désignés les événements, nationaux ou non, qu'il juge d'une importance majeure pour la société. Il établit cette liste selon une procédure claire et transparente, en temps opportun. Ce faisant, l'État membre concerné détermine également si ces événements doivent être diffusés intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, diffusés intégralement ou partiellement en différé.

2. Les États membres notifient immédiatement à la Commission toute mesure prise ou envisagée en application du paragraphe 1. Dans un délai de trois mois après la notification, la Commission vérifie que ces mesures sont compatibles avec le droit de l'Union et les communique aux autres États membres. Elle demande l'avis du comité de contact institué conformément à l'article 29. Elle publie sans délai au *Journal officiel de l'Union européenne* les mesures qui sont prises et, au moins une fois par an, la liste récapitulative des mesures prises par les États membres.

3. Les États membres s'assurent par les moyens appropriés, dans le cadre de leur législation, que les organismes de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence exercent les droits exclusifs qu'ils ont achetés après le 18 décembre 2007 de manière à ne pas priver une partie importante du public d'un autre État membre de la possibilité de suivre intégralement ou partiellement en direct ou, si nécessaire ou approprié pour des raisons objectives d'intérêt général, intégralement ou partiellement en différé, sur une télévision à accès libre, selon les dispositions prises par cet autre État

membre conformément au paragraphe 1, les événements que cet autre État membre a désignés conformément aux paragraphes 1 et 2.

Article 15

1. Les États membres veillent à ce que, pour la réalisation de brefs reportages d'actualité, tout organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans l'Union ait accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, à des événements d'un grand intérêt pour le public qui font l'objet d'une transmission exclusive par un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de leur compétence.
2. Si un autre organisme de radiodiffusion télévisuelle établi dans le même État membre que l'organisme de radiodiffusion télévisuelle souhaitant disposer d'un accès a acquis des droits d'exclusivité pour l'événement présentant un grand intérêt pour le public, c'est à cet organisme que l'accès est demandé.
3. Les États membres veillent à ce qu'un tel accès soit garanti en permettant aux organismes de radiodiffusion télévisuelle de choisir librement leurs brefs extraits à partir du signal de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle qui assure la diffusion, moyennant au minimum l'indication de leur origine, à moins que cela ne soit impossible pour des raisons pratiques.
4. Un État membre peut, alternativement au paragraphe 3, établir un système équivalent permettant l'accès, dans des conditions équitables, raisonnables et non discriminatoires, par d'autres moyens.
5. Les brefs extraits sont utilisés exclusivement dans des programmes généraux d'actualité et ne peuvent être exploités dans le cadre de services de médias audiovisuels à la demande que si le même programme est offert en différé par le même fournisseur de services de médias.
6. Sans préjudice des paragraphes 1 à 5, les États membres veillent, conformément à leurs systèmes et pratiques juridiques, à ce que les modalités et conditions relatives à la fourniture de ces brefs extraits soient définies, notamment en ce qui concerne les modalités de compensation financière, la longueur maximale des brefs extraits et les délais quant à leur diffusion. Lorsqu'une compensation financière est prévue, elle ne dépasse pas les frais supplémentaires directement occasionnés par la fourniture de l'accès.

Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léo tard)

modifiée par la loi no 2000-719 du 1er août 2000

Article 20-2

Les événements d'importance majeure ne peuvent être retransmis en exclusivité d'une manière qui aboutit à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre.

La liste des événements d'importance majeure est fixée par décret en Conseil d'Etat. Ce décret détermine les conditions d'application du présent article.

Les services de télévision ne peuvent exercer les droits exclusifs qu'ils ont acquis après le 23 août 1997 d'une manière telle qu'ils privent une partie importante du public d'un autre Etat membre de la

Communauté européenne ou d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen de la possibilité de suivre, sur un service de télévision à accès libre, les événements déclarés d'importance majeure par cet Etat.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille au respect par les services de télévision des dispositions du présent article.

Décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de la culture et de la communication,

Vu la directive du Conseil des Communautés européennes 89/522/CEE du 3 octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, modifiée par la directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil du 30 juin 1997, notamment son article 3 bis ;

Vu la Convention européenne sur la télévision transfrontière, ouverte à la signature le 5 mai 1989, amendée par le Protocole adopté par le comité des ministres du Conseil de l'Europe le 9 septembre 1998, ouvert à l'acceptation par les Parties à la Convention le 1er octobre 1998, notamment son article 9 bis, ensemble les lois n° 94-542 du 28 juin 1994 et n° 2001-1210 du 20 décembre 2001 qui en autorisent l'approbation et les décrets n° 95-438 du 14 avril 1995 et n° 2002-739 du 30 avril 2002 qui en portent publication ;

Vu l'accord sur l'Espace économique européen signé à Porto le 2 mai 1992 et le protocole portant adaptation de cet accord signé à Bruxelles le 17 mars 1993, notamment son annexe X, ensemble la loi n° 93-1274 du 2 décembre 1993 qui en autorise la ratification et le décret n° 94-43 du 1er février 1994 qui en porte publication ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment son article 20-2 ;

Vu la lettre du 7 avril 2004 de la Commission européenne relative au projet des mesures transmis par la France pour la mise en oeuvre de l'article 3 bis de la directive 89/552/CEE, modifiée par la directive 97/36/CE ;

Le Conseil d'Etat (section de l'intérieur) entendu,

Article 1

Le présent décret fixe les conditions dans lesquelles doit être assurée par les éditeurs de services de télévision la retransmission exclusive des événements d'importance majeure afin qu'une partie importante du public ne soit pas privée de la possibilité de les suivre sur un service de télévision à accès libre.

TITRE Ier : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA DIFFUSION DES ÉVÉNEMENTS D'IMPORTANCE MAJEURE SUR LE TERRITOIRE FRANÇAIS.

Article 2

Pour l'application du présent titre, est regardé comme :

a) "Editeur de services de télévision à accès libre" : tout éditeur d'un service de télévision dont le financement ne fait pas appel à une rémunération de la part des usagers et dont les émissions peuvent être effectivement reçues par au moins 85 % des foyers de France métropolitaine ;

b) "Editeur de services de télévision à accès restreint" : tout éditeur d'un service de télévision qui ne remplit pas les deux conditions fixées à l'alinéa précédent.

Article 3

La liste des événements prévue à l'article 20-2 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée est arrêtée comme suit :

1° Les jeux Olympiques d'été et d'hiver ;

2° Les matchs de l'équipe de France de football inscrits au calendrier de la Fédération internationale de football association (FIFA) ;

3° Le match d'ouverture, les demi-finales et la finale de la Coupe du monde de football ;

4° Les demi-finales et la finale du Championnat d'Europe de football ;

5° La finale de la Coupe de l'Union européenne de football association (UEFA) lorsqu'un groupement sportif inscrit dans l'un des championnats de France y participe ;

6° La finale de la Ligue des champions de football ;

7° La finale de la Coupe de France de football ;

8° Le tournoi de rugby des Six Nations ;

9° Les demi-finales et la finale de la Coupe du monde de rugby ;

10° La finale du championnat de France de rugby ;

11° La finale de la coupe d'Europe de rugby lorsqu'un groupement sportif inscrit dans l'un des championnats de France y participe ;

12° Les finales des simples messieurs et dames du tournoi de tennis de Roland-Garros ;

13° Les demi-finales et les finales de la Coupe Davis et de la Fed Cup lorsque l'équipe de France de tennis y participe ;

14° Le Grand Prix de France de formule 1 ;

15° Le Tour de France cycliste masculin ;

16° La compétition cycliste "Paris-Roubaix" ;

17° Les finales masculine et féminine du championnat d'Europe de basket-ball lorsque l'équipe de France y participe ;

18° Les finales masculine et féminine du championnat du monde de basket-ball lorsque l'équipe de France y participe ;

19° Les finales masculine et féminine du championnat d'Europe de handball lorsque l'équipe de France y participe ;

20° Les finales masculine et féminine du championnat du monde de handball lorsque l'équipe de France y participe ;

21° Les championnats du monde d'athlétisme.

Article 4

L'exercice par un éditeur de services de télévision, sur le territoire français, des droits de retransmission acquis à titre exclusif, après le 23 août 1997, sur l'un des événements d'importance majeure mentionnés à l'article précédent ne peut faire obstacle à la retransmission de cet événement par un service de télévision à accès libre, laquelle doit alors être intégrale et assurée en direct, sauf dans les cas suivants :

1° La retransmission de l'événement mentionné au 15° de l'article 3 peut être limitée à des moments significatifs, conformément à l'usage de diffusion de cet événement ;

2° La retransmission des événements mentionnés aux 1° et 21° de l'article 3 peut être limitée à des moments représentatifs de la diversité des disciplines sportives et des pays participants et assurée en différé lorsque des épreuves ont lieu simultanément ;

3° La retransmission des événements d'importance majeure peut aussi être assurée en différé lorsque l'événement a lieu entre 0 et 6 heures, heure française, à la condition que sa diffusion en France débute avant 10 heures ;

Le fait, pour un éditeur de services de télévision à accès restreint faisant appel à une rémunération de la part des usagers et dont les émissions peuvent être reçues dans les conditions mentionnées au a de l'article 2 du présent décret, de diffuser cet événement intégralement et en direct, sous réserve des dispositions qui précèdent, sans le soumettre à des conditions d'accès particulières, n'est pas regardé comme faisant obstacle à la retransmission d'un événement d'importance majeure par un service de télévision à accès libre.

Article 5

Afin de permettre la retransmission d'un événement d'importance majeure par un éditeur de services de télévision à accès libre dans les conditions prévues à l'article 4, un éditeur de services de télévision titulaire de droits exclusifs de retransmission pour tout ou partie d'un événement d'importance majeure et qui n'est pas en mesure de respecter ces conditions doit, dans un délai raisonnable avant l'événement, formuler, selon des modalités de publicité permettant l'information des éditeurs de services de télévision à accès libre, la proposition de céder des droits permettant d'assurer la

retransmission de cet événement dans les conditions prévues à l'article 4. Cette offre doit être faite selon des termes et conditions de marché équitables, raisonnables et non discriminatoires.

Si, en réponse à cette offre, aucune proposition d'un éditeur de services de télévision n'est formulée ou si la proposition n'est pas formulée selon des termes et conditions de marchés équitables, raisonnables et non discriminatoires, l'éditeur titulaire de droits exclusifs peut exercer ceux-ci sans satisfaire aux conditions prévues à l'article 4.

TITRE II : DISPOSITIONS APPLICABLES À LA DIFFUSION DES ÉVÉNEMENTS D'IMPORTANCE MAJEURE SUR LE TERRITOIRE D'AUTRES ÉTATS EUROPÉENS.

Article 6

Les dispositions du présent titre s'appliquent aux éditeurs de services de télévision relevant de la compétence de la France qui assurent la retransmission télévisée, sur le territoire d'un autre Etat, membre de l'Union européenne, partie à l'accord sur l'Espace économique européen ou partie à la Convention européenne sur la télévision transfrontière, d'un événement désigné par cet Etat comme d'une importance majeure pour la société de ce pays au sens des dispositions de la directive 89/552/CEE du 3 octobre 1989 susvisée et ont acquis les droits de retransmission de cet événement après le 23 août 1997.

Article 7

Les éditeurs de services de télévision relevant de la compétence de la France exercent, dans un Etat visé à l'article 6, les droits de retransmission acquis sur un événement d'importance majeure, tel que défini par cet Etat, d'une manière qui ne prive pas une partie importante du public de la possibilité de suivre ces événements en direct ou en différé, sur un service de télévision à accès libre au sens des dispositions de l'article 3 bis de la directive du 3 octobre 1989 précitée.

Article 8

Lorsqu'un éditeur de services de télévision relevant de la compétence de la France assure la retransmission d'un événement d'importance majeure dans l'un des Etats visés à l'article 6, il doit satisfaire aux conditions mises par cet Etat pour la retransmission de l'événement par l'éditeur de services de télévision.

TITRE III : DISPOSITIONS FINALES.

Article 9

Saisi par un éditeur de services de télévision ou de sa propre initiative, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut rendre un avis sur les conditions d'application des dispositions du présent décret.

Article 10

Un décret en Conseil d'Etat ultérieur fixera la liste des événements d'importance majeure et les conditions de leur retransmission télévisée pour les départements d'outre-mer, Saint-Pierre-et-Miquelon, Mayotte, la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie française et les îles Wallis et Futuna, en prenant notamment en considération les spécificités de chacune de ces collectivités et les particularités techniques de la diffusion télévisée outre-mer.

Article 11

Le ministre de la culture et de la communication et la ministre de l'outre-mer sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Par le Premier ministre : Jean-Pierre Raffarin

Le ministre de la culture et de la communication, Renaud Donnedieu de Vabres

La ministre de l'outre-mer, Brigitte Girardin

Annexe 4

Délibération du 1er octobre 2014 du CSA relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques, notamment son article 8, modifiée par la directive 98/48/CE du 20 juillet 1998 ;

Vu la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010, notamment son article 15 ;

Vu la notification n° 2014/044/F du 26 mai 2014 à la Commission européenne ;

Vu le code du sport, notamment son article L. 333-7 ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 1, 3-1 et 20-4 ;

Vu la consultation des organisateurs de manifestations sportives mentionnés à l'article L. 331-5 du code du sport ;

Vu les réponses à la consultation publique relative à la détermination des conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives ouverte par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 22 juillet 2013 ;

Vu l'avis du Comité national olympique et sportif français du 19 septembre 2014 ;

Après en avoir délibéré,

Décide :

La loi n° 2012-158 du 1er février 2012 visant à renforcer l'éthique du sport et les droits des sportifs a modifié le sixième alinéa de l'article L. 333-7 du code du sport qui dispose désormais : « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les conditions de diffusion des brefs extraits prévus au présent article après consultation du Comité national olympique et sportif français et des organisateurs de manifestations sportives mentionnés à l'article L. 331-5. ».

Aux termes de l'article 20-4 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication : « L'article L. 333-7 du code du sport est applicable aux événements de toute nature qui présentent un grand intérêt pour le public ».

Au vu des dispositions législatives précitées, de l'avis du Comité national olympique et sportif français du 19 septembre 2014 et des contributions des organisateurs de manifestations sportives et des autres personnes intéressées à la consultation publique ouverte par le Conseil le 22 juillet 2013, la présente délibération a pour objet de fixer les conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public ayant donné lieu à la concession de droits d'exploitation audiovisuelle (ci-après dénommés « brefs extraits »).

1. Champ d'application

La présente délibération est applicable à l'ensemble des services de télévision établis en France, et à leurs services de médias audiovisuels à la demande qui mettent à disposition du public le même programme en différé (ci-après également dénommés « services de télévision de rattrapage »).

2. Exercice du droit aux brefs extraits

Les services de télévision détenteurs de droits d'exploitation audiovisuelle d'une compétition sportive ou d'un événement autre que sportif d'un grand intérêt pour le public, et leurs services de médias audiovisuels à la demande qui mettent à disposition du public le même programme en différé, ne font pas obstacle à la diffusion, par un autre service de télévision et ses services de médias

audiovisuels à la demande qui mettent à disposition du public le même programme en différé, de brefs extraits de cette compétition ou de cet événement prélevés à titre gratuit, dès lors que les conditions suivantes sont réunies :

- la diffusion des extraits a lieu après la fin de la première diffusion du programme du service détenteur des droits au sein duquel sont prélevés ces extraits ;
- l'identification du service détenteur des droits des images prélevées est clairement assurée lors de la diffusion de chaque extrait, pendant une durée minimale de cinq secondes.

3. Origine des images prélevées au titre du droit aux brefs extraits

Les services de télévision non détenteurs des droits d'exploitation audiovisuelle d'une compétition sportive ou d'un événement autre que sportif d'un grand intérêt pour le public prélèvent de brefs extraits de la compétition ou de l'événement concerné au sein des retransmissions diffusées en direct par un service détenteur de ces droits.

Lorsque la compétition sportive ou l'événement donné n'ont pas fait l'objet d'une retransmission en direct, les brefs extraits sont prélevés au sein des retransmissions diffusées en différé par un service détenteur des droits ou au sein des résumés diffusés dans des émissions d'information, au sens de la présente délibération, proposées par un service détenteur des droits.

4. Destination des brefs extraits par un service de télévision non détenteur des droits des mêmes images

Les images d'une compétition sportive ou d'un événement autre que sportif d'un grand intérêt pour le public prélevées au titre du droit aux brefs extraits peuvent être diffusées au cours d'une émission d'information.

On entend par émissions d'information au sens de la présente délibération :

- les journaux télévisés et les bulletins d'information réguliers ;
- les magazines sportifs pluridisciplinaires ou d'information générale, d'une fréquence au moins hebdomadaire.

Pour les émissions d'information ayant une fréquence au moins quotidienne, les brefs extraits peuvent être utilisés dans les vingt-quatre heures suivant la fin de la première diffusion du programme du service détenteur des droits au sein duquel ont été prélevés ces extraits.

Pour les émissions d'information ayant une fréquence inférieure (jusqu'à hebdomadaire), les brefs extraits peuvent être, pour une émission donnée, utilisés seulement dans la première édition de cette émission qui suit la fin de la première diffusion du programme du service détenteur des droits au sein duquel ont été prélevés ces extraits.

Les brefs extraits ne peuvent constituer l'intégralité des images diffusées dans le cadre de rubriques d'émissions d'information au sens de la présente délibération faisant l'objet d'un dispositif de parrainage spécifique.

5. Durée maximale de diffusion des brefs extraits par un service de télévision non détenteur des droits des mêmes images

La durée de diffusion de brefs extraits d'une compétition sportive ou d'un événement donné n'excède pas une minute trente secondes par heure d'antenne.

La durée de diffusion de brefs extraits d'une compétition sportive donnée n'excède pas trois minutes par journée de compétition et, s'agissant des compétitions régulières de sport collectif, par journée de compétition régulière de sport collectif.

Est considérée comme une journée de compétition ou d'événement, au sens de la présente délibération, une période courant du début du déroulement des épreuves de la compétition ou de l'événement lors d'un jour calendaire donné jusqu'à minuit le même jour.

Est considérée comme une journée de compétition régulière de sport collectif, au sens de la présente délibération, la période au cours de laquelle l'ensemble des rencontres d'une même phase de compétition se déroule (par exemple, au jour de la présente délibération, s'agissant d'une « journée » de Ligue 1 de football disputée intégralement au cours d'un week-end, du coup d'envoi de la première rencontre, le vendredi soir ou le samedi après-midi, jusqu'à la fin de la dernière rencontre

le dimanche soir).

La durée de diffusion de brefs extraits d'une rencontre donnée d'une compétition régulière de sport collectif n'excède pas trente secondes par rencontre.

Les brefs extraits diffusés par un service de télévision non détenteur des droits d'une compétition ou d'un événement donné ne peuvent couvrir l'intégralité de ladite compétition ou dudit événement. S'agissant des compétitions régulières de sports collectifs dans le cadre desquelles plusieurs rencontres sont organisées par journée de compétition, les images diffusées sont limitées, pour chaque journée de compétition, à des extraits du nombre de rencontres immédiatement inférieur à l'intégralité des rencontres que comporte la journée de compétition (par exemple, au jour de la présente délibération, neuf rencontres de Ligue 1 de football par journée ou six rencontres de Top 14 de rugby par journée). Dans le cas d'une compétition ou d'une partie d'une compétition organisée selon une formule à élimination directe, cette disposition s'applique à partir de l'organisation au cours d'une même journée d'un nombre strictement supérieur à sept.

Dans le cadre de la diffusion d'images d'une compétition sportive d'une durée globale inférieure ou égale à six minutes prélevées au titre du droit aux brefs extraits, la durée de diffusion des extraits n'excède pas 25 % de la durée totale de la compétition, sans qu'il puisse être imposé une durée inférieure à 15 secondes.

6. Durée de mise à la disposition du public des brefs extraits par un service de télévision non détenteur des droits des mêmes images de la compétition ou de l'événement concernés sur son service de télévision de rattrapage

Les brefs extraits mis à la disposition du public par un service de télévision de rattrapage non détenteur des droits exclusifs sont mis à la disposition du public pendant une durée maximale de sept jours à compter de la première diffusion sur le service de télévision dont le service de télévision de rattrapage reprend les programmes.

7. Diversité des disciplines sportives exposées dans le cadre de la diffusion de brefs extraits

Les éditeurs de services de télévision ayant recours, dans le cadre de leurs émissions d'information au sens de la présente délibération, à de brefs extraits de compétitions sportives, assurent une exposition annuelle effective, dans ces émissions, d'un minimum de vingt-quatre disciplines sportives au titre de la diffusion de brefs extraits. Ce volume minimal tient compte de la diversité des pratiques sportives exposées (pratique masculine, féminine, adaptée).

La présente délibération entrera en vigueur le 1er janvier 2015. Un bilan d'étape sera réalisé dans les six mois suivant son adoption au vu des pratiques constatées et de l'expérience acquise durant cette période.

La délibération n° 2013-2 du 15 janvier 2013 relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public est abrogée à compter de l'entrée en vigueur de la présente délibération.

La présente délibération sera publiée au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 1er octobre 2014.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,

O. Schrameck

Annexe 5- Plus fortes audiences de la télévision en France

25 plus fortes audiences historiques de la télévision en France							
	Date	Chaîne	Programme	Genre	Sport	Télespectateurs	% audience
1	05/07/2006	TF1	Portugal - France Football, Mondial 2006, 1/2 finale	Sport	Football	22 220 000	76.7
2	09/07/2006	TF1	France - Italie Football, Mondial 2006, finale	Sport	Football	22 144 000	80.3
3	02/07/2000	TF1	France - Italie Football, Euro 2000, finale	Sport	Football	21 441 000	77.5
4	10/07/2016	M6	Portugal - France Football, Euro 2016, finale	Sport	Football	20 827 000	72.9
5	12/07/1998	TF1	France - Brésil Football, Mondial 98, finale	Sport	Football	20 577 000	75.6
6	02/07/2000	TF1	Euro 2000 Football, remise de la Coupe	Sport	Football	20 279 000	79.5
7	12/07/1998	TF1	Mondial 1998 Football, remise de la Coupe	Sport	Football	19 844 000	78.3
8	27/06/2006	TF1	Espagne - France Football, Mondial 2006, 1/8e de finale	Sport	Football	19 565 000	67.9
9	07/07/2016	TF1	Allemagne - France Football, Euro 2016, 1/2 finale	Sport	Football	19 231 000	68.8
10	23/06/2006	TF1	Togo - France Football, Mondial 2006, groupe	Sport	Football	18 332 000	70.0
11	28/06/2000	France 2	France - Portugal Football, Euro 2000, 1/2 finale	Sport	Football	18 325 000	70.5
12	13/10/2007	TF1	Angleterre - France Rugby, Mondial 2007, 1/2 finale	Sport	Rugby	18 308 000	67.4
13	18/06/2006	TF1	France - Corée du Sud Football, Mondial 2006, groupe	Sport	Football	18 051 000	66.7
14	01/07/2006	TF1	Brésil - France Football, Mondial 2006, 1/4 de finale	Sport	Football	17 939 000	73.1
15	08/07/1998	TF1	France - Croatie Football, Mondial 98, 1/2 finale	Sport	Football	17 698 000	67.5
16	29/05/1991	TF1	Marseille - Belgrade Football, Ligue des Champions 91, finale	Sport	Football	17 544 000	68.3
17	26/12/1992	TF1	Le grand bluff	Divertissement	Non	17 494 000	74.0
18	03/07/2016	M6	France - Islande Football, Euro 2016, 1/4 de finale	Sport	Football	17 179 000	60.0
19	04/07/2014	TF1	France - Allemagne Football, Mondial 2014, 1/4 de finale (17h45)	Sport	Football	16 900 000	72.1
20	20/06/2014	TF1	France - Suisse Football, Mondial 2014, groupe	Sport	Football	16 742 000	61.6
21	06/10/2007	TF1	Nouvelle-Zélande - France Rugby, Mondial 2007, 1/4 de finale	Sport	Rugby	16 664 000	64.9
22	25/02/1994	France 2	Jeux Olympiques d'Hiver Patinage libre dames	Sport	Football	16 618 000	62.0
23	26/05/1993	TF1	Marseille - Milan AC Football, Ligue des Champions 93, finale	Sport	Football	16 567 000	65.7
24	23/02/1992	TF1	L'Ours	Film	Non	16 351 000	68.0
25	25/06/2000	TF1	France - Espagne Football, Euro 2000, groupe	Sport	Football	16 318 000	64.6

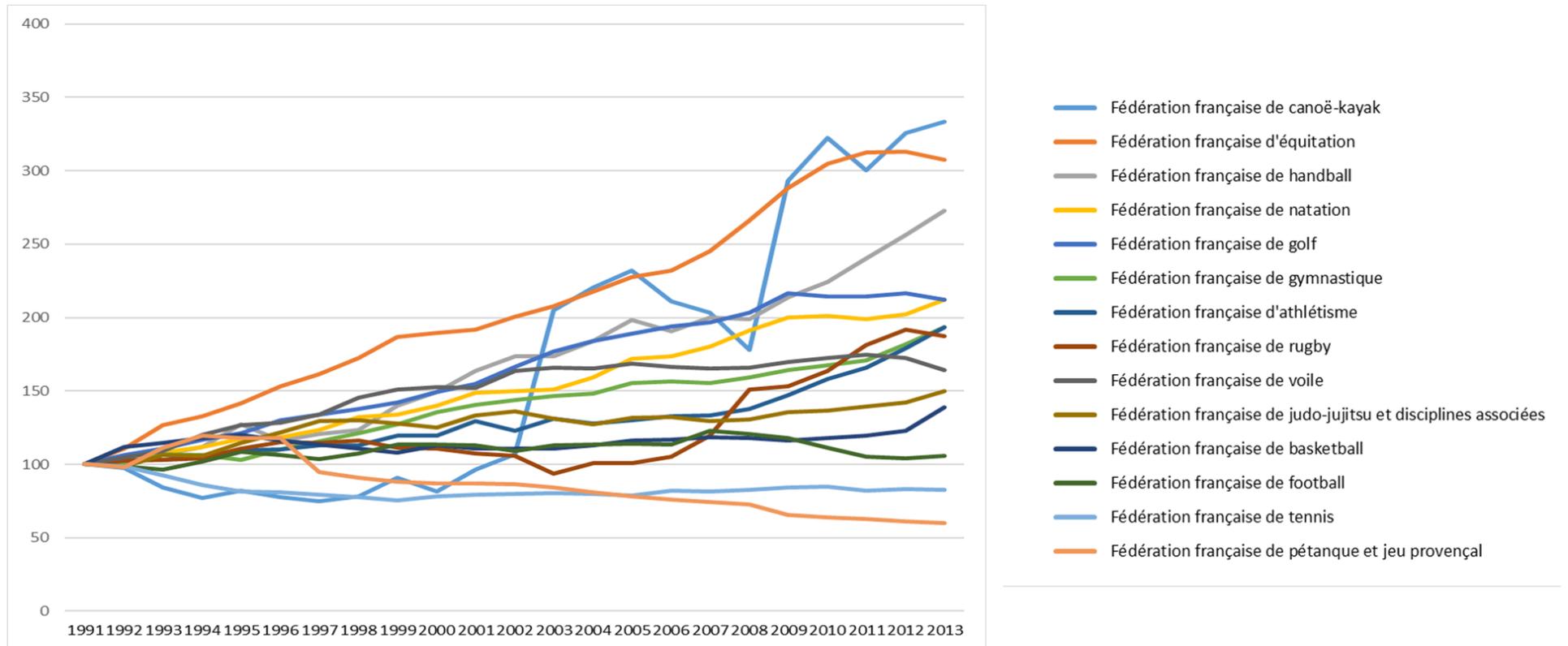
25 plus fortes audiences Télé de la période 2007 - 2015

	Date	Chaîne	Programme	Genre	Sport	Télespectateurs	% audience
1	04.07.14	TF1	France - Allemagne Coupe du Monde 2014, 1/4 de finale	Sport	Football	16,9	72
2	20.06.14	TF1	Suisse - France Coupe du Monde 2014, groupe	Sport	Football	16,74	62
3	30.06.14	TF1	France - Nigeria Coupe du Monde 2014, 1/8e de finale	Sport	Football	16	70
4	15.06.14	TF1	France - Honduras Coupe du Monde 2014, groupe	Sport	Football	15,84	57
5	23.10.11	TF1	France - Nouvelle-Zélande CdM Rugby 2011, Finale (10h)	Sport	Rugby	15,39	82
6	17.06.10	TF1	France - Mexique Coupe du monde, match de poule	Sport	Football	15,15	56
7	11.06.10	TF1	Uruguay - France Coupe du monde, match de poule	Sport	Football	14,99	57
8	25.06.14	TF1	Equateur - France Coupe du Monde 2014, groupe	Sport	Football	14,65	62
9	28.11.10	TF1	Bienvenue chez les Ch'tis	Film	Non	14,4	51
10	11.07.10	TF1	Pays-Bas - Espagne Coupe du monde, finale	Sport	Football	14,11	63
11	13.07.14	TF1	Allemagne - Argentine Coupe du Monde 2014, finale	Sport	Football	13,58	61
12	07.12.14	TF1	Intouchables	Film	Non	13,58	49
13	19.11.13	TF1	France - Ukraine Qualifications Mondial 2014, barrage retour	Sport	Football	13,52	46
14	16.03.12	TF1	Le Bal des Enfoirés	Enfoirés	Non	13,29	53
15	17.06.08	M6	France - Italie Euro 2008, groupe	Sport	Football	13,2	48
16	01.07.12	TF1	Espagne - Italie Euro 2012, finale	Sport	Football	12,92	48
17	15.03.13	TF1	La boîte à musique des Enfoirés	Enfoirés	Non	12,72	53
18	13.06.08	TF1	Pays-Bas - France Euro 2008, groupe	Sport	Football	12,7	52
19	11.03.11	TF1	Dans l'œil des Enfoirés	Enfoirés	Non	12,53	50
20	18.09.11	TF1	Journal de 20h Claire Chazal - Dominique Strauss-Kahn	Information	Non	12,46	44
21	06.03.09	TF1	Les Enfoirés font leur cinéma	Enfoirés	Non	12,295	53,1
22	14.03.14	TF1	Bon anniversaire les Enfoirés	Enfoirés	Non	12,2	52
23	19.06.12	M6	Suède - France Euro 2012, groupe	Sport	Football	12,18	44
24	17.10.15	TF1	Nouvelle-Zélande - France Rugby Mondial 2015, 1/4 de finale	Sport	Rugby	12,03	47,9
25	23.10.11	TF1	Mondial de Rugby 2011 Remise de la Coupe (12h)	Sport	Rugby	12,02	68

Annexe 6- Disciplines sportives reconnues de haut niveau en France

AERONAUTIQUE	Voltige aéronautique	KARATE & D.A.	Karaté do (kumité et kata)	
ATHLETISME	Athlétisme	LUTTE	Lutte olympique (gréco-romaine, libre, féminine)	
AUTOMOBILE	Course automobile sur Circuit (auto et karting)	MONTAGNE ET ESCALADE	Escalade	
	Rallye automobile		Ski de montagne (ou ski alpinisme)	
AVIRON	Aviron	MOTOCYCLISME	Motocyclisme (enduro, circuit, cross et trial)	
BADMINTON	Badminton	NATATION	Natation course	
BASEBALL	Baseball		Natation eau libre	
	Softball		Natation synchronisée	
BASKET-BALL	Basket-ball		Plongeon	
BILLARD	Villard Carambole (Français 3 bandes)		Water-polo	
BOWLING	Bowling	PARACHUTISME	Parachutisme (artistique, PA-voltige, VR)	
BOXE	Boxe anglaise	PELOTE BASQUE	Pelote basque	
CANOE-KAYAK	Canoe-Kayak Course en ligne / marathon	PENTATHLON MODERNE	Pentathlon moderne	
	Canoe-Kayak Descente	PETANQUE	Pétanque	
	Canoe-Kayak Kayak polo		Roller skating Artistique et danse	
	Canoe-Kayak Slalom		Roller skating Course	
COURSE D'ORIENTATION	Course d'orientation (à pieds et à VTT)	ROLLER SKATING	Roller skating In line hockey	
CYCLISME	Bicross (BMX)	RUGBY	Roller skating Rink hockey	
	Cyclisme piste		Rugby à 7 (depuis JO 2016)	
	Cyclisme route (et cyclocross)		Rugby à XV	
	Velo tout terrain (cross-country, descente, trial, dual-slalom, rallye)	RUGBY A XIII	Rugby à XIII	
EQUITATION	Equitation Attelage	SAUVETAGE SECOURISME	Sauvetage sportif	
	Equitation Concours complet	SAVATE BOXE FRANCAISE	Savate boxe française	
	Equitation Dressage		SKI	Ski alpin
	Equitation Endurance	Ski artistique (bosses, half pipe, sauts, ski-cross)		
	Equitation Reining	Ski nordique (fond, saut, combiné nordique, biathlon)		
	Equitation Saut d'obstacle	Surf des neiges (snowboard)		
Equitation Voltige	SKI NAUTIQUE	Ski nautique Classique		
ESCRIME	Escrime (épée, fleuret, sabre)		Ski nautique Wakeboard	
ETUDES ET SPORTS SOUS MARINS	Nage avec palmes	SPORT ADAPTE	Athlétisme	
FOOTBALL	Football		Basket-ball	
FOOTBALL AMERICAIN	Football américain		Football	
GOLF	Golf (depuis JO 2016)			Natation
				Tennis de table
GYMNASTIQUE	Aérobic	SPORT BOULES	Sport boules	
	Gymnastique artistique	SPORTS DE GLACE	Bobsleigh	
	Gymnastique rythmique		Curling	
Trampoline	Danse sur glace			
HALTEROPHILIE	Haltérophilie		Luge	
HALTEROPHILIE	Haltérophilie Force athlétique		Patinage artistique	
			Patinage de vitesse	
HANDBALL	Handball		Skeleton	
HANDISPORT Eté	Athlétisme			
	Aviron			
	Basketball	SQUASH	Squash	
	Cyclisme (route, piste)	SURF	Surf (surfboard, Longboard, bodyboard, bodysurf)	
	Equitation	TAEKWONDO	Taekwondo (combat et technique)	
	Escrime	TENNIS	Tennis	
	Football à 5	TENNIS DE TABLE	Tennis de table	
	Haltérophilie	TIR	Tir à la Carabine	
	Judo		Tir au pistolet/Pistolet	
	Natation		Tir de Plateau (double trap, fosse et skeet olympiques)	
	Tennis	TIR A L'ARC	Tir à l'arc (olympique, en salle et en campagne)	
	Tennis de table	TRIATHLON	Triathlon (CD-LD et duathlon)	
	Tir	VOILE	Voile olympique (dériveurs, multi, PaV, quillards)	
	Tir à l'arc	VOLA VOILE	Vol à voile	
	Voile	VOL LIBRE	Parapente	
HANDISPORT Hiver	Ski alpin	VOLLEY BALL	Volley ball	
	Ski nordique (fond, biathlon)		Volley-ball de plage (beach volley)	
HOCKEY	Hockey sur gazon		Wushu Sanda	
HOCKEY SUR GLACE	Hockey sur glace	WUSHU	Wushu Taolu	
JUDO	Judo			

Annexe 7- Evolution du nombre de licenciés des principales fédérations sportives (base 100 en 1991). Source : Ministère des sports, INSEE



Comptes rendus des auditions

- ACT (Association of Commercial Television in Europe)
- AFP
- ASO (Amaury Sport Organisation)
- Association Nationale des Ligues de Sport Professionnel
- beIN Sports
- Canal +
- CNDS (Centre national pour le développement du sport)
- CNOSF (Comité national olympique et sportif français)
- Comité International Olympique
- Comité paralympique et sportif français
- Conseil supérieur de l'audiovisuel
- DIGES (Délégué interministériel aux grands événements sportifs)
- Equidia
- Eurosport (groupe Discovery)
- Fédération française d'athlétisme
- Fédération française d'équitation
- Fédération française d'escrime
- Fédération française de badminton
- Fédération française de basket-ball
- Fédération française de boxe
- Fédération française de canoé-kayak
- Fédération française de football
- Fédération française de hand-ball
- Fédération française de judo
- Fédération française de natation
- Fédération française de rugby
- Fédération française de tennis
- Fédération française de voile
- Fédération française des sports de glace
- FIFA
- France Télévisions
- GIP Paris 2024
- INA
- La chaîne L'Équipe
- M6
- Orange
- Premier League
- RMC Sport (groupe Altice)
- Sporsora (Association des acteurs de l'économie du sport)
- TF1
- UEFA
- UER (Union Européenne de Radio-Télévision)

**Auditionnés :**

- **Grégoire POLAD, Directeur général,**
- **Emilie Anthonis, Directrice des affaires juridiques et publiques**

7 septembre 2016

L'ACT est l'organisation européenne lobbyiste de la TV privée à Bruxelles, dont les positions reflètent le consensus des membres. Elle n'a pas la vocation d'être une centrale d'achats.

Dans le cadre de la révision de la directive européenne SMA, l'ACT n'a pas agi pour qu'il y ait une modification de l'article relatif aux événements d'importance majeure (EIM). Les Etats membres considèrent en effet qu'il y a aujourd'hui un équilibre satisfaisant.

Ce qui mobilise l'attention aujourd'hui de l'ACT c'est davantage l'accès transfrontalier aux droits et le problème lié à l'extension du droit du pays d'origine à Internet. La révision de la directive cab-sat projette un élargissement du principe du pays d'origine en matière de droit de la communication au public aux vidéos de rattrapage (« replay ») et à la diffusion en simulcast (sont écartées du champ de ce projet de règlement la vidéo à la demande et la webdiffusion). Cette évolution, combinée avec une application du droit de la concurrence visant à limiter la liberté contractuelle des parties, aurait pour conséquence de permettre une détention pan-européenne des droits, vidant la valeur des exclusivités nationales dans de nombreux Etats-membres.

Aujourd'hui par exemple, il y a 27 licences pour l'exploitation des droits de la Premier League. Si le projet de la Commission est adopté et que la liberté contractuelle des acteurs se trouve restreinte, il n'y aura plus qu'une licence avec une exploitation possible pour Sky à travers tous les Etats membres. Soit Sky ne sera pas intéressé par la diffusion sur tous les pays européens, soit elle diffusera elle-même sur Internet avec des commentaires britanniques. La question de la portabilité ne résoudra pas ce débat.

S'agissant du marché publicitaire, le nouveau texte actuellement en discussion de la directive SMA prévoit que le temps de publicité soit réaménagé, passant de 20% du temps d'antenne par heure glissante à 20% en moyenne entre 7 heures du matin et 23 heures. Cette nouvelle règle permettrait aux diffuseurs de concentrer davantage la publicité notamment en prime-time où les audiences sont les plus fortes. Les chaînes pourront améliorer leur rentabilité en diffusant des pages de publicité plus longues avant, pendant et après une compétition.

A noter que l'ACT considère qu'en l'état actuel des choses, les pure players comme Google ou Yahoo! ne constituent pas de réels concurrents pour les broadcasters européens, leur positionnement restant spécifique.

AFP**Auditionnés :**

- **Emmanuel Hoog, PDG,**
- **Marie-Noëlle VALLES, Directrice de la vidéo,**
- **Christophe WALTER-PETIT, Directeur juridique.**

4 juillet 2016

Selon Emmanuel Hoog, pour l'AFP, le sport est un sujet crucial, ceci pour 2 raisons :

- AP et Reuter se sont développés sur la vidéo, et l'AFP commence juste à combler son retard. "Sans vidéo une agence de presse n'est pas une". Aujourd'hui l'AFP c'est 200 vidéos par jour, plus 30 à 40 directs par semaine, produits par la quasi-totalité des 200 bureaux de l'AFP à travers le monde. Cela représente 10 % du CA de l'AFP contre 47 % chez AP, et c'est l'élément dynamique de l'agence. Sur les quelque 5000 clients de l'AFP dans le monde, 600 sont clients de la vidéo. Notre travail de rattrapage n'est pas terminé.

- Sur le marché mondial, l'AFP a besoin d'une spécialisation au-delà de l'aspect forcément généraliste : AP couvre les E-U, Reuter est spécialisé éco et finance depuis 30 ans. Aujourd'hui, 25 à 30 % de la production de l'AFP en textes et photos est voué au sport. AP et Reuter sont plutôt sur les sports nord-américains, puissants mais limités en impact géographique. L'AFP a une vocation sportive plus universelle, même si elle a deux points de force : le football et le cricket).

Au total, l'AFP, c'est 9 vidéos sportives par jour, en qualité systématiquement haute définition. Au cours des derniers mois, l'AFP a couvert 50 disciplines sportives différentes, même si le football (homme, femmes et juniors) représente l'essentiel. Les petites fédérations sont satisfaites de céder y compris gratuitement des droits pour populariser leur discipline. Par ailleurs, l'AFP "est dans l'écosystème de la candidature France 2024".

Le problème est celui de la reprise d'extraits. Autant si une économie s'est stabilisée entre broadcasters autour du dispositif "extraits", autant les agences sont mises largement hors-jeu : soit elles achètent (Reuter et AP ont effectivement un budget achats conséquent que n'a absolument pas l'AFP), soit on arrive à négocier mais c'est difficile. Au-delà même du prix, aujourd'hui les chaînes productrices d'images ne voudraient de toute façon pas, par exemple, "vendre un but" à l'AFP ("dans" le stade, elles accordent tout au plus les minutes de silence post-Charlie, comme étant de l'info), ce qui est peut-être une forme de refus de vente (à expertiser).

NB : à noter qu'une émission comme Télé foot ne peut pas acheter d'images de la Ligue 1 car la LFP refuse toute vente en dehors des deux contrats qu'elle a signé avec BeIn et Canal, lesquels n'ont pas

le droit de revendre à leur tour ⇒ Télé foot ne peut accéder aux images ni en extraits gratuits (magazine mono sport) ni en payant.

Il y a eu une ouverture avec le CIO (et son opérateur OBS, Olympic broadcasting service), qui reconnaît explicitement le rôle des agences, et a créé un "couloir spécifique agences", identifiant explicitement les trois grandes agences. ⇒ Possibilité leur est donnée de récupérer pendant les JO un certain nombre d'extraits et de les commercialiser au niveau mondial. Le prix est très intéressant pour les JO au complet. Cela permet aux clients non détenteurs de droit de disposer, via l'AFP, d'une couverture JO intéressante, factuelle et complète. Ce dispositif couvre le droit à l'information.

Peut-on décliner ce schéma pour la FIFA et l'UEFA ? Peut-on aménager plus largement un couloir "intermédiaires" au niveau des réglementations nationales ? Etant entendu que l'AFP n'en attend aucune recette (les 5000 clients actuels sont au forfait et n'augmenteraient sans doute pas en nombre) et que la bonne politique est de ne pas perturber l'équilibre par une approche trop commerciale. Creuser la notion d'intermédiaire, d'ailleurs reconnue par le législateur, serait une façon pondérée, juridiquement protégée, de faire jouer en plein exercice le droit à l'information.

Par ailleurs, des clubs et sportifs connus, comme le PSG, peuvent aussi avoir intérêt à trouver une visibilité mondiale, via l'AFP, hors de l'enceinte nationale ou européenne et ses réglementations spécifiques. L'argument de l'impact international peut donc aussi être mis en avant.

Il ne s'agit pas de B2C ⇒ donc la question est celle de la régulation qui serait imposée en aval aux clients des images de l'AFP, laquelle a l'habitude d'expliquer clairement à ses clients les conditions d'usage.

La directive européenne dit bien que l'on peut avoir accès aux extraits par la voie d'intermédiaires. Mais l'interprétation qu'en fait le CSA limite cette possibilité aux cas où il n'y a pas de relation directe entre l'offreur et le preneur d'extraits. Par exemple il n'y a pas de diffuseur intéressé par la pelote basque en France. Par ailleurs, la directive ne protège l'accès aux extraits que pour deux destinataires, les chaînes de télévision et leurs services de télévision de rattrapage. Pourtant, le CIO l'a bien fait, semble-t-il en compatibilité avec la directive européenne.

Reste à interroger le périmètre d'intervention et de régulation du CSA s'agissant de ce qui n'est plus vraiment de l'audiovisuel, mais l'univers de l'Internet.

Au pire, rien n'empêche (?) le législateur d'inventer une législation complémentaire sur les brefs extraits en direction des intermédiaires. Voire spécifiquement pour l'AFP au nom de ses obligations d'intérêt général (sports émergents, sport féminin, par exemple) ? Mais Emmanuel Hoog ne demande surtout pas à bénéficier d'un régime de faveur par rapport aux autres agences dans une posture d'accaparement qui passerait forcément pour exclusive et difficile à fonder juridiquement.

**Auditionnés :**

- **Julien GOUPIL, directeur média**
- **Florence COCHOY, directrice juridique**

22 septembre 2016

A titre liminaire, les représentants d'A.S.O. ont fait part de la singularité de leur société :

- qui constitue le principal organisateur privé de compétitions en France, propriétaire de l'un des plus grands événements sportifs au monde, le Tour de France cycliste ;
- qui demeure une filiale essentielle d'un groupe familial, le groupe Amaury, créé à la Libération et qui s'est recentré sur le sport en 2015, avec la vente du titre de presse quotidienne généraliste Le Parisien-Aujourd'hui en France.

Pour autant, cette singularité ne conduit pas A.S.O. à s'éloigner significativement de la logique économique de n'importe quel organisateur de compétitions sportives s'agissant de la valorisation de ses actifs. Les représentants d'A.S.O. ont confirmé que l'objectif de la société en matière d'exploitation audiovisuelle de ses compétitions est de trouver le meilleur équilibre entre exposition la plus large possible et revenus commerciaux tirés de la vente de ces droits pour permettre le développement global de la marque.

Les représentants d'A.S.O. ont ensuite indiqué que des deux termes de cette problématique, la société avait toujours davantage privilégié la visibilité et la large diffusion, ce qui la conduit à demeurer fidèle à son partenariat avec France Télévisions pour la plupart de ses compétitions. Le suivi attentif des impacts sur la popularité de certaines compétitions passées depuis quelques années de la télévision gratuite à la télévision payante, telle que la Formule 1 qui a divisé son audience par 7 en migrant de TF1 à Canal+, doit conduire, selon les représentants d'A.S.O., les organisateurs à faire preuve d'une grande prudence dans leurs choix commerciaux en matière de diffusion télévisuelle.

S'agissant du Tour de France, les représentants d'A.S.O. ont fait part de leur grande satisfaction à l'égard de la relation de confiance entretenue avec l'Union européenne de radiodiffusion (UER). Ce contrat offre à la compétition l'exposition la plus large sur tout le continent européen, sur des chaînes de service public soucieuses tout à la fois d'assurer une qualité optimale de la production, de faire preuve de rigueur de l'information apportée aux téléspectateurs et d'enrichir le spectacle sportif par les aspects patrimoniaux attachés à une épreuve qui mêle histoire de la France et histoire du sport.

A cette couverture large et de qualité, A.S.O. a souhaité ajouter un complément d'offre en cédant également à Eurosport des droits de diffusion pour une exploitation en télévision payante. Cette couverture additionnelle permet d'agréger à l'audience de masse de la télévision gratuite un public

qualifié de téléspectateurs captifs des chaînes de sport. Ainsi, en France, les étapes du Tour de France en moyenne fédèrent 4 millions de Français sur France Télévisions auxquels il faut ajouter, sur Eurosport, 100 000 téléspectateurs (un peu moins depuis la distribution exclusive de la chaîne sur CanalSat).

De ce fait, A.S.O., comme l'ont indiqué ses représentants, observe avec attention et vigilance les évolutions à l'œuvre sur le marché de la télévision gratuite et les changements éditoriaux qui s'y opèrent. Les représentants d'A.S.O. ont sur ce point confirmé la tendance à la concentration massive de la programmation sportive de ces chaînes sur les très rares grands événements sportifs susceptibles de constituer des rendez-vous fédérateurs et identifiants pour les détenteurs de ces droits (Jeux Olympiques, Coupe du monde de football et de rugby, Roland-Garros, Tour de France, VI Nations). Les compétitions saisonnières et « feuilletonnantes » n'y trouvent dès lors, selon les représentants d'A.S.O., plus leur place.

S'agissant de la liste des événements d'importance majeure prévue à l'article 3 du décret du 22 décembre 2004, les représentants d'A.S.O. ont tout d'abord rappelé que leur société organise chaque année, ne serait-ce que dans le domaine du cyclisme, outre le Tour de France et Paris-Roubaix, Paris-Nice, le Critérium international, la Flèche wallonne, Liège-Bastogne-Liège, le Dauphiné et de multiples autres courses à travers le monde. Ce n'est néanmoins pas pour cette raison qu'A.S.O., selon ses représentants, revendique une inscription massive de ces courses sur la liste du décret, alors même que la société cède les droits d'un grand nombre de ces courses dans le cadre d'un contrat unique englobant ses principaux actifs.

A contrario, les représentants d'A.S.O. ont indiqué que l'inscription même du Tour de France pris en tant que tel dans son intégralité pouvait constituer une difficulté pour l'optimisation économique de l'épreuve. En effet, puisque la compétition n'est pas fractionnable (comme peuvent l'être par exemple les Internationaux de tennis de Roland-Garros, pour lequel seules les finales hommes et femmes sont protégées) et que le dispositif des événements d'importance majeure orientent la commercialisation des droits vers une chaîne gratuite, le risque est alors grand, selon les représentants d'A.S.O., d'assister à des pratiques d'entente entre les diffuseurs pour ne pas entrer en concurrence sur ces droits et d'aboutir à une attrition voire une baisse du montant des droits.

S'agissant par ailleurs de Paris-Roubaix, les représentants d'A.S.O. ont indiqué que si cette course constitue indubitablement un géant de l'histoire du cyclisme et même de l'histoire du sport et à ce titre susceptible d'être qualifié d'événement d'importance majeure, son prestige, son attractivité et son poids économique pour le développement du cyclisme demeurent sans commune mesure inférieurs à celui du Tour. Paris-Roubaix, selon les représentants d'A.S.O., est une des reines des classiques, mais se compare ainsi davantage à Milan-San Remo ou à Liège-Bastogne-Liège qu'au Tour de France, qui est un événement planétaire du calendrier sportif.

Les représentants d'A.S.O. ont ainsi souhaité préciser que le partenariat de diffusion télévisuelle de longue durée noué par leur société avec le service public en France et en Europe ne devrait pas avoir pour conséquence d'enfermer cette relation commerciale dans un cadre juridique contraignant. Si aujourd'hui tous les acteurs concernés, vendeur et acheteur des droits mais aussi partenaires commerciaux du Tour et du cyclisme, y trouvaient largement leur compte, nul ne pouvait prévoir le marché de l'audiovisuel à 10 ans, voire 5 ans et cet encadrement des conditions d'exploitation audiovisuelle de la compétition pourrait devenir, à terme, un obstacle au développement économique pour A.S.O. et pour la discipline en France.

S'agissant de la question de la capacité de France Télévisions à supporter à l'avenir les investissements requis par les organisateurs de compétitions sportives pour la cession de leurs droits, les représentants

d'A.S.O. ont indiqué que la problématique de l'accès du groupe public à la publicité ne se pose pas véritablement pour le Tour de France qui continuera à coup sûr à rester une épreuve diurne (sauf exceptions rarissimes). Ils ont précisé que cette faculté de diffusion publicitaire qui s'offre encore à France Télévisions au cours des étapes du Tour de France était néanmoins encadrée par A.S.O. qui a demandé et obtenu du groupe public l'absence de toute coupure publicitaire durant la dernière demi-heure de course de chaque étape.

Concernant les autres compétitions du portefeuille d'A.S.O., aucune d'entre elles ne semble en mesure d'être éligible au dispositif des événements d'importance majeure, pas même le Dakar dont l'attractivité a reculé depuis les années 1980, notamment du fait du débat environnemental qui entoure en France l'organisation de compétitions de sports mécaniques.

Les représentants d'A.S.O. ont ensuite voulu aborder la question de l'évolution du marché de la diffusion audiovisuelle de programmes sportifs, en avouant leur perplexité devant le phénomène à l'œuvre à l'heure actuelle de migration des compétitions les plus importantes de la télévision gratuite vers la télévision payante. Cette évolution constitue, selon les représentants d'A.S.O., une approche sensiblement court-termiste du développement et de la valorisation économique des disciplines sportives. Les effets les plus marquants de cette tendance se mesurent tout à la fois à une évolution perpétuelle de la demande, des chaînes et des acteurs disparaissant aussi rapidement qu'ils apparaissent (TPS, Orange), ainsi qu'à la dégradation des comptes des acheteurs de droits *premium* (Canal+, beIN SPORTS).

La deuxième tendance structurante relevée par les représentants d'A.S.O. porte sur une internationalisation du marché de la diffusion de compétitions sportives, avec un poids croissant des agences de droits (IMG, Wanda) et une tendance au négoce au niveau mondial des droits d'exploitation audiovisuelle des grandes compétitions planétaires, sur lequel se positionnent des groupes multinationaux (Discovery, beIN Media Group).

Par ailleurs, les représentants d'A.S.O. ont fait part de la réflexion perpétuelle que mène la société sur le « produit » audiovisuel élaboré à partir de la compétition. Dans ce cadre, des pistes de développement pourraient conduire à la production, et à la diffusion, de l'intégralité de toutes les étapes du Tour. En effet, les représentants d'A.S.O. ont rappelé que le cyclisme constitue une rare discipline pour laquelle la retransmission télévisuelle débute alors même que l'épreuve a déjà commencé (à l'exception des étapes de montagne du Tour de France).

Association Nationale des Ligues de Sport Professionnel



Auditionnés :

- **Frédéric Besnier, Directeur Association Nationale des Ligues de Sport Professionnel,**
- **Isabelle Collette, Directrice générale de la Ligue Nationale de Volley-ball,**
- **Arnaud Platel, Directeur général de la Ligue Nationale de Cyclisme,**
- **Mickael Contreras, Directeur juridique de la Ligue Nationale de Basket,**
- **Etienne Capon, Directeur général de la Ligue Nationale de Handball,**
- **Jérôme Perlemuter, Responsable juridique de Ligue de Football Professionnel**

11 juillet 2016

Pour F. Besnier, chaque ligue doit pouvoir, en fonction de ses appels d'offres, déterminer librement le bon équilibre entre exposition et vente de droits. Les droits s'envolent, mais seulement pour quelques sports déjà visibles et déjà les plus concernés par la liste du décret de 2004. Les autres droits sont tout à fait accessibles à des diffuseurs qui le souhaiteraient, la vraie question étant que beaucoup de diffuseurs ne sont pas preneurs pour acheter des droits ni pour, derrière, mettre les coûts de production.

Le fonds d'aide audiovisuel du CNDS, dont l'ANLSP est membre du comité d'attribution, est soumis à l'engagement d'un diffuseur et à la présentation d'au moins 50 % de financement.

Aux termes des deux premières années d'existence de ce fonds le constat est qu'il y a très peu de dossiers pour des championnats domestiques ou des événements récurrents, et une sous-utilisation de l'enveloppe. Mais on ne peut juger au bout de 2 ans et il faut soutenir ce fonds.

L'autre levier est la qualité du spectacle donné. Il faut "lever les contraintes" qui empêchent les fédérations organisatrices de maîtriser la qualité des événements sportifs, la valorisation des compétitions avec des enceintes adaptées à recevoir des événements télévisés (jauge, lumière).

[Il existe une différence de traitement entre les événements sportifs domestiques et les compétitions étrangères qui ne sont pas soumises à la même fiscalité. Ceci ne peut qu'encourager à investir dans des compétitions étrangères au détriment de nos compétitions masculines et féminines. Il existe une distorsion puisque les événements étrangers diffusés en France ne sont pas soumis à la taxe Buffet (pourquoi ne pas élargir l'assiette en baissant le taux, par exemple ?). Pourquoi ne pas étendre au sport le système des quotas télé et radio en faveur des œuvres francophones ?

La ligue de volley a passé contrat avec l'Equipe 21 suite à une consultation auprès des différentes chaînes (choix de privilégier la visibilité aux aspects financiers compte tenu du trop faible delta financier entre les offres). Imposer le gratuit n'a pas grand sens pour certains sports compte tenu du faible appétit des chaînes en clair. Même si la Ligue souhaite un développement de la visibilité de ce sport, on est conscient qu'il est parfois contreproductif de se battre sur le nombre de diffusions (problématique des salles peu télégéniques)

Dans le vélo, on essaye de développer un système de bi-diffusion, une chaîne payante se destinant aux spécialistes (Eurosport pour le Tour de France) et une chaîne tous publics (FrTV). Le Tour de France occulte l'existence de 250 jours de courses inscrites au calendrier international de l'UCI pour 110 jours de courses professionnelles françaises inscrites au calendrier international de l'UCI. La qualité d'organisation à la française a fait des preuves, le terrain de sport (les routes de France) est magnifique, mais il y a un problème de volonté des chaînes. Pourtant les chiffres d'audience sur les locales de France 3 d'une épreuve comme les 4 Jours de Dunkerque sont excellents, mais sans demande de la chaîne pour son antenne nationale. Du coup, le vélo "est limité contraint" d'aller prospecter du côté du payant. D'autant que les coûts de production (moyens aériens, etc.) sont très élevés. La venue des géants d'Internet pourrait ne pas être une mauvaise nouvelle à cet égard, financièrement et en termes de modes de diffusion.

A noter la création prochaine de la section "professionnels" du championnat d'Europe sur route, qui aura lieu pour la première fois à Plumelec en septembre de cette année, et qui aurait peut-être vocation à entrer dans le décret.

Côté Ligue de football, on souligne que la Ligue 1 n'a pas vocation à figurer dans la liste des événements d'importance majeure. D'ailleurs, l'Espagne a essayé, pour finalement se mettre d'accord sur 1 match diffusé par semaine, le moins intéressant donc le moins diffusable. L'expérience espagnole n'est donc pas positive. Sur l'équilibre payant / gratuit, la LFP a été la première à signer voici 4 ans un accord avec YouTube et Dailymotion (pour un montant assez faible d'ailleurs par rapport aux autres droits médias vendus par la LFP) pour qu'à partir de minuit soient disponibles gratuitement au niveau français et mondial tous les résumés des matchs et les meilleurs moments. On est ici hors du champ de la législation sur les brefs extraits. Pourtant, la LFP a considéré qu'il s'agissait là d'un produit important permettant au plus grand nombre d'avoir accès à toutes les images de compétitions. Concernant la question posée sur les horaires des matchs, notamment pour une diffusion à l'étranger compte tenu du décalage horaire, la réflexion est toujours présente. Mais le marché étranger ne fait que de 5 % des revenus tirés de la Ligue 1 française. Ceci explique, outre la force des « habitudes télévisuelles », que le moment ne semble pas encore venu de programmer des matchs le midi. La LFP souligne que la Coupe de la Ligue continuera d'être diffusée en clair jusqu'en 2020 grâce au résultat du dernier appel d'offres concernant cette compétition. Les droits ont été attribués à un groupement Canal +/France Télévisions. Coupe de la Ligue à un groupement FrTV / Canal+, qui se séparent les matchs (le "meilleur match" par tour pour FrTV avec codiffusion avec Canal+, tous les autres pour Canal+).

La Ligue de football signale 3 problèmes sur lesquels elle peut apporter des éléments plus détaillés à la mission : le piratage, problème que connaissent également la musique et le cinéma ; les droits radios,

avec l'exception française (sauf le Portugal) qu'on ne puisse pas vendre commercialement le droit de commenter en direct à la radio ; les restrictions sur le sponsoring.

Côté basket, la discipline est confrontée d'une part à sa volonté historique d'accroître sa visibilité, sa notoriété et de garantir l'accès aux amateurs de basket en favorisant l'accès du gratuit et, d'autre part, de vouloir accroître ses revenus en signant avec ALTICE. La LNB a ainsi conclu, parallèlement à l'accord signé avec ALTICE, un contrat avec l'Equipe garantissant la diffusion de 12 rencontres de Championnat ainsi que des rencontres de la LEADERS CUP et des extraits du ALL STAR GAME. Par ailleurs, la LNB diffuse en direct via sa chaîne Dailymotion l'ensemble des rencontres de PRO B

Le LNB peut céder, pour une diffusion en direct et en intégralité à des opérateurs locaux ou digitaux, incluant les Web TV de la LNB et de la FFBB, tout Match du Championnat de France masculin PRO B qu'Altice aurait fait le choix de ne pas diffuser en direct (ou en très léger différé) et en intégralité sur une chaîne linéaire du Groupe Altice

La LNB souhaite signaler les difficultés résultant de l'impossibilité de pouvoir conditionner l'accès aux championnats professionnels à des critères liés aux infrastructures, qu'il s'agisse de l'accession en PRO A ou du passage des championnats fédéraux à la PRO B. Pour le handball, la ligue cherche la diffusion sur le gratuit. Par exemple, le contrat signé par Canal+ prévoyait la possibilité de diffusion sur FrTV en région, à la demande de la Ligue, mais en réalité FrTV n'a pas utilisé ce droit ou seulement 3 fois, pour des raisons invoquées de télescopage avec d'autres disciplines déjà suivies dans les mêmes créneaux horaires (restreints) du samedi ou du dimanche en début d'après-midi. La problématique des chaînes dites en clair est que la récurrence d'un championnat, le fait que toutes les rencontres ne peuvent être des grandes affiches s'adapte mal avec les grilles de programmation des chaînes et la recherche d'un maximum d'audience. Une évolution est envisageable avec des chaînes sportives en clair telles que lequipe21.

Contribution écrite complémentaire
Auteur : Patrick WOLFF, Président de l'ANLSP

5 aout 2016

Monsieur le Sénateur,
Monsieur le Vice-Président de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication.

Nous vous remercions d'avoir auditionné les ligues professionnelles dans le cadre de votre mission temporaire auprès des ministres Mme Audrey Azoulay et M. Patrick Kanner et du Secrétaire d'Etat M. Thierry Braillard ayant pour objet *les préconisations susceptibles d'améliorer l'accès du public à la diffusion d'événements sportifs d'importance majeure et le renforcement médiatique de disciplines sportives ou de pratiques émergentes.*

Les ligues professionnelles souscrivent à l'objectif de la directive européenne "services de médias audiovisuels" (2010/13/UE) de garantir l'accès du public à une information sportive multidisciplinaire. Cette directive et les textes de transposition qui en découlent doivent demeurer des outils au service de l'information du public et non un élément de régulation du marché entre les détenteurs et les non détenteurs de droits.

Le respect et la valorisation des droits de propriété des organisateurs de manifestations sportives sont des conditions essentielles au financement du sport français. Nous pensons que les dispositifs visant à garantir l'accès du public aux événements sportifs doivent être respectueux de ce besoin de financement et ne sauraient avoir pour conséquence de court-circuiter les ayants droits. Il revient à ces derniers, comme c'est le cas pour chacune de nos disciplines, de déterminer l'équilibre entre leurs besoins de financement et la visibilité de leur discipline dans la définition de leur stratégie de développement, et ce notamment à l'occasion de la commercialisation de leurs droits audiovisuels.

Les ligues professionnelles partagent votre volonté de ne pas vouloir élargir la portée de la liste des événements dits d'importances majeures définies par le décret du 22 décembre 2004 tout en lui donnant de la cohérence.

Nous sommes en effet pour un statut quo en la matière pour ce qui concerne les compétitions de sport collectif concernées (finale du TOP 14 en l'occurrence) tout en souscrivant à la piste d'action qui pourrait être d'étendre l'application de deux types de compétition déjà prévus par ce décret :

- Les finales masculine et féminine des championnats d'Europe et Mondiaux de Volley dans le cas de la participation de l'équipe nationale comme cela est actuellement prévu pour le basket et le handball.
- Les finales des coupes d'Europe de basket, de handball et de volley lorsqu'un groupement sportif inscrit dans l'un des championnats de France y participe comme cela est actuellement le cas pour le rugby et le football (pour cette discipline la finale de la ligue des champions est en tant que telle mentionnée).

Nous souhaitons également par souci de cohérence et de visibilité de la discipline du cyclisme que les cinq épreuves World tour organisées en France soient inscrites sur cette liste des événements d'importance majeure, soit en plus du Tour de France et le Paris-Roubaix déjà prévus, le Paris-Nice, le Critérium du Dauphiné et la Bretagne Classic ainsi que les championnats de France sur route.

Nous vous communiquons en annexe de ce courrier des éléments et propositions des ligues professionnelles portées collectivement sur des sujets qui nous paraissent liés à votre réflexion abordant les leviers de la compétitivité et du développement de nos disciplines. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez au sujet de la publicité sur les alcools lors des manifestations sportives télévisées, à l'encadrement de la publicité et des parrainages lors des manifestations sportives ainsi qu'à l'élargissement de la taxe dite «Buffet » aux évènements sportifs étrangers diffusés en France.

Les ligues professionnelles sont également à votre disposition pour échanger avec vous dans un autre cadre que cette mission temporaire sur l'enjeu essentiel que constitue la lutte contre le piratage audiovisuel.

Nous voulions enfin vous indiquer notre opposition à toute remise en cause de la récente délibération n° 2014-43 du 1er octobre 2014 du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel *relative aux conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives et d'événements autres que sportifs d'un grand intérêt pour le public*. Ce texte est le résultat d'un travail approfondi et d'un compromis trouvé avec le CSA. Ce compromis fait d'ailleurs suite à un contentieux porté devant le Conseil d'Etat par des fédérations et des ligues professionnelles qui a conduit le CSA à revenir sur une première délibération du 15 janvier 2013 afin d'assurer un équilibre entre le respect des droits de propriété des organisations sportives et l'information du grand public et être en conformité avec la directive européenne sur les Services de Médias Audiovisuels.

Nous sommes évidemment intéressés à être consultés plus précisément si des recommandations de votre mission venaient à concerner le développement de nos disciplines ou l'une de nos compétitions en particulier.

En vous remerciant de nouveau pour l'attention que vous portez à nos positions je vous prie de croire, Monsieur le Vice-Président, en l'expression de ma considération la plus distinguée.



Patrick WOLFF

Président de l'ANLSP

beIN Sports**Auditionnés :**

- **Sophie JORDAN, directrice générale adjointe**
- **Florent HOUZOT, directeur de la rédaction**
- **Arnaud DECKER, conseil (cabinet AD Valorem)**

7 juillet 2016

Dans un premier temps, les représentants de beIN SPORTS ont souhaité dresser un panorama de leur société et du bouquet de chaînes qu'elle édite. Ils ont rappelé que beIN SPORTS 1 a été lancée à l'occasion de l'Euro de football 2012, suivie un mois plus tard par beIN SPORTS 2. Ces chaînes ont été complétées par une offre multicanaux, beIN SPORTS Max²⁰, puis par beIN SPORTS 3, en septembre 2014. Ces trois services de télévision sont édités en France et font donc l'objet d'une convention avec le CSA²¹. L'ensemble de ces chaînes est présent dans les offres commerciales de tous les distributeurs de télévision payante.

beIN SPORTS France édite également un service OTT, beIN SPORTS Connect, qui met à disposition du public sur Internet l'ensemble des chaînes et canaux de la société. Le grand avantage de ce service, selon les représentants de beIN, réside dans la maîtrise de sa commercialisation, sans l'intermédiation d'un distributeur, permettant à la société d'avoir une connaissance plus directe des abonnés du service. Cette faculté est particulièrement stratégique pour beIN qui ne dispose pas de ce niveau d'informations s'agissant de leurs chaînes managées par des distributeurs, qui leur font remonter des informations partielles sur leurs clients.

²⁰ qui permet de voir jusqu'à 7 rencontres se disputant simultanément de Ligue 1, de coupes européennes de football ou de rugby et bientôt de Ligue 2.

²¹ Le service multicanal est, pour sa part, considéré comme un service associé de beIN SPORTS 1, étant commercialisé dans la même offre au même tarif.

Les représentants de beIN SPORTS sont convaincus du potentiel de développement de l'offre Connect, compte-tenu de l'adaptation de celle-ci aux nouveaux usages et à l'évolution de la demande des consommateurs (accès multi-terminaux). Les efforts de promotion du service vont donc se poursuivre.

Les représentants de beIN ont ensuite confirmé qu'à l'occasion de l'Euro 2016 de football en cours, le nombre d'abonnés du bouquet venait de dépasser les 3 millions. Ce chiffre est assez important rapporté à l'historique de la courbe d'abonnements de Canal+ à compter de son lancement. Ainsi, alors que Canal+ a mis 35 mois pour atteindre les 2 millions d'abonnés, beIN n'a eu, pour sa part, besoin que de 25 mois, en ne captant que des téléspectateurs intéressés par le sport²², pour atteindre ce cap (5 mois pour atteindre le premier million). Les représentants de beIN ne sont pas en capacité de mesurer précisément leur *churn*.

Selon les représentants de beIN, leur percée sur le marché de l'édition de chaînes de sport s'explique en grande partie par trois éléments structurants de leur offre :

- une stratégie d'acquisition de droits *premium* ambitieuse, initiée dès l'entrée de beIN Media Group sur le marché français, avec la captation rapide d'un catalogue de droits de compétitions de football parmi les plus prestigieuses (Ligue 1, Ligue 2, Ligue des Champions, Ligue Europa, Serie A, Bundesliga, éditions 2012 et 2016 de l'Euro) avant même le lancement des chaînes. La négociation commerciale avec les distributeurs, portant notamment sur le tarif de détail, l'attribution du numéro dans les offres, la promotion marketing et la rémunération, s'en est trouvée facilitée ;
- la mise à disposition des ligues et fédérations d'un bouquet de chaînes et de canaux à même de garantir à l'ensemble des participants à leurs compétitions une visibilité significative pour eux et leurs partenaires commerciaux. Ainsi, l'exploitation des droits des coupes d'Europe de rugby a conduit les chaînes beIN à proposer, en 2015-2016 (première année du contrat), l'intégralité des rencontres de tous les clubs français qui les ont disputées, ce qui n'avait jamais été fait par France Télévisions et Canal+, auparavant diffuseurs de ces compétitions ;
- des conditions commerciales extrêmement favorables pour l'abonné, mixant tarif bas (13-14€) et absence d'engagement.

Les représentants de beIN ont ensuite indiqué que la base d'abonnés significative de leur offre leur permettait de fédérer de fortes audiences lors de la diffusion d'événements. Ainsi, certaines rencontres du Championnat du monde de handball au Qatar en 2015 ont dépassé le million de téléspectateurs. Ces audiences sont en ligne avec celles fédérées par certains des « prime times » des chaînes gratuites de la TNT. Lors de la diffusion de France-Suisse au premier tour de l'Euro 2016, beIN SPORTS 1 a ainsi recueilli la 5^{ème} meilleure audience de la soirée.

Le Championnat du monde de handball 2015 a présenté un autre intérêt pour beIN, puisqu'il a permis de procéder à un accord de sous-licence de la partie de la compétition conditionnellement appelée à

²² Ce genre de programmes déclenchait historiquement un abonnement sur deux à Canal+ et depuis le milieu des années 2000, 2 abonnements sur 5.

devenir un événement d'importance majeure (à savoir la finale si la France la disputait), qui allait au-delà de cette obligation légale. En effet, beIN a fait le choix de rétrocéder au groupe TF1 la finale ainsi que la demi-finale de la France (non couverte par le décret). En outre, cette cession s'est opérée très en amont de la compétition pour permettre à TF1 d'assurer l'autopromotion de la diffusion de ces matchs. beIN entend poursuivre dans cette voie dans le cadre de l'exploitation des droits du prochain Championnat du monde de handball, qui se disputera en France en janvier 2017. Un appel à candidatures sera bientôt opéré par beIN pour une sous-licence portant sur les droits de diffusion de certaines des rencontres de cette compétition.

Revenant sur cette question des sous-licences, les représentants de beIN ont également souligné que l'UEFA a souhaité que les 22 meilleures affiches (matchs de l'Equipe de France, finale, demi-finales, la moitié des 1/4 et des 1/8èmes de finale et quelques rencontres attractives du premier tour) soient diffusées sur une chaîne en clair et conservé ces droits pour les sous-licencier directement auprès des chaînes en claire. Au-delà des droits en clair conservé par l'UEFA, beIN a ultérieurement sous-licencié 11 nouvelles rencontres (les 1/4 et 1/8^{ème} de finale restant et d'autres matchs du premier tour) à TF1 à l'issue d'un appel d'offres, ce qui illustre l'idée selon laquelle, selon ses dirigeants jamais beIN SPORTS n'a souhaité être « gatekeeper ». D'emblée, il y a eu recherche des meilleures complémentarités payant / gratuit pour la diffusion de l'événement. En outre, beIN a tenu à produire des résumés de chacune des 51 rencontres et à rendre ces résumés accessibles gratuitement à la fois sur son site Internet et sur les réseaux sociaux.

S'agissant spécifiquement des événements d'importance majeure, les représentants de beIN ont indiqué qu'il ne relevait pas du modèle éditorial d'une chaîne payante de les diffuser en exclusivité sur leurs antennes. Ces services de télévision doivent, selon eux, davantage s'investir, d'une part sur la mise en valeur du feuilleton des compétitions saisonnières (championnats de sports collectifs, Diamond League d'athlétisme, saison de tennis...), d'autre part sur le développement de disciplines. Néanmoins, la position de beIN SPORTS sur la liste actuelle des événements d'importance majeure consiste à constater qu'elle est déjà très longue, qu'elle est bien encadrée par les critères de la Commission et que passer outre cet encadrement et l'allonger encore aurait un effet anticoncurrentiel certain sur un marché des droits qui est désormais animé pour l'essentiel par les chaînes payantes.

Ainsi, selon eux, la situation économique des chaînes gratuites et leur positionnement de plus en plus généraliste (à l'exception notable de L'Equipe 21) font que les chaînes payantes sont de plus en plus souvent seules candidates à retransmettre certaines compétitions, y compris prestigieuses. Le paradoxe de cette situation les conduit alors parfois à construire en quelque sorte l'offre sportive des chaînes gratuites, en sous-licenciant l'ultime dénouement de la compétition, à l'image des Internationaux de Wimbledon, dont plus aucune chaîne gratuite ne veut, sauf lorsqu'un Français arrive en demi-finales ; la chaîne payante est alors invitée à sous-licencier le match à une chaîne gratuite.

Les représentants de beIN ont ensuite indiqué que les exemples de co-diffusion d'un événement d'importance majeure avec une chaîne gratuite observés jusqu'ici (finale du Championnat du monde de handball 2015 ou de la Ligue des Champions de football 2016) n'ont pas permis d'identifier une perte réelle d'audience pour la chaîne. Selon eux, les abonnés suivent les compétitions sur beIN SPORTS car ils savent qu'ils trouvent un accompagnement de la retransmission proprement dite, avec

des programmes complémentaires (magazines, reportages) qui contextualisent davantage l'événement et répondent à leurs attentes. Ceci explique, selon eux, que le taux de satisfaction des abonnés à l'égard du bouquet beIN SPORTS soit de 95% et obtient le plus élevé taux quotidien d'usage de toutes les chaînes de sport.

En conclusion, les représentants de beIN SPORTS ont souhaité que ne soient pas opposées chaînes gratuites et payantes et que ces deux familles étaient conduites à collaborer pour développer le sport français.

Canal +

**Auditionnés :**

- **Maxime Saada, DG du groupe Canal +,**
- **Pierre Lelong, Directeur des acquisitions sport du groupe Canal+,**
- **Peggy le Gouvello, Directrice des relations extérieures,**
- **Amélie Meynard, Direction des relations extérieures**

1^{er} juillet 2016

Dans un premier temps, Maxime Saada souligne que l'offre sportive n'a jamais été aussi large et que l'accès à l'information sportive et aux EIM est parfaitement garantie en France.

Avec l'évolution du paysage concurrentiel, et les difficultés économiques du secteur liées notamment à la multiplication des chaînes TNT, il devient compliqué pour les chaînes d'acquérir des événements sportifs. Les chaînes sont donc confrontées depuis plusieurs années à un effet de ciseau : baisse des revenus et hausse des droits sportifs qui rendent impossible la rentabilité de tels investissements.

En atteste notamment l'exemple de TF1, diffuseur historique de la Formule 1, qui a abandonné cette compétition, récupérée par CANAL+ sans inflation des droits d'acquisition, et sans devoir passer par un partage avec TF1 (pas d'accord trouvé avec Éric Le Lay, directeur des sports de TF1 à l'époque). Cette acquisition a permis à CANAL de gagner de nombreux abonnés amateurs de cette discipline.

Pour un acteur payant, la stratégie est d'avoir l'intégralité d'une compétition (et, de plus, 100 % en payant), afin de simplifier le message envoyé aux abonnés. Aujourd'hui, si un championnat est partagé entre gratuit et payant ou entre 2 acteurs payants, le risque est que le téléspectateur se demande où voir le match et cela se traduit inévitablement par une hésitation à s'abonner et une perte de téléspectateurs. Ce système n'est ni bon pour le sport, ni pour les chaînes.

A cela s'ajoute la logique de la territorialité et de la présence d'acteurs mondiaux télé ou digitaux. Or, face à BEI sports ou Discovery qui achètent des droits monde, CANAL+ ne peut plus se positionner (« *on ne nous le propose tout simplement pas* »). C'est le cas pour les JO de 2024, achetés par Discovery sans que l'on sache comment cet événement sera relayé sur la/les chaînes gratuites.

Pour éviter ce phénomène de mondialisation des acquisitions, CANAL+ souhaite donc que des appels d'offre domestiques (territoire par territoire) soient systématiquement mis en place : « *c'est le principal enjeu* ».

Concernant les montants des droits sportifs acquis par CANAL+, ceux-ci ont augmenté de 80 % entre 2011 et 2016. En 2016, Canal + a dépensé 822 millions pour l'acquisition de droits sportifs, soit 50 % des coûts de grille de la chaîne. « *C'est l'activité la moins rentable de la chaîne* ».

Quelques chiffres évoqués :

- Top 14 : cession des droits pour 97 millions d'euros, contre 10 millions il y a 10 ans
- Ligue 1 : 3 matchs par journée, soit 114 matchs pour 540 millions par saison (256 autres matchs seront sur Beinsports).

A cela il faut ajouter les coûts de production et les coûts éditoriaux, qui sont également élevés.

La multiplication des acteurs, l'inflation des droits et les enjeux liés au financement et la rentabilité ont notamment eu pour conséquence la décision de fermer Sport +.

Dans cette conjoncture, on assiste à un glissement de la problématique de la répartition des compétitions entre chaînes claires / chaînes payantes, à une problématique de concurrence entre chaînes payantes.

En définitive, il y a moins de sport sur l'ensemble des antennes du Groupe. De véritables questions se poseront au prochain appel d'offre de la L1 si l'inflation des droits se confirme...

Concernant l'offre concurrente de SFR Sport, lors des premières discussions, Altice a demandé à Canal+ un minimum garanti disproportionné pour la distribution des nouvelles chaînes sport de SFR.

SFR met en place une véritable stratégie de concentration verticale, de type Orange à l'époque ; les chaînes sport en exclusivité totale étant un appât pour amener un transfert massif des abonnés Orange, Bouygues ou Free vers l'offre SFR-Numéricâble.

Sur la diversité des sports, la chaîne payante a depuis de nombreuses années mis à l'antenne de nouvelles compétitions, de nouveaux sports, dont la production et la promotion ont été assurées par le Groupe, grâce à ces investissements, la valorisation de ces disciplines a explosé (exemple 24 h du Mans et du TOP 14).

Si le sport reste une des principales motivations d'abonnement au Groupe Canal+, les différents éléments évoqués (concurrences domestiques et internationales, inflation des droits...) interrogent nécessairement le modèle économique de certaines de nos offres. Au regard de ces enjeux, le soutien des pouvoirs publics sera essentiel pour préserver l'attractivité des offres payantes et donc l'équilibre précaire du secteur.

CNDS**Auditionnés :**

- **Jean-François GUILLOT, directeur général**
- **Alexandra VIGOUREUX, chef du département des grands événements sportifs internationaux**

8 juillet 2016

En préambule, les représentants du CNDS ont rappelé la genèse du Centre national pour le développement du sport, qui constitue l'émanation de ce qui fut le Fonds national pour le développement du sport, créé en 1979 dans le but de regrouper et de répartir l'ensemble des ressources extrabudgétaires affectées à la promotion du sport français. Le CNDS succéda donc au Fonds national pour le développement du sport (FNDS) en 2006, avec une plus grande autonomie de gestion.

Prenant la forme d'un établissement public, le CNDS a ainsi eu pour mission de consolider le soutien au développement de la pratique sportive (sur un modèle français diversifié très différent du modèle britannique, qui privilégie l'optimisation de la performance), en s'appuyant sur les trois ressources affectées que sont :

- le prélèvement sur les activités de jeux d'argent et de hasard de La Française des Jeux ;
- le produit de la « taxe Buffet », à partir de 1999 ;
- un prélèvement sur le produit des mises encaissées par les opérateurs de paris sportifs, depuis 2010.

De fait, comme l'ont rappelé les représentants du CNDS, une partie substantielle du financement de ce dernier est assis, à hauteur de 30,9 M€, sur une taxe liée à la médiatisation du sport et au produit des recettes de cession de droits d'exploitation audiovisuelle par les organisateurs de compétitions sportives établis en France. Cette taxe représente donc un peu moins 16% du budget global du CNDS, qui s'établit à 254 M€. Pour autant, le rendement de cette taxe a connu un léger recul depuis 2012, notamment du fait du recul du montant des droits de la Ligue 1 (qui est passé de 668 M€ en 2008-

2012 à 608 M€ en 2012-2016) et de l'internalisation, en 2014, de la cession des droits des équipes nationales de football au niveau de l'UEFA, qui a réduit l'assiette de la taxe Buffet de plus de 40 M€/an. Le produit de la taxe Buffet a donc enregistré un repli de –plusieurs millions d'euros dès 2013.

Selon les représentants du CNDS, l'évolution, sans doute nécessaire et inéluctable, dans le sens d'une prise en compte budgétaire de la médiatisation dans le cadre plus large de la problématique du développement du sport en France s'est encore accentuée lors de la création, à la fin de l'année 2013 d'un fonds, géré par le CNDS et abondé à hauteur de 1 M€ pour les exercices 2014 et 2015, pour soutenir la production d'images de sport féminin et de handisport et leur diffusion sur des médias audiovisuels accessibles au plus large public. Pour répondre à cette initiative de la ministre des Sports de l'époque, madame Valérie Fourneyron, le montant nécessaire pour alimenter ce fonds a été pris sur la part territoriale du CNDS.

Comme l'ont rappelé les représentants du CNDS, l'année 2015 a constitué la première année pleine de fonctionnement du fonds et de sa commission composée de représentants de l'Etat, du mouvement sportif et de professionnels du secteur, qui examinent les dossiers de demande pour l'attribution de subventions en vue de la production de retransmissions, de documentaires et de reportages. Cette commission est dirigée par le directeur général du CNDS lui-même, qui dispose d'une délégation pour faire attribuer, sans nécessité de recourir à une décision du conseil d'administration, une subvention d'un montant maximal de 60 000 euros. Les représentants du CNDS ont ainsi indiqué que ce montant avait été dépassé à une seule occasion et qu'une subvention de 108 000 euros avait ainsi été attribuée à la Ligue nationale de volley-ball pour accompagner la production des retransmissions des rencontres de D1 féminine.

Le constat effectué par les représentants du CNDS est qu'au cours des deux exercices de fonctionnement du fonds, l'enveloppe d'1 M€ n'avait jamais été consommée entièrement. Cette non-consommation constitue le principal sujet d'interrogation du CNDS sur ce fonds, dans la mesure où un tel mécanisme financier de soutien non utilisé suscite généralement les réticences du ministère de l'Economie et des Finances à le pérenniser. Face à une sous consommation en 2014 et 2015, il a été convenu de ramener l'enveloppe à 625.000 € pour l'année 2016.

Selon les représentants du CNDS, il importe sans doute que le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) et le Comité paralympique sportif français (CPSF) mettent en place des actions de formation des équipes opérationnelles des fédérations par des professionnels de l'audiovisuel et de la constitution de dossiers de subvention, afin de professionnaliser cette démarche de médiatisation. Les représentants du CNDS ont ainsi rappelé que, dans un premier temps, le CNOSF a été réticent à la mise en place de ce fonds. Comme un nombre de significatif de fédérations s'était exprimé en faveur de ce dispositif, le CNOSF a cédé.

Dans ce même ordre d'idées, le projet, initié dans le cadre des préconisations de la Grande conférence sur le sport professionnel français, de mise en place d'une Conférence permanente sur la médiatisation

du sport féminin est de nature, selon les représentants du CNDS, à instaurer un organe de dialogue entre dirigeants fédéraux et médias et de formation permanente aux attentes de ces derniers.

Cette Commission pourrait également contribuer à travailler sur le deuxième axe de progrès avancé par les représentants du CNDS de levée des frilosités des diffuseurs télévisuels à diffuser des disciplines ou pratiques émergentes. De nombreux témoignages recueillis par les représentants du CNDS témoignent du délai parfois très long pris par les chaînes pour accorder leur engagement de diffusion, condition sine qua non pour l'attribution de la diffusion. En outre, les diffuseurs auraient également tendance à réserver la diffusion de programmes de sport féminin et de handisport à l'impossibilité d'obtenir des droits de diffusion d'une compétition masculine censément plus fédératrice.

Les représentants du CNDS ont ensuite indiqué que la pérennisation de ce fonds est d'autant plus mise en question que l'établissement public soutient financièrement, au-delà du développement du sport pour tous, l'organisation des grands événements sportifs internationaux (Ryder Cup, Mondial masculin de Handball 2017). La tentation est ainsi grande de remettre en cause un fonds non utilisé quand de lourds investissements sont consentis pour la construction et la rénovation d'enceintes et la mise en place de structures d'organisation de haut niveau.

De fait, les représentants du CNDS ont indiqué que le fonds avait été suspendu depuis le mois de mai, à la demande du secrétaire d'Etat aux Sports, en vue d'envisager un projet alternatif en cours d'étude. Les représentants du CNDS s'interrogent sur une possible réflexion avec le CNOSF sur l'affectation de sa ressource la mieux à même de répondre aux objectifs d'exposition médiatique de la diversité des disciplines et des pratiques. Il s'agirait dès lors, selon les représentants du CNDS, d'une réorientation de ce fonds vers un dispositif plus efficient.

Selon les représentants du CNDS, le principal souci posé par ce gel réside dans l'incertitude créée chez les porteurs de projet qui ne les encourage pas à s'engager dans la constitution d'un dossier administratif et à faire acte de candidature.

D'une certaine manière, l'absence de prise en main de ce fonds par le marché s'en trouve renforcée, étayant la critique faite au dispositif. En outre, les représentants indiquent avoir reçu des demandes de subvention qu'il convient de traiter en application de la délibération du conseil d'administration.

Selon les représentants du CNDS, il est effectivement néanmoins nécessaire de s'interroger sur le cadre d'utilisation de ce fonds, qui ne doit peut-être pas se focaliser sur la seule diffusion télévisuelle d'images de sport. Aujourd'hui, les progrès des moyens de production et le développement des nouveaux usages de consommation de contenus audiovisuels plaident sans doute pour une prise en compte accrue du rôle des web-TV et des services non linéaires dans l'exposition du sport au plus grand nombre.

Une autre limite qu'il serait utile de parvenir à dépasser, selon les représentants du CNDS, réside dans la mesure de l'impact de la médiatisation des programmes soutenus, afin de légitimer la dépense publique. Sur ce point, une réflexion serait engagée avec des instituts de mesure d'audience, sur leurs capacités de restitution des audiences, tout en évitant que le coût pour le CNDS de cette mesure d'audience ne soit supérieur à l'enveloppe du fonds.

Une autre stratégie plus ambitieuse avancée par les représentants du CNDS pour l'utilisation de ce fonds consisterait à changer de logique et à lancer un marché de prestation intellectuelle de promotion du sport féminin et du handisport. Dans cette architecture, l'enveloppe d'1 M€ serait gérée par le conseil d'administration du CNDS pour promouvoir la médiatisation du sport féminin sur la base d'un projet donné orienté chaque année dans le cadre d'un appel d'offres et déterminé par la proposition du prestataire retenu. Derrière, cette opération annuelle s'appuierait sur une stratégie de communication, qui la médiatiserait auprès du plus large public. Cette architecture est celle retenue par le Ministère de la santé, avec l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES), ou par le Ministère de la défense, qui opèrent des actions de communication très bien financées. Dans cette perspective, un partenariat avec le CNOSF et le CSPF renforcerait la légitimité du dispositif.

CNOSF**Auditionnés :**

- **Jean-Pierre MOUGIN, vice-président délégué**
- **Soria ZIDELKHILE, directrice déléguée au cabinet du Président**

27 juin 2016

En premier lieu, les représentants du CNOSF ont tracé le panorama de l'offre audiovisuelle de programmes sportifs marquée, selon eux, par une concurrence de plus en plus forte entre chaînes payantes et chaînes gratuites. Cette concurrence se traduit par une difficulté croissante de ces dernières à conserver sur leurs antennes les compétitions les plus prestigieuses et fédératrices, captées sur le marché international et français par les grands groupes de télévision payante.

Selon les représentants du CNOSF, le souhait du mouvement olympique est au contraire que les chaînes gratuites puissent proposer l'offre la plus large possible de disciplines et de compétitions. Ils ont reconnu en outre que dans le contexte budgétaire actuel, il était particulièrement remarquable que France Télévisions soit parvenu à sécuriser les droits des Jeux Olympiques jusqu'en 2020 et puisse encore offrir une couverture importante des prochains Jeux de Rio.

Les représentants du CNOSF ont rappelé qu'en dépit de toutes les volontés de diversification des disciplines sportives exposées en télévision gratuite, l'audience reste le critère-clé, ce qui explique que le football reste le sport majeur, qui capte les convoitises et les investissements des groupes audiovisuels. Au-delà s'ajoutent le rugby, le tennis et de rares autres sports qui tirent leur épingle du jeu.

Ceci explique que le CNOSF ait souhaité en 2010 le lancement d'une chaîne gratuite de la diversité des disciplines et de visibilité des sports olympiques. Lors de l'appel d'offres pour l'attribution d'un canal en diffusion hertzienne numérique terrestre, le CNOSF a ainsi fait le choix d'accompagner le projet porté par le groupe L'Equipe.

Selon les représentants du CNOSF, cette chaîne a fait la preuve de sa capacité à exposer, avec des résultats d'audience significatifs, des disciplines jusqu'ici sous-médiatisées. Les exemples de la pétanque ou du biathlon sont ainsi significatifs : bien que ces sports semblent difficiles à promouvoir auprès des téléspectateurs, très éloignés de leurs attentes d'un spectacle sportif, ils ont réalisé des scores d'audience significatifs. Cet état de fait prouve qu'il y a un espace télévisuel pour l'exposition d'autres sports que ceux déjà largement médiatisés. Les représentants du CNOSF ont ainsi signifié qu'il apparaîtrait particulièrement cohérent, eu égard à ses missions de service public, que France Télévisions joue un rôle accru dans ce mouvement de diversification des disciplines sportives.

Les représentants du CNOSF ont également exposé l'apport que représente le fonds audiovisuel du Centre national pour le développement du sport (CNDS), qui permet de financer 50% des coûts de production d'images de sport féminin et de handisport. Ce fonds permettait de répondre à une critique récurrente des diffuseurs qui stigmatisaient les coûts de production des retransmissions de compétitions sportives féminines ou handisport, venant s'ajouter à de faibles espérances de recettes²³.

Les représentants du CNOSF ont souhaité insister sur le fait qu'il convient d'être mesuré sur la problématique de la médiatisation. Ainsi, certaines disciplines peuvent être aujourd'hui très présentes sur les réseaux sociaux et fédérer un certain public sur ces vecteurs tout en étant accessibles en télévision, sur une chaîne payante, à 2h.

Les représentants du CNOSF ont déclaré que fondamentalement, deux sujets-clés se posaient pour la médiatisation de sports olympiques :

- si les Jeux Olympiques sont un événement majeur très fortement médiatisé, cette attention des médias à l'égard des disciplines olympiques s'estompe quasi-totalement entre deux éditions des Jeux ;
- le CNOSF représente plus de fédérations non olympiques que de fédérations olympiques et ne peut donc se mobiliser en faveur de la médiatisation des seules disciplines olympiques.

C'est la raison pour laquelle le partenariat de L'Equipe 21 visait à la médiatisation de tous les membres du CNOSF.

Comme, s'agissant des disciplines non olympiques, il s'est très vite avéré que la marge de progression était extrêmement limitée, le CNOSF a proposé à L'Equipe 21 le lancement d'un magazine pluridisciplinaire de 26 minutes, *Esprit bleu*, dont la ligne éditoriale est de faire connaître et de couvrir l'actualité des équipes de France de toutes les disciplines. Les représentants du CNOSF ont ainsi déploré qu'il n'y ait plus de magazine olympique au sens strict sur le service public. Cette absence pâtit,

²³ Cf. *Les Enjeux du développement de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels*, Conseil supérieur de l'audiovisuel, janvier 2014, p. 13-14 : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-autres-rapports/Rapport-du-CSA-sur-les-enjeux-du-developpement-de-la-representation-du-sport-feminin-dans-les-medias-audiovisuels>

selon les représentants du CNOSF, à la visibilité et à la valorisation des athlètes, des équipements sportifs, à l'exposition du rôle social joué par le mouvement olympique et ses porte-drapeaux.

Les représentants du CNOSF ont ainsi rappelé que le 23 juin constitue la journée olympique. A cette occasion, le CNOSF a réalisé des actions à destination des enfants, en considérant qu'il s'agit là d'une formidable opportunité pour porter des valeurs. Néanmoins, aucune médiatisation n'a été accordée à cette journée.

D'un point de vue financier, les représentants du CNOSF ont souhaité communiquer quelques chiffres-clés :

- le budget de L'Equipe 21 est de 34 M€ ;
- le budget de production du CNOSF est de 800 000 € ;
- L'Equipe 21 apporte 500 000 € pour financer la production des programmes « CNOSF » ;
- L'Equipe 21 abandonne un volume d'espaces publicitaires pour la visualisation des partenaires commerciaux du CNOSF et des fédérations françaises, valorisé pour un montant d'1 M€.

Selon les représentants du CNOSF, le souhait de ce dernier serait de pouvoir réunir l'enveloppe du CNOSF (budget de production + un montant équivalent à ce qu'apporte L'Equipe 21, à l'avenir apporté par le, ou les, partenaires du CNOSF) et l'enveloppe financière d'1 M€ du fonds audiovisuel du CNDS. Ceci permettrait au CNOSF de disposer d'un fonds d'un montant global de 2,3 M€, lui permettant de soutenir des projets de médiatisation de disciplines olympiques en les accompagnant pour financer la production des images.

Sur ce plan économique, il y a également un vrai sujet qui est celui de la valorisation et de la visibilité des Grandes Evénements Sports Internationaux (GESI). Ces événements (Euro de football 2016, Mondiaux de handball 2017, Ryder Cup de golf 2018...) focalisent l'attention du monde sportif, économique et médiatique à l'international, et donc du CIO, contribuent à l'exposition du savoir-faire français en matière d'organisation d'événements sur notre sol, donnent lieu à des investissements significatifs de la part de l'Etat et des collectivités locales, sur la base de l'imposition des citoyens et ne disposent pourtant pas d'une exposition télévisuelle à la hauteur de ces enjeux. Cette dernière pourrait contribuer à asseoir l'adhésion du public et le consentement des citoyens à soutenir l'organisation de nouveaux événements, notamment les Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris en 2024. Les représentants du CNOSF ont ainsi indiqué que le partenariat avec L'Equipe 21 leur permet de pallier autant que faire se peut le désintérêt des autres chaînes, notamment gratuites, pour ces événements.

Parmi les GESI à venir, un exemple particulièrement éloquent est celui des Championnats du monde de lutte qui se dérouleront 15 jours avant le choix, par le CIO, de la ville hôte des Jeux d'été 2024, qui interviendra à Lima en septembre 2017. A ce jour, aucune chaîne ne se mobilise pour couvrir cette compétition, qui constituera un ultime résonateur de l'adhésion publique à la candidature de Paris pour l'organisation des Jeux 2024.

Le contrat de partenariat avec L'Equipe 21 expire à fin 2016. Dans cette perspective, L'Equipe 21 va lancer, à la mi-juillet, un appel à candidatures, ouvert à toute chaîne gratuite ou payante, en vue d'un partenariat exclusif ou non exclusif. L'attribution de ce partenariat s'effectuera au mois d'octobre 2016, pour une entrée en vigueur du contrat en janvier 2017. Pour les représentants de L'Equipe 21, l'exclusivité de la diffusion du message olympique sur une chaîne unique ne constitue pas, ou plus, une fin en soi.

Comité International Olympique



Auditionnés :

- **Timo Lumme, Directeur de l'unité Télévision et Marketing**
- **Anne-sophie Voumard, Vice-Présidente de l'unité Diffuseurs et droits médias**
- **Jerôme Parmentier, Manager senior l'unité Diffuseurs et droits médias.**

23 septembre 2016

En introduction, Timo Lumme a énoncé un principe du CIO : trouver le moyen d'assurer une diffusion la plus large possible des Jeux Olympiques à travers le monde et en clair.

Les JO c'est :

- 35 sports dont 28 pour les JO d'été et 7 pour les JO d'hiver ;
- 3500 heures de sport en direct pour les JO d'été et presque 1500 heures pour les JO d'hiver.

Le CIO produit les images des Jeux olympiques et paralympiques. via OBS, société de production filiale du CIO.

Pour la vente de ces images, le CIO a changé récemment son fonctionnement. Pour Sotchi et Rio, les droits avaient été cédés à l'agence Sportfive, société en mains du groupe Lagardère spécialisée dans la gestion des droits marketing et audiovisuels sportifs, qui était ensuite chargée de les revendre aux

diffuseurs. Quelques diffuseurs avaient directement négocié avec le CIO, notamment France Télévisions. Dans ce nouveau contrat olympique, il n'y a plus d'intermédiaire.

Le CIO a directement cédé les droits à Discovery pour une exploitation sur 48 territoires européens au terme d'un appel d'offres ouverts à tous les acteurs (pour le continent américain les droits sont cédés à NBC Universal). Le CIO a imposé que 200 heures soient disponibles en clair dans chacun des territoires concernés pour les JO d'été et 100 heures pour les JO d'hiver. Aujourd'hui, Discovery a déjà passé quelques contrats de sous-licence en Europe. Le CIO a protégé les cérémonies d'ouverture et de clôture et les événements d'importance nationale ou internationale.

Le contrat concerne une diffusion sur tous les supports, télévision gratuite et payante, Internet, mobile. Cette dimension numérique est très importante pour le CIO car elle permet de diffuser tous les sports, comme le fait notamment France Télévisions en France. Discovery a une grande capacité de diffusion.

Une des problématiques du CIO est aussi les heures de diffusion par rapport au lieu de déroulement des JO. Il y a un processus de consultation avec les diffuseurs pour essayer de faire en sorte que les sports les plus regardés en Europe soient diffusés en direct aux heures de grande écoute.

Le CIO a lancé sa propre plateforme de diffusion, l'Olympic Channel, pour un budget de 500 millions d'euros. Cette plate-forme a pour objectif de faire vivre les sports olympiques en dehors des JO.

Comité paralympique et sportif français

Auditionnée : Emmanuelle ASSMANN, présidente du Comité paralympique et sportif français

29 août 2016

En introduction, Emmanuelle ASSMANN a rappelé que deux fédérations gèrent le sport pratiqué par les personnes en situation de handicap :

- la Fédération française handisport, qui prend en charge les activités sportives destinées aux handicapés physiques et sensoriels ;
- la Fédération française du sport adapté, qui s'occupe des activités physiques et sportives à destination des handicapés mentaux ou psychiques.

Outre ces deux instances référentes, doivent être mentionnés les départements paralympiques mis en place dans certaines fédérations unisport (canoë-kayak, aviron, badminton, triathlon, taekwondo...).

S'agissant du Comité paralympique et sportif français (CPSF), Emmanuelle ASSMANN a indiqué qu'il regroupe à ce jour 20 fédérations, avec la volonté constante d'attirer de nouveaux membres. La philosophie principale de ce comité est de ne surtout pas nier la spécificité des personnes en situation de handicap, mais de revendiquer en revanche le respect du droit de ces personnes à la pratique d'une activité physique et sportive. L'idée maîtresse rappelée par Emmanuelle ASSMANN est ainsi que si nous voulons éviter que la personne en situation de handicap soit un objet social, il faut tout mettre en œuvre pour lui permettre d'être un acteur de cette société. Parmi les éléments fondamentaux de cette revendication, la pratique des activités physiques et sportives tient une place prépondérante. Emmanuelle ASSMANN a ensuite indiqué que le vocable usité est celui de sport paralympique.

Pour Emmanuelle ASSMANN, si la médiatisation du sport paralympique est très faible, la situation est encore bien pire pour celle du sport adapté, qui constitue une sous-minorité inexistante à la télévision et dans les médias en général.

Les deux principales idées avancées par Emmanuelle ASSMANN pour constituer les bases d'une médiatisation du sport paralympique est, dans un premier temps d'attirer les téléspectateurs, dans un second temps de leur proposer un spectacle qui puisse leur plaire et leur donner envie de revenir et de regarder de nouveau.

Le principal obstacle, selon Emmanuelle ASSMANN, réside dans la nécessité, pour le sport paralympique, de constituer des catégories d'épreuves liées à la capacité fonctionnelle des personnes en situation de handicap d'accomplir un geste sportif donné. Dès lors, la difficulté est de médiatiser cet ensemble de catégories, qui peut conduire le spectateur ou téléspectateur béotien à se trouver perdu et lassé par la succession d'épreuves identiques mais découpées en autant de catégories de handicaps. Pour autant, Emmanuelle ASSMANN a souhaité indiquer que de son point de vue, il n'est pas fondamentalement indispensable que le grand public soit mis en situation de comprendre ces classifications, qui sont parfois ténues, mais simplement qu'il soit confronté à un spectacle sportif qu'il doive seulement apprécier. Il n'apparaît en rien utile de faire du téléspectateur un technicien du handisport, mais simplement qu'il reste un amateur de la performance sportive.

A noter : en 2016 la FFH a produit des petits clips explicatifs appelés « paralympquoi » une sorte de « classification pour les nuls » qui permet d'avoir une base pour pouvoir apprécier le spectacle sportif.

Dans cette perspective de respect du simple spectacle sportif, Emmanuelle ASSMANN a reconnu que le souhait du CPSF n'était pas d'avoir de la diffusion pour de la diffusion et de montrer l'intégralité des compétitions paralympiques, car certaines épreuves peuvent être délicates à appréhender.

Ainsi, Emmanuelle ASSMANN a rappelé que si le Comité paralympique s'était félicité de la diffusion sur les antennes de France Télévisions des Championnats du monde d'athlétisme handisport organisés à Lyon en 2013, la démarche du CPSF était plus d'orienter les médias vers la diffusion de documentaires et de reportages, de nature à donner envie aux personnes handicapées de pratiquer un sport et à les convaincre, ainsi que leurs proches, que cette activité est possible et bénéfique aussi pour eux. C'est pour cette raison que le CPSF s'est nettement positionné en faveur du fonds de soutien du Centre national pour le développement du sport (CNDS) en faveur de la production d'images de sport féminin et sport paralympique.

Sur ce point, Emmanuelle ASSMANN a rappelé que le CPSF avait beaucoup insisté pour que ce fonds finance également des reportages et des documentaires, alors qu'il était initialement conçu pour accompagner la captation de retransmissions. Il avait également milité pour que les diffusions de ces reportages sur Internet, sur les sites internet de vidéos accessibles au plus grand nombre (l'Equipe.fr, France tv sport ...), et non pas seulement sur des chaînes gratuites, puissent rendre éligibles ces productions au fonds de soutien. Cet élargissement du fonds permettait ainsi, selon Emmanuelle

ASSMANN, de dégager davantage de potentialités d'exposition pour les sports paralympiques que les seules diffusions en direct ne l'auraient permis.

Pour autant, Emmanuelle ASSMANN a rappelé que ce fonds était actuellement gelé depuis le printemps 2016. Cette décision s'est avérée ainsi tout à la fois difficilement compréhensible en termes de politiques publiques et très pénalisante pour le sport paralympique, puisqu'à l'orée d'une édition de Jeux Paralympiques, la production d'un certain nombre de reportages, qui auraient pu informer sur la préparation des athlètes et accompagner la promotion de l'événement et de cette pratique auprès du plus large public, n'avait pu être soutenu financièrement.

Un élément important de la problématique du CPSF est que l'International Paralympic Committee (IPC), qui vend les droits des Jeux Paralympiques sur le modèle du CIO, ne redistribue aucune part de ces recettes, à la différence de son homologue olympique. De fait, le CPSF ne peut tirer de revenus de ce seul événement paralympique actuellement significativement exposé à la télévision.

Emmanuelle ASSMANN a ensuite reconnu que la situation du sport paralympique en termes d'exposition télévisuelle n'était somme toute pas si différente de celle de certaines disciplines olympiques sous-médiatisées telles que le canoë-kayak, le triathlon, l'escrime ou la lutte, qui connaissent de réelles difficultés à trouver leur place sur les antennes.

En termes de diffusion télévisuelle des sports paralympiques en France, un cap significatif a été passé en 2014, avec la programmation, sur les antennes de France Télévisions, d'épreuves en direct (60h/6h par jour) dans le cadre de la couverture des Jeux Paralympiques d'hiver de Sotchi. La France a ainsi rattrapé, selon Emmanuelle ASSMANN, une partie du retard qu'elle pouvait avoir sur un pays comme le Royaume-Uni, où le diffuseur public Channel 4 avait créé l'événement à l'occasion des Jeux Paralympiques de Londres, en programmant 500 heures de compétitions.

Emmanuelle ASSMANN a ensuite communiqué quelques données de cadrage sur la participation de la France aux Jeux Paralympiques de Rio. Dans un premier temps, le message porté par le CPSF pour ces Jeux est que tout le monde fait partie de l'Equipe de France, acteurs, famille, proches, entraîneurs.

S'agissant de la délégation française présente à Rio, elle comporte 126 athlètes (contre 160 à Londres), représentant 17 des 22 disciplines présentes aux Jeux Paralympiques. Au total, les Jeux Paralympiques réuniront 160 pays participants et 4 350 athlètes, quota maximal fixé par l'IPC. Emmanuelle ASSMANN a indiqué que la crainte du monde paralympique est que le gigantisme inhérent à l'organisation de ces grandes manifestations internationales ne vienne nuire aux disparités et à la diversité des situations de handicap représenté dans les Jeux.

Dans le cadre de cette compétition, Emmanuelle ASSMANN a rappelé son souhait de ne pas obligatoirement montrer l'intégralité des épreuves (mais par contre un maximum de sports), sachant

que l'IPC, pour sa part, est sensibilisé par les comités nationaux à produire des images de l'intégralité des Jeux. Sur le territoire national, France Télévisions a prévu de diffuser 100 heures de programmes dédiés en direct, soit 10 heures par jour, mariant épreuves sportives, grands documentaires et reportages sur la vie et la préparation des athlètes. Ces programmes seront proposés sur France 4 en première partie de soirée et sur France 2 en deuxième partie de soirée jusqu'à 4h. Emmanuelle ASSMANN a par ailleurs indiqué le souhait du CPSF que France Télévisions puisse inviter des sportifs handicapés dans des émissions autres que sportives (telles qu'*On n'est pas couchés*).

Emmanuelle ASMANN a conclu en indiquant que son souhait d'évolution, en matière d'exposition télévisuelle du sport paralympique, serait de disposer de :

- davantage de diffusions, avec un rendez-vous régulier sous la forme d'un magazine ;
- de fonds pour initier la production d'images, partant du constat que les chaînes ne sont prêtes éventuellement qu'à diffuser.

**Auditionnés :**

- **Olivier Schrameck** Président du CSA,
- **Nathalie SONNAC**, membre du CSA, présidente du groupe de travail Sport du CSA,
- **Christophe Cousin**, directeur des études, des affaires économiques et de la prospective du CSA,

7 juillet 2016

Le sport est un secteur clé de la régulation que peut être amené à jouer le CSA. D'abord pour la masse financière que cela représente pour l'audiovisuel. Ensuite par l'inflation importante des droits, qui met en danger jusqu'à ceux qui ont obtenu les droits (cf. M6 qui fait avec l'Euro des audiences plus habituelles pour TF1 que pour elle, et pourtant n'équilibre pas).

Dans le domaine du sport, le CSA peut jouer le rôle de tiers de confiance, qui non seulement concilie mais en cas de besoin arbitre.

Olivier Schrameck avait souhaité que soit introduite dans la loi du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public une disposition donnant au CSA un rôle permanent de conciliation, de médiation voire d'arbitrage.

Lorsqu'est en cause l'acquisition de droits relatifs à un événement d'importance majeure, Olivier Schrameck voit trois solutions en matière de conciliation faute d'accord des parties :

- soit on fait appel au CSA (conciliation et, à défaut, arbitrage), la meilleure solution selon Olivier Schrameck mais avec la difficulté des délais très réduits des négociations dans ce secteur,
- soit une formation d'arbitrage préconstituée,
- soit "juridictionnaliser" l'opération, mais Olivier Schrameck y est moins favorable, par voie d'un référé de type référé provision qui existe devant le Conseil d'Etat.

Une solution, dont les effets seraient à évaluer au préalable, pourrait être de prévoir pour les EIM la commercialisation par lots distincts, comme le fait la Ligue de rugby avec le Top 14 d'un côté et la finale du Top 14 de l'autre.

On peut imaginer que le CSA soit opérateur du processus de rétrocession : le décret pourrait prévoir que la remise sur le marché soit gérée par le régulateur ou au moins que le CSA soit l'encadreur de cette remise sur le marché. Cependant, comme le souligne Olivier Schrameck, cette solution a l'inconvénient de contraindre fortement les acteurs, dans une régulation très administrée. C'est donc, pour le coup, une décision véritablement politique.

Le CSA entame des travaux sur les contributions économiques du secteur audiovisuel et du sport. On trouve des éléments de doctrine du CSA dans les rapports annuels au Parlement, en particulier le rapport 2014.

Le CSA avait été saisi en 2013 d'un projet de modification du décret auquel il avait donné un avis favorable. Sa position : ne pas "rajouter des tirets aux tirets", et pour l'essentiel étendre toute les protections indistinctement aux compétitions hommes et femmes. Et, bien sûr, supprimer de la liste le Grand Prix de France de F1, en désuétude apparemment pour longtemps.

Quant à rajouter des événements, outre d'éventuels événements culturels dont on ne voit pas vraiment lesquels, on peut penser au handisport, sauf que le mécanisme du décret repose que le fait qu'un diffuseur payant se soit intéressé à la base aux manifestations concernées.

Sur la publicité virtuelle, le CSA a ouvert voici quelques mois une vaste concertation avec tous les partenaires. Sur ce sujet comme sur les questions de parrainage et de "naming" des compétitions, les ligues, à l'exception de la ligue de football, ne sont pas certaines d'en retirer des retombées substantielles. Les exemples étrangers existent, mais globalement assez peu, hors foot. Les autres acteurs, y compris l'Union des annonceurs, considèrent qu'ils ne sont "pas prêts". Quant au diffuseur lui-même, il n'y a aucun intérêt, car pendant la compétition c'est l'organisateur de l'événement qui pilote le signal technique de la publicité virtuelle, alors même que c'est bien le diffuseur qui est responsable juridiquement devant le régulateur. Mais il reste que cet élément de revenus supplémentaires peut rentrer dans le cadre global de la négociation des droits.

Délégué interministériel aux grands événements sportifs**Auditionnés :**

- **Nicolas DESFORGES, Délégué interministériel aux grands événements sportifs**
- **Philippe APPRIOU, responsable du pôle Accompagnement et développement auprès du DIGES**

1^{er} juillet 2016

En guise de préambule, le DIGES a souhaité rappeler les contours de sa fonction et de son mandat.

La délégation interministérielle aux grands événements sportifs a été créée en 2008 pour constituer une structure permanente d'accompagnement des grands événements sportifs internationaux (GESI) que la France organise et souhaite pouvoir organiser en nombre croissant dans les prochaines années. Ces événements constituent en effet un vivier d'emplois et de développement pour l'économie du sport français en particulier, et pour l'ensemble de l'économie du pays pour les plus importants d'entre eux.

Le DIGES a ensuite rappelé les deux missions principales qui lui incombent :

- remplir une fonction d'interface entre l'ensemble des administrations concernées et impliquées dans l'organisation d'un événement sportif sur le sol français, aux niveaux national et local ;
- assurer la promotion et la valorisation de ces GESI sur les plans socio-culturels (acceptabilité de l'organisation de ces événements, constitution d'un mouvement de soutien populaire), économiques (évaluation des bénéfices à court et moyen termes) et internationaux (rayonnement de l'image de la France et de ses compétences d'organisation de grands événements).

En théorie, , le DIGES n'est en charge que des événements accordés à la France et non des projets de candidature, mais l'éventualité de la perspective d'organisation des Jeux Olympiques d'été, plus important événement sportif dans le monde, à Paris en 2024 a justifié que sa structure soit sollicité et œuvre aux côtés de l'ensemble des acteurs impliqués par cette candidature, en organisant notamment

un premier travail de transfert d'expérience et de compétences à l'attention du GIP Ambition olympique.

Rattachée au ministère des sports, la délégation est souvent perçue comme un service de ce ministère, ce qui nuit selon le DIGES à l'identification précise de ses missions par ses partenaires, et à la lisibilité de son action interministérielle.

Le DIGES a ensuite souhaité rappeler que la catégorie des GESI embrassait des événements extrêmement différenciés en termes d'ampleur et d'impact, selon la discipline sportive concernée, le caractère local ou multi-territorial de l'événement, sa durée, son modèle organisationnel (gestion par un organisateur international, par un acteur fédéral national, un GIE ou un GIP ad hoc, etc.), le type de public ciblé (spectateurs dans une enceinte ou grand public), son budget.

Pour autant, du point de vue de leur médiatisation, si certains GESI ne peuvent prétendre à une forte couverture de leur déroulement, des anomalies ont pu être observés, selon le DIGES, comme la sous-médiatisation des Championnats du monde d'aviron 2015 à Aiguebelette ou des Jeux équestres mondiaux (JEM) 2015 en Normandie. De la même manière, les Jeux de la Francophonie, organisés à Nice en 2013, ont été très peu visible sur les antennes des chaînes de télévision, alors qu'il s'agissait d'un moment très important pour le monde francophone, de nature à contribuer grandement au positionnement diplomatique de la France, à son rayonnement et à l'animation de son réseau. A titre de comparaison, les Jeux du Commonwealth britannique constituent une réelle démonstration de cohésion du réseau du Royaume-Uni dans le monde.

Le DIGES a également indiqué que, de son point de vue, la Coupe du monde de rugby féminin organisée en France en 2014 et diffusée sur les antennes de France 4, n'avait pas bénéficié d'une visibilité à la hauteur de l'événement et des enjeux de la médiatisation du sport féminin.

Le DIGES a ainsi avancé que lorsque ces compétitions étaient par exemple exposées aux responsables de L'Equipe, ces derniers répliquaient que c'était d'abord le football qui intéressait son lectorat.

Or, selon le DIGES, tout GESI organisé en France a un impact au moins territorial et peut dès lors être considéré comme un événement majeur pour la société française.

Le DIGES a ainsi établi une typologie de ces grands événements, révélateurs de la nature et de l'intensité des impacts qui peuvent en être attendus :

- les compétitions internationales des grandes disciplines développées et médiatisées que sont le football, le rugby, le basket, le handball, le tennis, qui constituent incontestablement des événements du calendrier sportif ;

- les championnats du Monde et d'Europe de disciplines plus confidentielles, qui peuvent permettre de dynamiser la pratique et la visibilité de ces sports en France et valoriser les compétences françaises auprès des instances internationales (fédérations, CIO) ;
- les événements auxquels les pouvoirs publics accordent une importance pour la cohésion de la société française que constituent les compétitions internationales de sport féminin, de handisport, ainsi que les Gay Games.

Parmi les événements marquants du calendrier à venir, le DIGES a particulièrement mis l'accent sur les Championnats du monde de handball, de hockey sur glace et de lutte en 2017 et sur l'accueil de la Ryder Cup de golf en 2018. Pour donner un ordre d'idées sur l'importance de certaines de ces compétitions, alors que l'Euro de football devrait fédérer 2 millions de spectateurs dans les stades et 8,5 milliards de téléspectateurs en cumulé, la Ryder Cup de golf capitalise à chaque édition sur environ 1,5 milliard de téléspectateurs dans le monde.

Le DIGES a ensuite indiqué qu'il retenait de son expérience la très forte dimension commerciale des GESI. Il s'agit d'un produit, concédé pour une somme extrêmement élevée par un acteur international qui en détient les droits à un organisateur national. Le montant du droit d'organisation de l'édition 2018 de la Ryder Cup versé par la Fédération française de golf s'élève ainsi à 18 M€. Dans cette économie, la valorisation des droits télévisuels de la compétition devient alors centrale pour l'équilibre des comptes de l'événement, ce qui contribue grandement à expliquer le glissement croissant de la diffusion des grandes compétitions sportives des chaînes gratuites vers les chaînes payantes, moins en difficulté financière.

Selon le DIGES, l'Etat est souvent soumis à cette logique commerciale à l'œuvre dans l'organisation des GESI. Il accède aux demandes d'exonérations fiscales des organisateurs ou les dispense de contribuer aux dépenses engagées au titre de la sécurité. .

L'ensemble de ces éléments justifie aux yeux du DIGES la mise en place d'une réelle action sur l'offre pour éviter la sous-exposition des GESI organisés sur le sol français, reposant sur trois leviers :

- la conditionnalité des lettres de garanties accordées par l'Etat à la préservation d'une exposition télévisuelle en partie gratuite du GESI ;
- l'élargissement de la liste des événements d'importance majeure fixés par le décret de 2004, assorti d'une obligation de résultat ;
- l'augmentation du volume horaire de sport sur les antennes de France Télévisions.

Cette action sur l'offre doit être complétée par une action sur la demande. Selon le DIGES, il faut identifier des moyens, et mettre en œuvre des actions, de nature à susciter l'intérêt du public à l'égard de disciplines vers lesquels son intérêt ne se porte pas spontanément. Ainsi, en marge des Mondiaux d'aviron ou des JEM, des opérations avaient été initiées à destination du milieu scolaire ou du grand

public pour les intéresser à l'aviron ou aux sports équestres (initiation à la pratique, ouverture d'un mini-ranch dans des quartiers sensibles de Caen)

Enfin, le DIGES a indiqué qu'il convenait sans doute d'explorer les pistes conduisant à une exposition de la diversité des disciplines sportives sur le web, tant ce média d'information et de consommation de contenus audiovisuels est aujourd'hui plébiscité par le jeune public, cœur du public sportif de demain.

Equidia



Auditionnés :

- **Jean-François Bertrand, Directeur-Général par intérim**
- **Baptiste Flichy, Responsable distribution et innovation**

5 septembre 2016

En introduction, Jean-François Bertrand rappelle le caractère unique des chaînes Equidia Life et Equidia Live en Europe en tant que chaînes visant la promotion auprès du grand public du cheval de compétition et de loisir équestre d'une part, et des courses hippiques d'autre part.

La chaîne Equidia Live, créée en 1998 à la suite de France Courses, est consacrée à 100 % aux courses hippiques (15 000 courses par an, plus de 10 h de direct par jour), et Equidia Life, créée en 2011 aborde le cheval à travers des films, des documentaires et la diffusion de grandes épreuves hippiques (JO, Coupe du monde de saut d'obstacles, les championnats d'Europe, etc...) parfois en co-diffusion avec d'autres chaînes gratuites ou payantes (France Télévisions, Eurosport, Canal +, etc...).

Les chaînes Equidia sont des chaînes payantes mais disponibles dans le bouquet de base de tous les opérateurs. Ce qui en fait les chaînes de sport parmi les plus accessibles en France, une chaîne même "quasi-gratuite". Elles sont par ailleurs diffusées dans tous les points de vente PMU, ce qui représente 50 % de l'audience.

Pour la retransmission des courses hippiques, Equidia achète directement le signal auprès de *France Galop* et du *Cheval Français* lesquelles gèrent la captation des courses. Les droits acquis ne sont jamais exclusifs, cela serait contraire à la philosophie de groupe.

Economiquement, il y a deux équilibres différents entre les deux chaînes. Equidia Live s'analyse comme un pur prestataire de service auprès des organisateurs de courses, l'économie étant liée à la prise de paris. Pour Equidia Life il y a des recettes publicitaires, les recettes de distribution et notamment la rémunération par Canalsat, partenaire historique de la chaîne. Le DG des deux chaînes alerte d'ailleurs sur le risque que l'Autorité de la concurrence remette en question en juin 2017 l'obligation de Canal + de prendre en charge les coûts de diffusion. Si ce poste de dépense venait à augmenter considérablement, cela pourrait mettre en péril les deux chaînes.

En parallèle, une offre payante OTT a été développée, *Equidiaplay*.

Les sociétés *France Galop* et de *Le Cheval Français*, qui sont propriétaires majoritaires à 95 % d'Equidia (le PMU possédant les 5 % restants) ont lancé une nouvelle marque *Epiq*, dont l'objectif est d'une part la revalorisation et la simplification de l'accès aux courses de chevaux afin d'élargir les publics et d'autre part la modernisation de la réalisation TV et une digitalisation des images des courses.

Eurosport**Auditionnés :**

- **Julien Bergeaud, senior vice-président, country manager France et droits sportifs Europe du Sud**
- **Jérôme Papin, Directeur délégué responsable de l'antenne Eurosport**
- **Vicky Adalbert, Directrice juridique**

7 juillet 2016

Eurosport a certes été racheté par un investisseur américain mais le cœur de la dynamique d'Eurosport reste bien en France, à Issy-les-Moulineaux.

Feuille de route :

- continuer le développement des chaînes Eurosport, qui existent depuis plus de 20 ans au-delà des rachats successifs ;
- rendre compte de façon experte de la diversité des disciplines (Eurosport couvre 150 sports différents en retransmissions) ;
- mais aussi préserver le caractère d'accessibilité au plus grand nombre.

Les plus gros scores d'audience de la chaîne : la Coupe de France de football chaque année, qui draine plus d'1/2 million de téléspectateurs, avec un "reach" qui dépasse le million.

Actuellement, Eurosport est le diffuseur en France d'événements comme la Vuelta ou les Opens US et d'Australie.

Eurosport était initialement dans l'UER comme ses "grandes sœurs" de FR TV, avec lesquelles les liens de coopération restent étroits, et l'est resté tant qu'elle a été filiale de TF1 (qui demeure à l'UER car chaîne publique à l'époque de la création de l'Union).

Eurosport a historiquement toujours su allier exclusivités et complémentarité de diffusion avec des chaînes gratuites. Exemple de la Coupe de France : partenariat de longue date, Eurosport montrant les ¾ des rencontres proposées, FR TV proposant le quart restant.

L'acquisition des droits des JO pour le territoire européen jusqu'en 2024 repose sur la même idée de base : diffuser sur les chaînes Eurosport mais aussi sous-licencier à des chaînes en clair (dans le respect des obligations contractuelles posées par le CIO et de la réglementation applicable sur les événements d'importance majeure). Des accords sont d'ores et déjà conclus avec la BBC (sur un nombre d'heures illimité) dans ce même sens de complémentarité. En France (où Eurosport n'a les droits qu'à partir de 2022), s'agissant des chaînes hertziennes gratuites, les contraintes contractuelles avec le CIO sont de 200 h de diffusion pour les JO d'été, mais les négociations, encore à venir, auront comme principe d'adresser la demande des diffuseurs nationaux, parmi lesquels FR TV bien sûr mais potentiellement d'autres, ce qui pourra présenter pour eux un intérêt particulier en cas de JO 2024 à Paris.

De son côté, FR TV a toujours considéré Eurosport comme un partenaire de diffusion complémentaire. Sur Roland-Garros, FR TV a souhaité arrêter le suivi sur France 4 des matchs du matin. Avec l'accord de la FFT, Eurosport a pris le relais et a accru sa couverture de la compétition. L'accord dure jusqu'en 2018 avec des discussions avancées pour prolonger de plusieurs années.

Sur le Tour de France, le partenariat est historique dans le cadre de l'Eurovision. La complémentarité est là encore exemplaire. Eurosport et FR TV co-diffusent la course. Eurosport s'adresse aux purs fans tandis que FR TV est plus grand public.

Au-delà de cette complémentarité de diffusion/d'exposition avec les grands diffuseurs, Eurosport a également fait le choix de "construire" historiquement certaines disciplines comme le football féminin qui n'aurait pas l'exposition actuelle sans tout le travail d'Eurosport en lien avec la FFF, avant d'être l'artisan de sous-licences quand les bons résultats des équipes françaises ont commencé. Autre exemple, la natation, suivie dès les années 2000 avant même l'émergence de la "génération dorée". Aujourd'hui, Eurosport récidive en retransmettant de façon intensive les matchs du Top 8 de rugby féminin.

Eurosport a aussi ponctuellement sous-licencié de façon pro-active des événements majeurs comme Tsonga parvenant en demi-finale à l'Open d'Australie.

En retour, le public est informé du travail de suivi de la discipline sur le long terme par Eurosport et est incité à aller sur ses chaînes. C'est gagnant-gagnant.

Le modèle actuel fonctionne même en cas de codiffusion simultanée, par exemple d'une finale devenue EIM suite au parcours d'un Français. La chaîne payante doit pouvoir continuer son travail de fond et diffuser l'intégralité de la compétition afin de permettre à ses abonnés de continuer à suivre l'évènement dans la continuité du traitement éditorial donné par cette chaîne au reste de la compétition.

En revanche, si le décret de 2004 devait évoluer et intégrer tous les matchs de l'équipe de France dès les premiers tours d'une même compétition, sur le modèle du football, l'intérêt pour une chaîne d'acheter les droits de cette compétition tomberait, et le sport serait également perdant puisque ce serait autant d'investissement en moins d'un partenaire. Plus généralement, ce serait tout l'écosystème audiovisuel qui serait déstabilisé. En effet, en ne permettant plus aux chaînes payantes de diffuser certains droits en exclusivité, c'est également l'offre des distributeurs de télévision payante qui serait appauvrie. Or on sait bien que le sport est l'un des premiers vecteurs d'abonnement à une offre de télévision payante.

Par ailleurs, il faut souligner que les chaînes de télévision payante prennent aussi le relais de diffuseurs en clair qui souhaitent réduire leurs investissements dans le sport. Exemple : lors des renégociations avec la FFT et FR TV des droits de la Coupe de France de football, FR TV a souhaité diffuser moins de matchs (afin de réduire son investissement), Eurosport a accepté d'en diffuser plus que lors du précédent contrat et d'augmenter son investissement corrélativement.

L'explication de l'exclusivité de diffusion actuelle par Canalsat : Eurosport a subi ces dernières années un contexte compliqué, les droits sportifs continuant de monter alors que les redevances proposées par les opérateurs (Orange, Bouygues, SFR, Numéricable, etc.) étaient revues à la baisse ou rognées en durée (2 ans proposés par exemple par tel opérateur au lieu des 3 à 5 ans habituels). Alors qu'au contraire, Canalsat a fait le pari d'investir dans Eurosport, en partenariat. Bien sûr, l'exposition est plus limitée, mais l'annonce de l'opération a eu des effets médiatiques positifs, et après la baisse mécanique de surface d'exposition, les audiences recommencent à monter. Ce mouvement va s'accélérer avec l'intention de Canalsat de nouer des partenariats avec des FAI afin de proposer des offres couplées d'entrée de gamme à prix très attractifs pour les consommateurs et dont les chaînes Eurosport sont amenées à faire partie.

Par ailleurs, Eurosport a développé Eurosport Player qui permet de suivre sur ordinateur, tablette ou smartphone pour moins de 7 euros par mois tous les programmes des chaînes, mais aussi des compétitions non diffusées à l'antenne ou des produits spécifiques complémentaires à ce qui est

diffusés à l'antenne comme un résumé des matchs de D2 de rugby dont Eurosport fait un multiplex avec captation et journaliste présent par match, grâce à un dispositif de traitement et de montage express des images mis au point par la société Dartfish.

Sur l'équilibre payant / gratuit, revenus et exposition, les choses sont à analyser au cas par cas. Au bout du compte, c'est bien les fédérations qui choisissent, ou qui laissent leurs ligues choisir, l'équilibre qu'elles souhaitent trouver entre les revenus financiers d'une part et l'exposition de leur compétition. Exemple la volonté claire de Noel Le Graet d'un modèle public / payant structuré. A l'inverse, la Formule 1 fait le choix selon les pays soit du modèle payant ou du modèle gratuit.

En conclusion : Eurosport considère que le dispositif et la liste actuels des événements d'importance majeure ne devraient pas être modifiés. Elle permet au grand public de pouvoir suivre les événements principaux en clair mais aussi au public plus spécialisé de continuer à suivre les événements sur leur chaîne payante. De plus, un équilibre est réalisé entre les deux modèles de télévision (gratuit/payant), étant rappelé que le marché s'autorégule naturellement tel un écosystème dans lequel les acteurs du monde des médias et du sport ont chacun leur rôle et leur pertinence dans l'intérêt commun du public.

Fédération Française d'Athlétisme

Auditionné : Bernard Amsalem Président

11 juillet 2016

Sur les 28 fédérations olympiques délégataires de service public, l'athlétisme est d'après les chiffres du CSA la 5ème en volume d'heures. Ce sport est donc plutôt mieux traité que d'autres et mieux traité aujourd'hui qu'avant lorsque les résultats des athlètes français n'étaient pas au rendez-vous.

L'Eurovision est partenaire de la fédération européenne et de la fédération mondiale d'athlétisme, ce qui fait que ces deux championnats sont par principe diffusés par FRTV en France. Avec succès : le championnat d'Europe de 2015 (année pleine, non olympique), a fait entre 4 et 6 millions de téléspectateurs par jour sur France Télévisions.

Pour le championnat de France et les meetings (une dizaine par an), il y avait dans le temps un contrat avec FR TV, que Daniel Bilalian a souhaité dénoncer, tout à son souci de concurrencer TF1 sur les disciplines les plus porteuses. Le relais a été pris par un partenariat avec Canal+. Le contrat en cours se termine cette année (l'appel d'offres est lancé). Ce contrat est le premier pour lequel Canal a accepté de payer la production (que la FFA devait prendre en charge dans le précédent, dans un rapport de force typique des fédérations "demandeuses" de diffusion).

Pour le meeting de St-Denis c'est Canal+ qui a le contrat (les droits internationaux du circuit de la Diamond League ayant été achetés par beIN).

Vu l'importance du sport dans le vivre ensemble d'un pays comme le nôtre aujourd'hui, le service public ne joue pas assez son rôle, en se battant encore, bien que fatalement un peu moins désormais, sur les sports les plus demandés où il a moins d'armes que le privé et que le payant. Il devrait s'intéresser plutôt aux sports qu'on ne voit pas, comme la lutte par exemple. Même la natation ou le judo malgré les résultats, y restent invisibles ou presque. Sans même parler des sports non olympiques. Même si le SP a contribué à l'émergence du foot féminin, c'est justement encore de foot dont on parle, qui reste pratiquement le seul sport féminin bien exposé, alors que par exemple le volley-ball, très belle discipline féminine, est absent.

On pourrait aussi trouver sur le service public des vrais magazines de fond sur des thèmes précisément "de service public" que les autres n'aborderont jamais : sport et santé, sport et intégration, sport et éducation, etc. Le sport est le dernier ascenseur social qui restent pour bien des jeunes de banlieue, et on ne le voit pas, pas plus qu'on ne voit le travail de la fédération d'athlétisme pour accompagner des jeunes champions vers une situation sociale (pour l'obtention de diplômes, notamment).

Avant la création de l'Equipe 21, le Comité olympique avait eu le rêve d'une chaîne sportive dont il aurait été le maître d'ouvrage, mais le projet n'a pas abouti et on s'est rabattu sur le projet présenté par l'Equipe 21.

Or, il n'y a pratiquement pas d'athlétisme sur l'Equipe 21. La convention signée avec le CNOSF est centrée sur l'exposition de sports particulièrement peu visibles. Mais progressivement on évolue avec l'arrivée de Cyril Linette, et l'Equipe 21 va rentrer dans le rang en se concentrant sur le panel habituel des sports exposés qui font de l'audience. Dans les deux scénarios, l'athlétisme n'en bénéficie guère.

Les mutations numériques bouleversent toute l'économie du sport, jusqu'à remettre en cause potentiellement, si les droits échappent au système télé classique, la capacité à trouver les financements directs ou indirects pour organiser des grands meetings. Raison de plus pour insister sur le rôle du service public au sein même de l'univers des chaînes gratuites.

Les futurs Jeux européens regroupant une demi-douzaine de fédérations, idée de mutualisation fortement portée par B. Amsalem, ne seront opérationnels qu'en 2022 (la France est candidate pour les organiser) et pourraient rejoindre la liste des EIM.

S'est installée en France une dichotomie problématique entre les ligues, qui ne voient que l'aspect financier, et les fédérations qui sont censées les manager, mais qui sont elle-même sous la "tutelle" de l'Etat et qui ont une approche historiquement associative et, de fait, bénévole et non pas, justement, managériale. D'où, faute d'une dialectique saine, des dérives côté ligues, qui vont des budgets de clubs structurellement en déficit à des salaires de sportifs perdant toute mesure. Il faudrait creuser une zone intermédiaire, d'économie sociale et solidaire : coopératives, SCOP... B. Amsalem rend précisément en septembre un rapport, missionné par le Conseil national du sport, sur l'économie sociale et le sport.

Fédération française d'équitation

Auditionné : Frédéric Bouix, Délégué général de la Fédération française d'équitation

15 septembre 2016

En introduction, Frédéric Bouix a souligné la particularité de l'exposition médiatique de l'équitation liée à l'existence de deux chaînes dédiées au cheval, Equidia Live et Equidia Life. Ce sont deux chaînes payantes mais présentes dans l'offre de base de la plupart des bouquets donc elles pourraient être considérées comme quasi gratuites.

Ces chaînes dédiées sont à la fois une chance pour le monde de l'équitation et une forme de handicap car pour les autres médias publics ou privés, cette exposition de la discipline semble suffire, ce que la fédération regrette. D'autant plus qu'elle considère que seules les personnes ayant déjà un intérêt pour le cheval regardent les chaînes Equidia, lesquelles ne permettraient pas de toucher un plus large public et de faire découvrir la discipline, de convaincre de nouveaux adeptes.

Frédéric Bouix note qu'il y a confusion par les médias entre l'animal « cheval » et la discipline équitation. Là encore le fait que le cheval soit relativement exposé peut être considéré comme suffisant par certains médias.

Globalement donc, la fédération aimerait une meilleure exposition, notamment sur des chaînes gratuites de la TNT bénéficiant d'une audience plus importante. Par exemple les JEM 2014 n'ont été couverts que par France 3 Basse-Normandie. La discipline du saut d'obstacle est selon la fédération celle qui est la plus intéressante pour le téléspectateur.

Comme pour d'autres disciplines, Frédéric Bouix reconnaît que les règles applicables lors des compétitions ne sont pas toujours lisibles pour le grand public ce qui est un frein à la médiatisation grand public. La fédération travaille au niveau international sur cet élément.

La fédération française n'a aujourd'hui aucun contrat de diffusion télévisuelle. C'est la fédération internationale qui gère les questions de droits lors des retransmissions d'événements internationaux.

Aujourd'hui, la fédération française produit les images pour plusieurs circuits, notamment les images du *Grand National* pour une diffusion sur le web. Les images sont également données à Equidia. Sur l'Olympiade, ces frais de captation audiovisuelle avoisinent le million d'euros.

La fédération n'a pas noté à ce stade de corrélation significative entre les performances des sportifs français aux JO de Rio et le nombre de licenciés, qui obéit de toute façon à des motivations propres.

Globalement, la fédération a subi un tassement du nombre des licenciés en raison de facteurs extérieurs (augmentation de la TVA applicable aux centres équestres, modifications des rythmes scolaires, situation générale économique du pays, etc.)

Fédération Française d'Esime



Contribution écrite

Auteur : Stéphane MARCELIN, Chargé des Grands Evénements

13 septembre 2016

Votre discipline vous paraît-elle aujourd'hui exposée de façon suffisante et satisfaisante à la télévision, notamment en termes de retransmissions (compétitions spécifiques ou événements multisports) mais aussi sous d'autres formes (documentaires, magazines spécialisés, place dans les magazines et journaux généralistes...) ? Comment la situation pourrait-elle évoluer à l'avenir à ce sujet, y compris via des diffusions hors ligne ?

Aujourd'hui notre discipline n'est quasiment pas exposée dans les médias. L'escime qui est un sport de tradition en France et celui qui rapporté le plus de médailles à la France (118), est très peu relayé dans les médias. 4 coupes du monde sont organisées en France dont 2 à Paris au Stade Pierre de Coubertin et aucune chaîne du service public ou privé s'intéressent à ces événements de prestige où les athlètes français sont souvent aux premières places. Il est certain qu'après les jeux de Rio, nous avons eu le droit à quelques diffusions mais je ne suis sûr que cela soit régulier dans le temps. Il y a une défaillance du service public qui essaye de rivaliser avec des chaînes privées et qui mettent en avant toujours les mêmes sports (football ; cyclisme ; rugby).

Etes-vous satisfait des dispositifs négociés par votre fédération/ligue en matière de droits de retransmission, exclusifs ou non, avec notamment l'Equipe 21, les autres chaînes en clair de la TNT, les chaînes du groupe Canal+ et les autres chaînes sportives payantes, notamment beIN, Eurosport, SFR et autres chaînes du groupe Altice / Nextradio TV ? Comment la situation pourrait-elle évoluer à l'avenir à ce sujet ?

Cet accord a le mérite d'exister et lorsque le partenaire de l'événement le souhaite, nous pouvons mettre en place cette diffusion. Nous avons le droit à une diffusion par an et quant aux autres chaînes, elles n'ont aucune volonté de le faire. Les coûts de production sont élevés et notre Fédération n'a pas les moyens d'investir.

Pour nous, une diffusion internet est moins coûteuse et nous essayons de produire nos documents afin de les relayer sur les réseaux sociaux ou sur notre site.

Pensez-vous souhaitable une évolution de la réglementation afin d'assurer une meilleure visibilité de votre discipline pour le plus grand nombre, et notamment une refonte du décret du 22 décembre 2004 concernant la diffusion gratuite à la télévision des "événement d'intérêt majeur" ?

Evidemment nous souhaitons une plus grande diffusion de notre sport dans les grands événements que nous organisons.

Si la retransmission ne peut se faire, il faut proposer des sujets sur l'événement ou sur les athlètes français (es) qui y participent et qui sont souvent dans les meilleurs mondiaux. Nous souhaitons

souvent mettre en avant une France qui gagne (dans différents secteurs économiques). Notre service public n'est pas capable de mettre en avant des sports où les français gagnent et transmettent des valeurs sur des parcours brillants dans leur formation professionnelle et sportive.

Nous espérons que le changement à la direction des sports du service public donnera une nouvelle orientation et mettra en avant des sports où les performances sont régulières et des athlètes qui doivent être mieux connus du public.

Fédération française de badminton



NOTE TV

FFBaD, 13 septembre 2016

INTRODUCTION

La Fédération Française de badminton (FFBaD) voit le nombre de ses licenciés augmenter de façon spectaculaire (plus de 186 000 à ce jour / +86% en 10ans) et depuis quelques années le badminton est le sport le plus pratiqué en milieu scolaire.

Malgré cela, le badminton français, comme de nombreuses disciplines olympiques, bénéficie très rarement, trop rarement, d'un accès à la télévision (pour 2016, moins de 30h sur l'année).

En outre, la FFBaD doit produire et financer elle-même les rares images diffusées en France.

Enfin, elle ne retire aujourd'hui aucun droit des images de ses événements.

Sport spectaculaire et aisé à produire, le badminton présente pourtant toutes les qualités permettant un succès médiatique. Les audiences internationales l'attestent, le badminton est un excellent « produit » audio-visuel.

Au plan national, seule la relative faiblesse du niveau des meilleurs français présente un handicap notable.

Pour pallier ces handicaps, la FFBaD s'est engagée dans la stratégie d'accueil d'événements internationaux. Ainsi, depuis 10 ans, elle organise, en France, une étape du circuit Super Series, le circuit élite mondial de la BWF (fédération internationale).

Pour ces Internationaux de France de Badminton, la production « live » fait partie du cahier des charges de la fédération internationale (BWF). Les droits de diffusion internationaux appartiennent à la BWF, seuls les droits domestiques restent à la FFBaD qui est libre de les vendre ou de les céder au mieux de ses intérêts.

En dehors de cette compétition, la diffusion de notre discipline en 2016 a été exceptionnelle grâce à l'organisation en France des Championnats d'Europe (avril) et bien entendu des Jeux Olympiques de Rio. Le titre de vice-champion d'Europe par équipe masculine obtenu en février 2016, n'a paradoxalement obtenu que très peu d'écho en France.

Le 27 mars 2012, le groupe L'Equipe soutenu par le CNOSF a obtenu de la part du CSA un canal permettant de diffuser une nouvelle chaîne en Télévision Numérique Terrestre (TNT) gratuite : L'Equipe HD. Cette chaîne a été imaginée afin de permettre l'accès de tous les sports à l'antenne pour un grand public qui jusqu'alors était bien souvent, soit privé d'images de sports olympiques, soit contraint de souscrire un abonnement à un réseau privé (Canal+, Eurosport...). La FFBaD a pu bénéficier de cet accord et obtenir, en partie, la retransmission de certains de ses événements.

VOTRE DISCIPLINE VOUS PARAÎT-ELLE AUJOURD'HUI EXPOSÉE DE FAÇON SUFFISANTE ET SATISFAISANTE À LA TÉLÉVISION EN TERMES DE RETRANSMISSIONS ET SOUS D'AUTRES FORMES ?

Aujourd'hui le badminton, n'a accès que de façon exceptionnelle à la télévision. Son actualité est traitée au mieux par le service public dans les émissions traitant de l'actualité sportive (Tout le Sport, parfois ; Stade 2, rarement), sur des chaînes payantes ou sur l'Equipe21.

Concernant ses événements, la FFBaD produit les images des Internationaux de France (coût supérieur à 100 K€) et les propose gracieusement aux diffuseurs potentiels.

Le diffuseur (à ce jour L'Equipe 21) devient dans ce cas « partenaire média » de la manifestation. Il ne participe que symboliquement aux frais de production. En contrepartie, le diffuseur propose quelques plages de direct qui ne représente pas la totalité de la manifestation, ni même la totalité des finales.

Cette exposition télévisuelle est largement insuffisante au regard de la pratique et de l'engouement actuel pour notre sport. Cette faible exposition est en outre un handicap lourd pour intéresser des partenaires privés.

ETES VOUS SATISFAIT DES DISPOSITIFS NEGOCIES PAR VOTRE FEDERATION EN MATIERE DE DROITS DE RETRANSMISSION AVEC NOTAMMENT L'EQUIPE 21, LES AUTRES CHAINES EN CLAIR DE LA TNT, ET LES AUTRES CHAINES PAYANTES ... ?

Le dispositif mis en place par le CNOSF et L'Equipe21 a permis dès 2013, et pour la première fois la diffusion en direct de matchs de badminton sur une chaîne en clair (hors JO). La naissance de cette chaîne qui lors de sa présentation promettait d'« Etre la chaîne de tous les sports » et de passer à l'antenne des sports jusqu'alors peu diffusés s'est révélée une opportunité très satisfaisante pour notre discipline.

Cependant, malgré de très bonnes relations avec la chaîne, les diffusions restent trop faibles et cantonnées aux Internationaux de France de Badminton (soit 3 jours par an – plus cette année, de façon exceptionnelle les Championnats d'Europe 2016).

Par ailleurs, la course à l'audience et les récentes discussions avec L'Equipe21 laissent penser que les durées de retransmission accordées au badminton seront de plus en plus réduites malgré la cession gracieuse de nos images.

Nous sommes également inquiets par le manque de pérennité de nos accords que nous devons renégocier chaque année, souvent comme cette année à quelques semaines de l'événement.

COMMENT LA SITUATION POURRAIT-ELLE EVOLUER A L'AVENIR A CE SUJET ?

La politique de développement d'une fédération sportive a besoin de stabilité et de garanties dans le temps.

Nous souhaiterions pouvoir conclure des **accords de diffusion pluri-annuels** ce qui permettrait de donner une visibilité durable au badminton, d'en valoriser les événements et d'offrir des dispositifs media pérennes à nos partenaires.

Les coûts de production sont également un sujet de travail. La FFBaD supporte la production et se bat pour obtenir la meilleure diffusion possible. Une juste **rémunération des images** permettrait a minima d'en financer les coûts.

Enfin, l'accès aux images par le public **des épreuves nationales** (championnats de France individuels et par équipes) est nécessaire à une meilleure promotion du badminton envers l'ensemble des publics et notamment des jeunes.

PENSEZ-VOUS SOUHAITABLE UNE EVOLUTION DE LA REGLEMENTATION AFIN D'ASSURER UNE MEILLEURE VISIBILITE DE VOTRE DISCIPLINE POUR LE PLUS GRAND NOMBRE ?

Même si de nombreuses chaînes payantes ont vu le jour, la plupart se battent sur les droits de quelques disciplines seulement.

Il est donc indispensable qu'un élargissement des « événements d'intérêt majeur » soit étudié.

Sans ce type de dispositif les événements majeurs des fédérations olympiques rencontreront des difficultés à accéder aux antennes en clair.

Par ailleurs, en dehors du temps des Jeux Olympiques, la diversité des sports diffusés semble condamnée par la course à l'audience.

L'obligation de diffuser X temps de sports olympiques français sur le modèle des 40% de chansons d'expression française à des heures d'écoute significative pour la radio pourrait être très pertinente.

Elle inciterait les télés à s'intéresser à d'autres disciplines que celles à la mode et permettrait à ces disciplines d'engager un travail d'amélioration qualitative de leur plateau de jeu voire de leur format de compétition pour les rendre, en concertation avec les diffuseurs, encore plus télévisuels.

L'idée de créer une chaîne 100% pour les disciplines olympiques ayant peu d'accès aux télévisions est savoureuse dans son concept mais l'exemple de l'évolution rapide de l'Equipe21 vers un schéma classique privilégiant le football doit inciter à la prudence sur le long terme.

Enfin, **le développement des plateformes internet**, couplé aux nouveaux modes de consommation de l'information et de l'information sportive en particulier pourrait ouvrir une nouvelle voie pour la diffusion d'images pour les fédérations qui en sont dépourvues.

Cependant, il conviendrait alors de **mettre en place un fonds dédié pour assurer la production des images**, dont le coût, à la charge des fédérations, resterait prohibitif.

Surtout, **l'accès à la télévision, de surcroît en clair, reste un impératif** tellement ce média permet de toucher un public particulièrement large alors que l'internet satisfera avant tout la cible des licenciés et passionnés de la discipline.

*

En conclusion, le badminton, 6^{ème} sport pratiqué dans le monde, 2^{ème} sport de raquette en France, souffre, comme d'autres disciplines, d'une triple peine.

D'une part il est peu diffusé à la télévision, d'autre part cette faible diffusion réduit sa capacité de développement et son attrait pour des sponsors potentiels et enfin, le badminton non seulement ne génère pas de ressources avec des droits qu'il ne vend pas mais il doit en outre prendre en charge les frais de production.

L'obligation de passer X temps de sports olympiques, la création d'un fonds dédié à la production accessible à certaines disciplines sous condition pourraient être quelques unes des pistes réduisant les inégalités qui se sont créées ces deux dernières décennies.

Le président de la FFBaD

Richard REMAUD

Fédération française de basket-ball**Auditionnés :**

- **Jean-Pierre SIUTAT, Président**
- **Raymond BAURIAUD, directeur marketing-communication**

30 juin 2016

En premier lieu, les représentants de la FFBB ont tout d'abord souhaité rappeler la spécificité d'une fédération sportive par rapport à une ligue professionnelle, puisque l'objet principal d'une fédération est de remplir les missions de service public qui lui sont assignées dans le cadre de la délégation accordée par l'Etat pour quatre ans.

C'est, selon les représentants du Ministère des Sports, dans ce cadre que doivent être remplies les deux principales missions de la Fédération :

- la tutelle, l'accompagnement de la performance et la promotion des différentes équipes de France (masculine, féminine et jeunes) ;
- l'animation des territoires et le rayonnement du basket au sein du pays.

Pour assumer ces missions, qui ont un coût significatif, les fédérations, et celles du basket, en particulier, disposent d'un éventail limité de recettes : - le produit des licences ; - les recettes de billetterie des rencontres organisées en France ; - le produit des droits télévisuels ; - les partenariats commerciaux rendus possibles par les résultats des équipes de France et leur exposition télévisuelle.

Sur un budget de 30 M€, 11 M€ proviennent ainsi des licences (soit 65% du total), 8 M€ sont tirés des partenariats commerciaux et 10 M€ proviennent des droits télévisés des rencontres des championnats nationaux (Pro A, Pro B, D1 féminine), dont 85% sont ensuite reversés aux clubs. S'ajoute à ce calcul les subventions de l'Etat, les recettes liées aux événements de la Fédération (matches de l'équipe de France, Coupe de France) et les frais facturés aux clubs, notamment pour la rémunération des arbitres.

Selon les représentants de la FFBB, chaque diffusion télévisuelle d'une rencontre de basket français en clair a un impact réel sur les licenciés et la notoriété du basket au sens large.

Cet état de fait permet d'éclairer la déception qu'a constituée la diffusion parcellaire du championnat d'Europe organisé à l'automne 2015 en France. L'Equipe de France n'a été visible sur une chaîne gratuite qu'en demi-finales et la finale pour la 3ème place qu'elle a disputée a été diffusée sur Canal+ Décalé.

Les représentants de la FFBB ont ainsi regretté que France Télévisions ne se positionne sur l'Equipe de France que lorsqu'elle arrive en finale et encore, lorsque la Fédération met une forte pression au groupe public. Un exemple emblématique de cette situation est apporté par le tournoi de qualification

olympique aux Philippines organisé à partir du début juillet de cette année. Alors même que cette compétition constitue le sas d'accès de l'Équipe de France masculine à Rio (il en est de même pour l'Équipe de France féminine via un autre tournoi de qualification olympique en France) - dernière grande compétition internationale potentielle de la génération Parker-Diaw -, et que la participation à ce tournoi coûte 1 M€ à la Fédération, France Télévisions n'a pas souhaité se positionner, bien que diffuseur in fine des JO.

Les droits de ces compétitions internationales sont commercialisés par la fédération internationale de basket et concerne le meilleur du basket mondial, et donc des Équipes de France. Mais jamais le groupe France TV ne se positionne pour diffuser l'intégralité des matchs des équipes de France de basket, malgré leur notoriété et le fait que le basket est le 2ème sport collectif en France et le 1er sport collectif féminin.

Les représentants de la FFBB ont ainsi regretté que France 4, qui paraît particulièrement bien adaptée pour ce genre de compétition en raison de la structure de sa grille (pas de grands JT ni de programmes événementiels) et de ses objectifs d'audience qui restent mesurés, ne soit pas davantage à contribution. Selon les représentants de la FFBB, de nombreuses autres fédérations souhaiteraient elles aussi pouvoir être davantage accompagnées de la sorte par France Télévisions. Dans l'absolu, selon les représentants de la FFBB, il faudrait une chaîne publique gratuite dédiée au sport pour permettre une diffusion au plus grand nombre de nos équipes nationales, tout sport confondu.

Les représentants de la FFBB ont également indiqué qu'ils subissaient les choix de la fédération internationale sur l'exposition des événements d'importance majeure liés au basket, puisque les Championnats du monde et d'Europe sont commercialisés de façon centralisée par la FIBA.

Selon les représentants de la FFBB, autant il peut sembler légitime que les championnats nationaux soient dévolus aux chaînes payantes thématiques, qui ont la disponibilité sur leurs antennes pour faire vivre le feuilleton de la compétition sur l'ensemble de l'année et dont le financement permet d'abonder financièrement l'ensemble du basket français, notamment amateur, autant ne pas proposer l'Équipe de France, qui appartient à tous les Français, sur une chaîne gratuite, prive ces derniers du meilleur de leur discipline. Selon les représentants de la FFBB, il conviendrait qu'il y ait davantage de place pour les équipes nationales en gratuites, mais la Fédération se trouve, selon eux, prise en étau entre les prétentions financières de la FIBA et la frilosité budgétaire et éditoriale des chaînes gratuites.

Les représentants de la FFBB ont pointé une certaine forme de léthargie des chaînes à aller au-delà de l'offre classique (et facile) de football sur leurs antennes.

Selon les représentants de la FFBB, L'Équipe 21 fait un effort particulier en faveur de la diversité des disciplines sportives, en partie du fait tout à la fois de leur accord avec le CNOF qui les alimente autant qu'elle les aiguillonne et de leur convention avec le CSA qui les oblige à diversifier leur offre. Cette appétence a ainsi conduit la FFBB à dégager, dans son contrat passé avec Altice pour l'exploitation des championnats de France de basket (Pro A, Pro B,), des fenêtres d'exposition en clair de rencontres au bénéfice de L'Équipe 21. Ce dispositif pourra aussi être mis à disposition d'autres chaînes gratuites en clair de la TNT si de nouveaux acteurs apparaissent.

Les représentants de la FFBB ont donc exprimé leur vif souhait que les matchs des équipes de France de basket masculine et féminine soient protégés au titre des événements d'importance majeure, a minima pendant les compétitions internationales (championnats d'Europe et du monde). Selon les représentants de la FFBB, cette disposition pourrait être étendue aux autres grands sports de salle que sont le handball et le volley.

En outre, ils ont plaidé pour la protection au même titre des finales (et uniquement des finales) des championnats de France de Pro A, de Division 1 féminine (LFB) et des coupes d'Europe de clubs.

Les représentants de la FFBB ont ensuite souhaité insister sur la situation financière dans laquelle se trouvent les principales fédérations : le bénévolat sportif reculant inexorablement, l'encadrement administratif et technique des clubs tend à disparaître ; les équipements sportifs se construisent mais les créneaux d'occupation par les équipes n'augmentent que faiblement rendant les pratiques de masse et d'élite également compliquées.

Selon les représentants de la FFBB, une solution pour redynamiser cette économie pourrait passer par une taxe sur les articles de sport. Cette taxe abonderait, comme la taxe « Buffet » l'économie du Centre national pour le développement du sport (CNDS).

Les représentants de la FFBB ont par ailleurs rappelé que la structuration actuelle du secteur audiovisuel plaçait les organisateurs de compétitions sportives (dont les championnats nationaux) face à quatre interlocuteurs : Altice, Discovery, beIN et Canal+.

Ils ont souhaité indiquer que, dans l'hypothèse où certains de ces acteurs concluaient des accords ayant notamment pour effet d'intervenir de façon coordonnée sur le marché de l'acquisition de droits, cette restriction de concurrence aurait un effet particulièrement dévastateur sur l'économie du sport français. Selon les représentants de la FFBB, le groupe Canal+ a mis une forte pression sur la Fédération pour qu'elle cède les droits du basket français à Eurosport (distribuée en exclusivité par Canalsat) plutôt qu'à Altice, qui était pourtant mieux-disant. Les représentants de la FFBB considèrent ainsi que la montée en gamme d'Altice sur le marché de l'acquisition de droits a été une nouvelle extrêmement salubre pour le sport français.

Pour les représentants de la FFBB, l'éventualité d'un tel accord incluant distribution exclusive et concertation sur le marché de l'acquisition de droits entre Canal+ et beIN en 2017 devra être étudiée avec énormément d'attention pour éviter tous effets nocifs pour les organisateurs de compétitions, les fédérations et les ligues.

Fédération Française de Boxe**Contribution écrite****Auteur : André Martin, Président de la Fédération Française de Boxe****30 aout 2016**

Monsieur le Sénateur,

Nous prenons bonne note de votre mail et du courrier qui est joint concernant la diffusion d'événements sportifs d'importance majeure à la télévision et le renforcement de la présence médiatique de disciplines sportives ou de pratiques émergentes.

C'est un sujet d'importance et la volonté du secrétaire d'état qu'une ligue professionnelle de boxe soit mise en place va dans ce sens afin de permettre à notre sport de bénéficier de créneaux supérieurs au niveau de la retransmission.

Notre discipline n'est pas suffisamment exposée à la télévision, notamment en termes de retransmissions (compétitions spécifiques ou événements multisports) mais aussi sous d'autres formes (documentaires, magazines spécialisés, place dans les magazines et journaux généralistes...) ?

La situation ne pourra évoluer qu'à partir du moment où les pouvoirs publics seront en mesure de peser fortement auprès des diffuseurs pour imposer des créneaux sport par sport. De notre côté nous devons faire en sorte d'offrir des compétitions de qualité avec des programmes adaptés à la diffusion.

La mise en place de la ligue et le travail effectué, à la demande du secrétaire d'état, avec un spécialiste susceptible d'aller démarcher auprès des diffuseurs devraient nous permettre d'attirer l'attention de Canal +, beIN, Eurosport, mais également d'autres chaînes à vocation sportive ou non. Nous attendons justement de recevoir la personne chargée de prendre les contacts afin de faire un bilan de son action et des opérations envisagées avec les différents diffuseurs.

Restant à votre disposition, je vous prie de croire, Monsieur le Sénateur, en l'assurance de mes salutations distinguées

André Martin, Président de la Fédération Française de Boxe

Fédération française de canoë-kayak**Auditionnés :**

- **Vincent HOHLER, Président**
- **Cyril NIVEL, Directeur Adjoint en charge du service animation sportive**

9 septembre 2016

En premier lieu, les représentants de la FFCK ont rappelé que le canoë-kayak constitue une discipline sportive très bien médiatisée à chaque édition des Jeux Olympiques, en grande partie grâce à la performance des compétiteurs français, mais bien moins médiatisée au cours de chaque olympiade.

Les représentants de la FFCK ont ensuite souhaité indiquer que le canoë-kayak est un sport qui ne génère quasiment pas de droits d'exploitation audiovisuelle.

A l'exception des sélections olympiques, dont les images ont été produites et diffusées dans le cadre du partenariat liant le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) à la chaîne L'Equipe 21 (avec un mécanisme de partage des coûts entre le Comité, la chaîne et la Fédération), aucune autre compétition nationale de cette discipline n'a pu donner lieu à un contrat de cession de droits.

S'agissant des compétitions internationales en revanche, les représentants de la FFCK ont évoqué le fait que :

- la Fédération européenne travaille avec un prestataire qui négocie la diffusion de ses événements au coup par coup avec les chaînes. En France ce fut le cas, par le passé, avec Eurosport et la chaîne sport du groupe Canal+ (Sport+) ;
- la Fédération internationale travaille avec l'Union Européenne de Radiodiffusion²⁴ sous forme d'un contrat de cession de droits pour des périodes de 4 ans.

Au titre de ce dernier contrat, selon les représentants de la FFCK, France Télévisions, membre de l'UER, acquiert auprès de cette dernière les droits des compétitions internationales, récupère des images

²⁴ UER - Union Européenne de Radiodiffusion

pour diffuser des résumés, mais, actuellement, n'assure aucune diffusion des compétitions en direct. Pour autant, les représentants de la FFCK ont indiqué que France Télévisions proposait une couverture très régulière de l'actualité de la discipline dans le cadre de ces magazines sportifs (France 2 « STADE 2 » ou France 3 « Tous Le Sport »).

De la même manière, L'Equipe 21 a diffusé, en 2016, l'intégralité du circuit des Coupes du monde de slalom (5 étapes avec à chaque fois 2h30 de diffusion), le TQO²⁵ européen (1h30) de course en ligne et le TQO mondial (1h30) en paracanoë. Ce qui a permis au canoë-kayak d'avoir près de 15h00 de diffusion en direct sur une chaîne gratuite en France. C'est une visibilité intéressante pour la fédération. La FFCK a facilité la relation entre la Fédération Internationale et la Chaîne L'Equipe. La mise à disposition des droits (réduit au coût technique) s'est, au final, négociée entre L'Equipe 21 et l'UER. Les représentants de la FFCK ont à ce sujet rappelé que la chaîne du groupe Amaury avait succédé, pour la couverture de cette compétition, à Orange Sports, qui en avait déjà à l'époque obtenu les droits dans les mêmes conditions, dans le cadre du partenariat entre l'opérateur de télécommunications et le CNOSF.

Les représentants de la FFCK ont néanmoins ajouté que ces retransmissions ne réalisent pas des résultats d'audience très importants. Les meilleures audiences ont été autour de 120 000 spectateurs. Ceci étant, les créneaux imposés par la fédération internationale (12h – 14h) ne sont pas les meilleurs.

Pour autant, les représentants de la FFCK ont souhaité insister sur l'importance de cette diffusion sur L'Equipe 21, notamment parce que cette marque et cette rédaction embrassent l'ensemble des canaux de diffusion de l'information sportive (presse écrite, télévision, web) et que la chaîne est présente sur toutes les plateformes (TNT, câble, satellite, ADSL, Internet, application pour smartphones et tablettes). C'est ainsi la visibilité des champions français de la discipline qui est particulièrement assurée, notamment grâce à la présence occasionnelle des sportifs en plateau. De la même manière, le recours à d'anciens champions comme consultants lors des retransmissions crédibilise l'approche de la discipline à l'antenne et continue d'assurer la promotion du savoir-faire et de la performance des sportifs nationaux.

Auparavant, la FFCK avait, selon ses représentants, toujours cherché à accompagner les diffuseurs ayant acquis des droits pour apporter son soutien aux différentes chaînes cités ci-dessus. Ce soutien se matérialise par la mise à disposition de consultants techniques experts de l'activité. Cette démarche de développement de l'image du canoë-kayak permet ainsi de mettre en lumière le travail qualitatif effectué par certains diffuseurs sur le « produit » audiovisuel acquis auprès des organisateurs de la compétition, alors même que toutes les chaînes n'ont pas cette préoccupation et se contentent d'exploiter leurs droits en investissant a minima sur l'éditorialisation des contenus.

Les représentants de la FFCK ont ensuite indiqué que le contrat entre la Fédération internationale de canoë-kayak et l'UER est actuellement en cours de renégociation. Ils ont fait savoir qu'ils portaient une attention certaine à ce processus de discussions, car, comme ils l'ont rappelé, la France organise en

²⁵ TQO – Tournoi de qualification olympique

2017 les Championnats du monde de la discipline à Pau, ville natale de Tony Estanguet, triple champion olympique en slalom, membre du Comité international olympique (CIO) et coprésident du comité de candidature de Paris à l'organisation des Jeux d'été 2024. Les représentants de la FFCK ont ainsi indiqué qu'ils souhaitaient pouvoir faire entendre leur voix auprès de la Fédération internationale, notamment pour pouvoir garantir dans le contrat avec le, ou les, futur(s) diffuseur(s), une exposition la plus favorable possible du canoë-kayak, notamment via des engagements de retransmissions en direct. Cette orientation est d'autant plus importante, selon les représentants de la FFCK, que la recherche de partenaires privés pour cet événement est significativement liée aux conditions de diffusion télévisuelle. Les représentants de la FFCK ont ainsi signifié leur souhait qu'un diffuseur français puisse s'engager dans une démarche de diffusion significative des épreuves en direct et surtout que cet engagement intervienne au plus tôt.

De manière générale, les représentants de la FFCK ont plaidé pour un investissement accru des chaînes publiques et / ou privées gratuites pour une couverture en direct. Ils ont ainsi indiqué que, par exemple, la course en ligne (discipline olympique) était beaucoup mieux couverte en Allemagne qu'en France, grâce à l'investissement des réseaux publics sur chaque championnat du monde par une diffusion en direct des finales.

Les représentants de la FFCK ont ensuite reconnu que la meilleure situation pour une fédération sportive était d'obtenir une double diffusion, sur une chaîne gratuite qui assure la médiatisation la plus large, crédibilise la discipline et valorise les partenaires commerciaux, et sur une chaîne payante, qui peut multiplier les occurrences de retransmissions, relayer l'actualité au cours de toute la saison sportive et développer le bassin de téléspectateurs captifs. C'est ainsi ce qu'a réussi à faire une discipline telle que le biathlon qui aujourd'hui joue sur les deux tableaux. Cela relève d'une stratégie de médiatisation des instances internationales de la discipline.

S'agissant de la pratique féminine du canoë-kayak, les représentants de la FFCK ont en premier lieu rappelé que cette discipline constitue la première activité nautique avec cinq millions de pratiquants. Au sein de ces pratiquantes, 50% sont des pratiquantes. Pour autant, dans le cadre de la pratique licenciée du canoë-kayak dans les clubs, le taux de féminisation tombe à 28%, ce qui constitue un réel écart avec le taux de pratique féminine.

Quant à la pratique handisport de la discipline, les représentants de la FFCK ont indiqué que la France a sélectionné quatre participants aux épreuves de canoë-kayak des Jeux Paralympiques de Rio. Ils ont ajouté que dans ce sport, les épreuves ne peuvent être que réservées aux sportifs handi et non pas mixtes.

Les représentants de la FFCK ont par ailleurs noté la diffusion d'1 heure 30 minutes de paracanoë sur L'Equipe 21. L'Equipe 21 avait accepté de répondre à cette demande de la FFCK dans le cadre des discussions pour la diffusion de la saison internationale 2016. La FFCK a eu une bonne écoute de ces interlocuteurs du groupe AMAURY par rapport à cette demande.

Les représentants de la FFCK ont ensuite souhaité indiquer ne pas avoir, à ce jour, sollicité le fond de soutien à la production d'images de sport féminin et de handisport du Centre National pour le Développement du Sport (CNDS). En effet, selon eux, le fond se heurte à la nécessité de disposer d'un diffuseur pour pouvoir obtenir le soutien. Or, même avec des coûts de production en partie pris en charge par le fond, la question de la diffusion sur des supports en accès gratuit n'est pas aisée pour les compétitions nationales de la FFCK ou autres compétitions internationales pour les disciplines non olympiques de la FFCK.

Enfin, les représentants de la FFCK ont abordé la question de l'arrivée sur le marché de La Chaîne Olympique du CIO. Ce qui nous pose la question de la place que va prendre ce nouveau média et des réactions que cela va engendrer de la part des autres acteurs du marché.

Fédération française de football

Audition faisant l'objet du présent compte-rendu :

- **Victoriano MELERO, directeur général adjoint et directeur de cabinet du Président**

(Noel Le Graët, Président de la FFF, a été auditionné par ailleurs)

4 juillet 2016

En premier lieu, Victoriano MELERO a souhaité rappeler que l'économie du sport français est en grande partie basé sur un principe de solidarité des disciplines riches à l'égard des disciplines moins développées, matérialisé en particulier par la « taxe Buffet », qui assujettit chaque organisateur de compétition sportive établi en France à reverser 5% du montant perçu de la cession des droits de diffusion télévisuelle de ladite compétition au Centre national pour le développement du sport (CNDS). Sur ce plan, la Ligue de football professionnel (LFP) et la Ligue nationale de rugby (LNR), dont les droits télévisuels domestiques sont les plus élevés du marché français, sont donc les plus gros contributeurs au développement du sport français dans son ensemble.

Victoriano MELERO a également voulu revenir sur ce que lui semble une contre-vérité, à savoir l'explosion du montant des droits télévisuels du football français. En comparaison avec la situation observable en Espagne, en Italie, en Allemagne et en Angleterre, les droits de la Ligue 1 n'ont augmenté que relativement, passant de 653 M€/an en 2005 à 736 M€ en 2016, soit une croissance bien plus faible que sur les grands marchés européens. Par ailleurs, selon Victoriano MELERO, il est intéressant de constater que la hausse significative des droits enregistrée en Italie et en Espagne découle étroitement du passage à une procédure de vente centralisée de l'ensemble des droits de la compétition par la ligue nationale sur le modèle français imposé par le Code du sport depuis 2004.

L'importance des montants des droits d'exploitation audiovisuelle des championnats de première division de football dans tous les grands pays européens explique légitimement que ces compétitions soient exclusivement diffusées sur des chaînes payantes, dont le modèle économique permet seul de rentabiliser ces droits. En outre, Victoriano MELERO a indiqué que la Fédération percevant, aux termes

de la convention qui la lie à la LFP, 1% du montant des droits télévisuels des compétitions professionnelles de football français (soit 7,7 M€/an à partir de 2016), il relève également de l'intérêt de la FFF que ces droits atteignent des montants significatifs.

Pour mémoire, Victoriano MELERO a rappelé que la Fédération disposait d'un chiffre d'affaires de 200 M€, répartis en 60 M€ de billetterie, 60 M€ de droits télévisuels, 40 M€ de recettes commerciales et de marketing et 40 M€ du contrat équipementier concédé à Nike. L'objectif de la Fédération est naturellement de faire progresser l'ensemble de ces sources de revenus, pour assurer la modernisation des infrastructures du football français et garantir le recrutement et la formation des éducateurs et des personnels techniques.

A contrario, la diffusion des rencontres des équipes nationales peut prêter à débat. En France, celui-ci est clos par la protection de ces matchs au titre de la liste des événements d'importance majeure du décret de 2004. De fait, TF1, et M6 depuis quelques années, acquièrent les droits de ces rencontres pour une diffusion en gratuit. Cette protection a eu, selon Victoriano MELERO, un effet sur le montant de ces droits, puisque le prix unitaire des matchs de l'Equipe de France est passé de 5 M€ en 2006 à 3,6 M€ en 2014.

En outre, ces droits ne sont plus commercialisés, comme c'était le cas jusqu'en 2014, par les Fédérations nationales, mais de manière centralisée par l'UEFA, qui souhaitait éviter l'intervention parasite d'intermédiaires, notamment dans les ex-républiques d'Union soviétique et dans les Balkans, s'adonnant à des pratiques commerciales plus que douteuses. L'UEFA a créé sa propre agence de droits, CAA Eleven, pour commercialiser les droits des rencontres des équipes nationales européennes, tandis qu'une autre agence de droits relevant de l'UEFA, Team Marketing, commercialise les droits des deux coupes européennes, la Ligue des Champions et la Ligue Europa.

Selon Victoriano MELERO, les droits de l'Equipe de France de football masculin ne devraient plus atteindre les montants observés avant la crise de 2009. Les montants de 5-6 M€/match récoltés au cours de la première moitié des années 2000 s'expliquaient alors par la situation financière florissante de TF1, dont la part d'audience moyenne à plus de 35% dans un univers à 5 chaînes gratuites lui permettait de s'assurer un monopole sur ces matchs et supportant de tels investissements, pour autant déjà non rentabilisés. Victoriano MELERO a néanmoins indiqué que le cadre juridique actuel de protection de ces rencontres au titre des événements d'importance majeure convenait toujours parfaitement à la Fédération.

Victoriano MELERO a ensuite évoqué la situation de l'Equipe de France féminine, pour laquelle la Fédération a toujours souhaité, selon lui, privilégier la visibilité et donc une exposition sur des chaînes gratuites. Ce sont actuellement les chaînes du groupe Canal+ C8 et C17 (ex-D8/D17) qui exploitent les droits des rencontres de l'Equipe de France féminine (ainsi que les droits de l'Equipe de France Espoirs). Selon Victoriano MELERO, la question de la protection de ces matchs au titre des événements d'importance majeure ne se pose donc pas, puisque la volonté expresse de la Fédération est de contracter avec un diffuseur gratuit. Il a ainsi indiqué que l'intérêt de l'organisateur qui cherche à

développer une discipline, une compétition ou une pratique, est de choisir avec attention, et le minimum de contraintes possibles, son diffuseur. Victoriano MELERO s'est ainsi positionné en défaveur d'une protection des rencontres de l'Equipe de France féminine au titre des événements d'importance majeure, afin de ne pas fermer le marché à moyen terme aux chaînes payantes pour l'accès à ces droits. Selon lui, la Fédération pourrait être intéressée à terme à stimuler la concurrence auprès d'une pluralité d'acteurs.

Par ailleurs, selon Victoriano MELERO, l'approche de la Coupe du monde de football féminin, organisée en France en 2019, devrait renforcer encore l'appétence de ces chaînes pour ces programmes, qui demeurent encore très rentables pour les chaînes gratuites.

S'agissant de la Coupe de France de football, Victoriano MELERO a rappelé le choix de la Fédération de bâtir un binôme de diffuseurs complémentaires composé du groupe public France Télévisions et du bouquet de chaînes payantes Eurosport. Le premier apporte la visibilité aux plus prestigieuses affiches et le second retransmet un volume important de rencontres de la compétition (sur Eurosport 2), pour un financement à parité.

S'agissant de la Division 1 féminine, la Fédération a également cédé les droits de diffusion au binôme France Télévisions/Eurosport, la chaîne payante proposant l'ensemble de ce championnat et le groupe public programmant 4 rencontres/an. Victoriano MELERO a indiqué que cet équilibre demeure insatisfaisant pour la Fédération qui souhaiterait rapidement la diffusion sur une chaîne gratuite d'1 match par journée de championnat.

Enfin, Victoriano MELERO a révélé que la Fédération s'apprête à finaliser un nouveau contrat de diffusion du National (3^{ème} division), dont les droits sont à ce jour détenus par Ma Chaîne Sport (groupe Altice). La réflexion engagée sur cette compétition conduit à imaginer une diffusion d'une à deux rencontres par journée sur une chaîne payante et le reste du championnat sur une offre accessible sur Internet en OTT, afin d'accroître la visibilité de la compétition et ainsi dégager de nouvelles sources de revenus (paiement à la séance ou abonnements, publicité, sponsoring et partenariats commerciaux) pour les clubs de ce niveau.

Cette réflexion est structurée par le sentiment aigu, selon Victoriano MELERO, du caractère inéluctable et de l'imminence de l'entrée sur le marché des grands acteurs de l'Internet que sont Apple, Google-YouTube, Amazon, Facebook, qui d'ores et déjà se positionnent sur certains droits aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. A l'évidence, selon lui, lorsque ces sociétés interviendront résolument dans le jeu concurrentiel, cela risque de conduire à un bouleversement du modèle télévisuel classique, notamment des chaînes payantes, qui ont assis leur développement sur la détention de droits *premium* générateur d'abonnements. Victoriano MELERO a ajouté que l'impact de l'entrée sur le marché de ces nouveaux acteurs et de leur cohabitation potentielle avec les deux modèles classiques de télévision, gratuite et payante, se trouve d'autant plus difficile à mesurer que les réflexions juridiques à l'œuvre au niveau européen sur les questions de déterritorialisation des droits et de licence unique, peuvent également jouer un rôle majeur sur le maintien ou la disparition des équilibres actuels.

En guise de conclusion, Victoriano MELERO s'est dit convaincu que le modèle de développement qu'il convenait de regarder de près pour le football français est le modèle allemand. Pour autant, il a considéré que le football français disposait d'ores et déjà de nombreux atouts. La France constitue ainsi le premier pays formateur et exportateur de joueur en Europe. Le bât blesse au niveau des enceintes et des centres d'entraînement. Il s'est ainsi prononcé en faveur d'une politique volontariste d'optimisation des ressources propres du sport français, s'agissant notamment de la billetterie et des hospitalités.

Fédération française de hand-ball**Auditionnés :**

- **Joël DELPLANQUE, Président de la Fédération de Hand-ball**
- **Cécile MANTEL responsable juridique**

11 juillet 2016

Globalement, selon Joël DELPLANQUE, le débat se situe bien au bout du compte entre exposition et économie. Pour l'instant, le handball est encore davantage demandeur de diffusion qu'en mesure de faire monter les enchères sur les droits, même si le handball a eu le bonheur d'avoir des équipes de France brillantes qui ont amené dès les années 90 une visibilité forte lors des finales de championnats du monde, d'Europe ou de JO, retransmises sur des chaînes non payantes.

L'entrée en vigueur du dispositif dit des événements d'importance majeure (EIM) a permis d'assurer les diffusions des dernières finales masculines (5 titres de champions du Monde, 3 au niveau européen et 2 aux JO) et féminine (1 titre de championne du monde, 2 médailles d'argent au Mondial et aux JO) sur des chaînes en clair, offrant d'ailleurs à ces opérateurs des audiences parmi les plus élevées des événements sportifs.

Pour cette discipline, on peut regretter que le projet de création d'une chaîne de la TNT spécialisée dans le sport (lorsque seulement 5 chaînes étaient prévues) n'ait malheureusement pas abouti à l'époque (pas plus que n'a abouti le projet d'une chaîne d'info).

La fédération est "entre le yin et le yang". Dès lors que les fonds publics sont annoncés à la baisse, elle est obligée de se tourner vers les ventes de droits, dont marketing et médias.

Aujourd'hui, le hand c'est 4 M€ de droits TV pour la ligue professionnelle masculine –LNH– (contrat avec beIN Sports ; droits qui se sont relativement envolés et dont aucun prorata n'est reversé à la Fédération, seule la « taxe Buffet » s'appliquant en faveur du sport amateur en général), et 1,750 M€ pour la Fédération (contrats avec beIN pour les matchs amicaux des équipes de France, du championnat de 1^{ère} division féminine et la coupe de France nationale (masculine et féminine)),.

Les conditions de mise en œuvre du principe de solidarité entre la ligue professionnelle et la Fédération seront renégociées prochainement dans le cadre de la convention liant les deux entités.

Les 4 M€ ligue sont reversés, pour environ 70%, aux 14 clubs de Division 1 masculine, avec une part fixe majoritaire, soit une moyenne de 200 à 300.000 € par club, alors que le budget minimum

réglementaire pour un club de D1M est de 1,6 M. Cette redistribution est donc importante, mais non suffisante au regard des montants générés par les droits TV dans d'autres sports collectifs.

Une difficulté réside dans l'accès à des données fiables des audiences du handball sur les chaînes de beIN, cette dernière contestant les méthodes de calcul employées par les organismes désignés.

Au vu des éléments en notre possession, on peut imaginer des audiences moyennes du championnat de France de D1 féminine autour de 15.000 téléspectateurs maximum, alors que les mêmes équipes pour des matchs de quart de finale de coupes d'Europe retransmis sur l'Equipe 21 font autour de 120.000 téléspectateurs.

S'agissant du décret EIM (à l'époque, Joël Delplanque était le Directeur des sports), certains opérateurs privés avait fait pression pour limiter la taille de la liste. Ce pourquoi, notamment, le volley n'y est pas et le handball se limite aux finales lorsque l'équipe de France y participe !

S'agissant du prochain championnat du monde masculin organisé en France en janvier, la fédération a obtenu de beIN (titulaire des droits commercialisés par la fédération internationale) que le match d'ouverture le 12 janvier soit accessible en clair ainsi que la demi-finale où figurerait la France, la finale espérée avec la France étant « protégée » par le décret EIM.

Des négociations de même nature vont prochainement s'engager avec l'EHF et son diffuseur concernant les matchs de l'Euro féminin organisé en France en décembre 2018.

On est revenu pour les championnats du monde et d'Europe à des phases finales à élimination directe, donc des matchs à enjeux. Dans ces conditions, une extension de la protection EIM aux quarts de finale et demi-finales ou même à toute la phase finale serait positive. Y compris pour les féminines, malgré, ou justement par le fait même, de son accès moins fréquent aux finales, ce qui rend d'autant plus indispensable une visibilité dès les phases antérieures.

On pourrait aussi ajouter comme EIM les matchs des équipes de France dans les TQO (tournois de qualification olympique), dont les enjeux sont centraux pour l'activité fédérale et ses perspectives de développement et ne reviennent que tous les 4 ans.

On arriverait à 7 ou 8 matchs en moyenne par saison selon les parcours de la France en compétition, et autant pour les féminines : les TQO, plus les 8^{ème} de finales et suivants pour les championnats d'Europe et du monde.

A noter que la logique financière est au cœur d'un projet actuel d'organisation d'une ligue privée européenne de handball limitée aux quelques clubs de top niveau (Barcelone et les autres) : entre-soi...

Les critères d'intervention du Fonds audiovisuel du CNDS se sont révélés très contraignants par rapport à l'objectif annoncé, puisqu'il est demandé de justifier, lors de la demande de subvention, de l'engagement d'une diffusion, qui plus est par une chaîne en clair, que l'aide du CNDS ne peut couvrir au maximum que 50 % des seuls frais de production, à l'exclusion des frais annexes. Cela étant, depuis 2 saisons, le CNDS a quand même permis d'obtenir une exposition complémentaire du hand féminin sur l'Equipe 21 notamment, mais la fédération a dû financer tout ou partie des frais restant.

La fédération est également présente pour financer des équipements indispensables aux retransmissions TV de qualité : par exemple elle a financé, en 2013, à hauteur de 50 % de 6 revêtements de sol spécifiques handball (tracé unique) pour les salles des clubs de D1 féminine.

En outre, les clubs n'étant pas seuls résidents de leur salle, la pose et dépose de ce revêtement est nécessaire à chaque diffusion TV (entre 2 à 15 par saison et par club, selon les compétitions dans lesquelles il est engagé). Pour ces opérations aussi, la Fédération accompagne financièrement les clubs professionnels féminins par le versement d'une aide directe couvrant les frais d'installation et d'entretien desdits tapis.

Fédération française de judo

Auditionné : Jean-Luc ROUGE, président

9 septembre 2016

A titre liminaire, Jean-Luc ROUGE a présenté son triple statut de président de la Fédération française de judo, mais aussi de secrétaire général de la Fédération internationale (FIJ) et de vice-président délégué du Comité national olympique et sportif français (CNOSF) en charge du haut niveau, qui lui permet d'avoir à la fois une vision assez large de la situation médiatique de sa discipline, mais aussi de disposer d'une perception globale du niveau très limité d'exposition de la diversité des disciplines sportives en France et des conséquences que cette sous-médiatisation emporte sur l'économie des fédérations et des clubs.

Jean-Luc ROUGE a poursuivi en indiquant les difficultés pour une fédération nationale de maîtriser la communication autour de sa discipline, constat selon lui valable pour tous les sports y compris le football ou le rugby. En effet, la très grande majorité des grands événements sportifs fédérateurs en France sont des compétitions internationales, organisées et commercialisées à l'échelon mondial. La fédération nationale, même lorsqu'elle organise l'événement international sur son sol, est rarement maîtresse des supports et des conditions de sa médiatisation.

A titre d'exemple, Jean-Luc ROUGE a cité le Tournoi de Paris, qui est un des plus grands événements du calendrier annuel de la discipline, mais dont l'organisation et la commercialisation des sont opérées par la Fédération internationale. En effet, la Fédération française a été dépossédée de son contrôle sur l'événement, car la Fédération internationale a décidé de faire de cette compétition les épreuves de sélection pour les Jeux Olympiques, lesquelles relèvent de la compétence de la FIJ. Cette dernière en a cédé les droits internationaux d'exploitation audiovisuelle à beIN SPORTS, ce qui pose un problème, selon Jean-Luc ROUGE, car la visibilité est désormais très faible et l'audience jugée squelettique. Jean-Luc ROUGE a néanmoins indiqué qu'étant dans l'obligation par contrat avec la Fédération Internationale de Judo de produire les images, il peut contracter avec un diffuseur sur le territoire français. Il est parvenu à obtenir une fenêtre d'exposition sur L'Equipe 21, ceci pour satisfaire l'attente des licenciés qui avaient manifesté leur mécontentement de ne plus disposer d'une diffusion de l'événement sur une chaîne en clair (Canal Plus antérieur).

Sur ce point, Jean-Luc ROUGE a indiqué que le contrat de la Fédération internationale avec beIN SPORTS était actuellement en cours de discussion et qu'il entendait œuvrer dans ce cadre pour garantir à l'avenir un accès du plus large public à des retransmissions de compétitions de sa discipline.

Cette exposition du judo sur une chaîne gratuite semble en effet à Jean-Luc ROUGE indispensable au développement harmonieux de sa discipline, notamment sur le plan économique. Jean-Luc ROUGE a ainsi rappelé que la Fédération française de judo est titulaire d'une délégation de service public, encadre une pratique et des sportifs de haut niveau et qu'il lui semble cohérent que le pendant de ce statut soit de pouvoir exposer à l'ensemble des citoyens le fruit du travail effectué par la Fédération, ses cadres techniques et ses athlètes.

Jean-Luc ROUGE a en outre mentionné que l'ambition de la Fédération n'était pas obligatoirement d'être exposée sur une des plus importantes chaînes du paysage audiovisuel français, telle que France 2 et que le niveau d'audience fédérée par L'Equipe 21 lui semblait tout à fait suffisant pour satisfaire les attentes des passionnés de judo.

De manière générale, Jean-Luc ROUGE a ajouté que cette exposition au plus large public était fondamentale pour toutes les disciplines olympiques, qui souffrent, pour la plupart d'entre elles, d'un sentiment d'abandon par les médias entre deux éditions des Jeux. Or, si la médiatisation de ces derniers peut constituer, en cas de performance française dans certaines disciplines (judo, escrime, canoë-kayak...), un vecteur de développement en termes de prise de licences ou de signatures de partenariats commerciaux, l'olympiade constitue une période trop longue pour assurer la pérennité de cet effet. Il apparaît donc indispensable que soit assurée dans l'intervalle une présence médiatique de ces disciplines pour maintenir l'attention du public et des partenaires économiques sur les performances des compétiteurs nationaux.

En tant que vice-président du CNOSF en charge du haut niveau, Jean-Luc ROUGE a pu témoigner de l'unanimité de toutes les fédérations olympiques à soutenir cette ligne stratégique de voir les grands événements de leurs calendriers être exposés sur des chaînes en clair, dans la mesure où ces compétitions impliquent les équipes de France.

Pour autant, Jean-Luc ROUGE a reconnu que le critère de participation des équipes de France ne pouvait être exclusif pour déterminer la nécessité de la diffusion d'un événement sportif sur une chaîne en clair. Ainsi, la présence du Tour de France cycliste au sein de la liste des événements d'importance majeure semble difficilement contestable, quand bien même il se court par équipes de marques.

En outre, Jean-Luc ROUGE a souhaité également nuancer ce primat du suivi des équipes de France à l'aune des critiques régulièrement opérées contre un trop grand patriotisme de la couverture télévisuelle des grandes compétitions internationales. Ainsi, encore récemment à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio, de nombreuses plaintes ont été adressées à l'encontre de France Télévisions pour avoir adopté un prisme franco-français dans sa ligne éditoriale et ne pas avoir suffisamment apporté d'écho aux performances des sportifs étrangers. Or, selon Jean-Luc ROUGE, que la critique soit fondée ou non, il est évident que pour une discipline, se contenter de ne montrer que les épreuves disputées par des compétiteurs français n'est pas idéal, car cette politique ne permet pas aux téléspectateurs moins férus de ce sport d'apprécier à leur juste valeur les performances des sportifs nationaux, sans éléments de comparaison avec celles des meilleurs mondiaux.

S'agissant des compétitions de judo qui pourraient être intégrées à la liste des événements d'importance majeure, Jean-Luc ROUGE a indiqué qu'il s'agirait sans doute des Championnats du monde et du Tournoi de Paris. En revanche, il s'est montré très dubitatif à l'idée de pouvoir créer ex nihilo un nouvel événement très fédérateur, tant les calendriers internationaux sont déjà particulièrement chargés.

Jean-Luc ROUGE a ensuite souhaité indiquer que si la médiatisation télévisuelle était un outil central du développement des fédérations et disciplines, l'évolution des technologies de production des

images et des modes de consommation des contenus audiovisuels à l'œuvre depuis une quinzaine d'années rend indispensable pour le monde sportif de ne pas s'enfermer dans cette seule direction.

En effet, selon Jean-Luc ROUGE, de nombreuses opportunités de mise à disposition du plus large public d'images de sport sont portées par le développement du haut, et du très haut, débit qui facilite :

- le développement des offres de streaming sur Internet ;
- la multiplication et la sophistication des modèles économiques des services de vidéo à la demande (VoD) ;
- l'enrichissement et l'attractivité des web-TV des organisateurs de compétitions.

Ces offres constituent à l'évidence, selon Jean-Luc ROUGE, un complément de médiatisation des disciplines susceptible de pallier les absences des chaînes de télévision traditionnelles, de répondre aux attentes extensives des passionnés et de capter un public plus jeune.

Jean-Luc ROUGE a néanmoins souhaité minimiser la relation mécanique qui existerait, dans le judo, entre niveau de médiatisation et prise de licences. Cette discipline présente la particularité d'avoir un maillage territorial très dense, avec 5 600 clubs, qui sont, pour la Fédération, autant de point de vente. Son ancrage socio-culturel est également très important et très stable et son niveau de pratique dépend peu des évolutions des performances des champions français. En outre, le judo est porté par un fort courant de sympathie de la part des parents, qui accordent à cette discipline un réel potentiel éducatif.

Jean-Luc ROUGE a témoigné de la grande implication des fédérations à faire évoluer leur modèle organisationnel et économique. S'agissant de la fédération de judo en particulier, il a ainsi indiqué avoir fait le constat que l'ensemble des compétitions, à partir de la catégorie minimales (13-14 ans), étaient, depuis plusieurs années, filmées pour assurer l'assistance vidéo à l'arbitrage. Cela lui a donné l'idée d'indexer toutes ces vidéos et de développer un service aux licenciés, à savoir d'attacher à la licence une sorte de carte d'identité numérique sous la forme d'un espace Intranet, sur lequel le licencié pourrait accéder à tous ces combats en vidéo.

Fédération Française de Natation**Auditionnés :**

- **Francis Luyce, Président de la Fédération Française de Natation**
- **Louis Frédéric Doyez, directeur général de la Fédération Française de Natation**

15 septembre 2016

En introduction, le Directeur Général précise que la natation est un sport de loisir très pratiqué (15 millions de Français pratique la natation au moins une fois par an). La fédération compte 300 000 licenciés dont 100 000 pratiquent la compétition.

La fédération regroupe cinq disciplines olympiques : la natation course, l'eau libre, le waterpolo, la natation synchronisée et le plongeon. Aujourd'hui seule la course bénéficie d'une très bonne exposition médiatique alors même qu'aucune compétition n'est inscrite dans la liste des événements d'importance majeure. Les succès d'audience en font un bon produit pour les chaînes.

Ainsi les championnats du monde et d'Europe, dont les droits appartiennent à la fédération internationale ou la Ligue Européenne, sont diffusés par France Télévisions. Un partenariat entre l'UER et la ligue européenne/fédération internationale garantit cette bonne exposition. Cette situation est évidemment très satisfaisante aujourd'hui pour la natation française. Cependant, une inscription de ces deux compétitions dans le décret d'événements d'importance majeure permettrait de sécuriser leur diffusion en clair pour l'avenir.

La fédération française est détenteur de droits sur les Championnats de France et tous les événements qu'elle crée et organise sur le territoire.

Pour donner de la « valeur » aux Championnats de France de Natation Course, et en conformité avec la politique sportive fédérale, le système de qualification aux événements internationaux majeurs de chaque saison (CE, CM, JO) passe exclusivement par cette compétition nationale. Ce championnat de France est en effet le seul moyen pour un nageur de se qualifier. Cela institue de fait une histoire à raconter, voire une dramaturgie, pour le spectateur et donc le diffuseur.

Ce championnat de France est aujourd'hui diffusé en payant. Au départ, l'évènement était diffusé par Sport +, la fédération prenant en charge une partie des coûts de production et ne recevant aucun droit de diffusion. Au terme de ce contrat, Eurosport a repris ces droits en assumant les coûts de production. Ce contrat a été renouvelé une fois, permettant alors à la fédération de toucher des droits de diffusion.

Actuellement, un contrat de diffusion est conclu avec BeIn Sports qui offre une belle exposition (sur les 3 chaînes) à la natation, et offre des opportunités pour les autres disciplines d'exister davantage.

Concernant les autres disciplines, la fédération regrette en effet leur manque d'exposition alors qu'elle s'attache à leur valorisation et promotion, notamment en organisant de beaux événements. Pour la natation synchronisée, elle capte elle-même les images et les diffuse sur internet.

S'agissant du water-polo, la fédération internationale réfléchit aujourd'hui à une évolution des règles pour les rendre plus lisibles pour le téléspectateur. La récente qualification de l'équipe de France aux JO de Rio a démontré le caractère télégénique de cette discipline.

Le plongeon est par nature très spectaculaire alors que l'eau libre apporte un décor naturel, des stratégies de courses et des ambassadeurs qui devraient susciter et retenir l'intérêt.

Par ailleurs, outre la natation synchronisée qui est en train de se « masculiniser », les disciplines de la natation sont intrinsèquement « mixtes » et offrent naturellement une valorisation de la pratique féminine.

La médiatisation et particulièrement la vente de droits d'événements sportifs est devenue aujourd'hui une source de revenus essentielle, notamment dans le contexte de baisse des subventions publiques.

De plus, la recherche et la valorisation de partenariats avec des sociétés privées se fondent en partie sur la capacité à pouvoir offrir une visibilité télévisuelle à la marque concernée. Les apports financiers des partenaires privés qui demeurent toujours à développer, passent ainsi immanquablement par une présence télévisuelle.

Dans ce contexte, la présence médiatique demeure primordiale, autant vis-à-vis du grand public à l'égard de l'engouement autour de la pratique des activités aquatiques que vis à vis de la prospection et la fidélisation de partenaires privés.

Fédération Française de Rugby

Auditionné : Pierre CAMOU, président

16 septembre 2016

En premier lieu, Pierre CAMOU a tenu à rappeler la différence fondamentale existant entre la nature et les objectifs, d'une part d'une fédération, d'autre part d'une ligue professionnelle.

Pierre CAMOU a ainsi détaillé la fonction d'une fédération, délégataire d'une mission de service public et chargée d'assurer le développement d'une ou plusieurs disciplines sportives, d'en encadrer la pratique, d'en assurer la formation et d'organiser les compétitions, depuis les rangs amateurs jusqu'au haut niveau. Elle est par ailleurs en charge de la constitution et des performances des équipes de France. Enfin, la majorité de ses adhérents sont des associations. Ceci conduit généralement, selon Pierre CAMOU, les fédérations sportives à privilégier une exposition en clair des événements qu'elle organise en propre.

A contrario la ligue professionnelle, émanation de la fédération en charge spécifiquement de l'activité professionnelle de la discipline, est tournée vers l'optimisation de la performance sportive des clubs qui la composent et du spectacle des championnats d'élite. Assise sur des recettes propres et en l'absence de subventions directes de l'Etat, cette démarche nécessite la meilleure valorisation financière possible de ces championnats. Enfin, les adhérents des ligues sont majoritairement des sociétés sportives. Ces circonstances expliquent que les ligues, comme l'a rappelé Pierre CAMOU, se tournent davantage vers les chaînes payantes, *a fortiori* dans le contexte actuel de stagnation du marché publicitaire et de fragmentation des audiences qui fragilisent les positions des leaders de la télévision gratuite.

Conformément à ces propos liminaires, Pierre CAMOU a ainsi indiqué que la FFR cède les principaux droits qu'il commercialise en direct aux chaînes gratuite, en l'espèce France Télévisions, alors que la Ligue nationale de rugby (LNR) a noué pour sa part un partenariat plus que fructueux depuis de nombreuses années avec Canal+ pour la diffusion du Top 14, et désormais de la Pro D2.

Pierre CAMOU a revendiqué, en tant que délégataire de service public, être attaché à contracter avec le service public de la télévision. Il y trouve l'avantage d'avoir un bouquet de chaînes adaptées à ses besoins, France 2 pour les plus grands événements fédérateurs, France 3 pour l'ancrage régional qui sert la territorialité du rugby et France 4 qui assure la promotion des disciplines et pratiques moins médiatisées (pratiques féminine et jeune du rugby à XV, rugby à VII). En outre, cette architecture satisfait les intérêts des partenaires commerciaux de la FFR, qui y trouvent tout à la fois de la puissance et des cibles captives à adresser.

Pierre CAMOU a ajouté que la démarche d'exposition en gratuit de la FFR s'applique indifféremment aux hommes et aux femmes, puisque la Fédération a également cédé à France Télévisions les droits de l'Equipe de France féminines et de rencontres du championnat de France, le Top 8. Pierre CAMOU a néanmoins indiqué que sur cette dernière compétition la FFR a fait une place à une chaîne payante via la mise en place d'une codiffusion avec Eurosport. La compétition de Fédérale 1 sera, quant à elle, diffusée sur la chaîne L'équipe.

En revanche, Pierre CAMOU a avoué en être aux prémices de la réflexion sur l'usage que la FFR pourrait faire des nouveaux modes de consommation audiovisuelle sur Internet. La question centrale, selon Pierre CAMOU, est de ne pas trop éparpiller les droits auprès d'un nombre important de diffuseurs, car la valeur financière des droits d'une discipline passe sans doute par un nombre limité de détenteurs de droits. Pierre CAMOU a ainsi reconnu une certaine perplexité devant certaines pratiques sophistiquées de multiplication des fenêtres de droits, selon les terminaux et les médias (droits télévisuels, mobiles, Internet), les temporalités (direct, différé), les modèles économiques (gratuit, payant par abonnement, à la séance).

Pierre CAMOU a ensuite abordé la question de la sous-exposition télévisuelle de la diversité des disciplines sportives, en indiquant que cette tendance était très difficilement évitable, dans la mesure où le réflexe naturel des programmeurs était de dupliquer le succès entrevu chez un concurrent. L'évolution, depuis quelques mois, de la programmation de L'Equipe, qui tout en maintenant un volant de disciplines peu exposées ailleurs, se positionne de façon croissant sur l'acquisition de droits de football, rugby, tennis et cyclisme notamment, prouve ainsi, selon Pierre CAMOU, les limites, pour une chaîne gratuite qui doit fédérer des audiences de masse, d'une politique de contre-programmation systématique.

S'agissant de la liste des événements d'importance majeure, Pierre CAMOU a signifié son attachement à maintenir dans la liste l'intégralité du Tournoi des VI Nations. En effet, selon lui, c'est un produit composite que la FFR est fière de voir exposé sur le service public puisque les droits de cette compétition englobent la diffusion des 15 matchs de la compétition masculine principale. Les rencontres de l'Equipe de France du Tournoi des moins de 20 ans et du Tournoi féminin ne sont pas intégrées dans la liste des événements d'importance majeurs. Démembrer l'obligation de diffusion du Tournoi en clair prévu par le dispositif des événements d'importance majeure pourrait être de nature à remettre en cause cette architecture qui convient parfaitement aux attentes d'une Fédération qui doit assurer la promotion de la pratique de sa discipline auprès des femmes et des jeunes.

En revanche, Pierre CAMOU a indiqué que la Fédération serait favorable à l'inscription dans la liste de tous les matchs de l'Equipe de France de rugby, y compris de ceux de la Tournée de juin dans l'hémisphère Sud, sur le modèle de ce qui a été fixé s'agissant de l'Equipe de France de football. Pierre CAMOU a ainsi mis en avant la difficulté de l'amateur de rugby à comprendre que les rencontres de la France face aux grandes nations de l'hémisphère Sud organisées lors des tournées de novembre sur le territoire français soient diffusées sur une chaîne gratuite de la volonté de la FFR et que la réciproque du déplacement de l'Equipe de France dans ce pays en juin ne le soient pas, parce que ce sont les pays hôtes qui commercialisent et que rien ne leur impose de privilégier une diffusion en clair de ces matchs.

Revenant sur la question de la valorisation de la pratique féminine du rugby, Pierre CAMOU a rappelé que celle-ci avait spectaculairement bénéficié en France de la forte médiatisation et des succès d'audience enregistrés lors de l'édition de la Coupe du monde de rugby féminin organisée sur le territoire à l'été 2014. Cette explosion de notoriété s'est notamment mesurée lors de la récente édition des Jeux de Rio, au cours desquels la compétition féminine de rugby à VII a fédéré en France des audiences qui ont culminé à 2,4 millions de téléspectateurs. Ce succès vient récompenser un pari

politique et économique de la FFR, dans la mesure où la Fédération n'avait pas hésité à investir 1 M€ pour organiser cette édition 2014 de la Coupe du monde de rugby féminin.

Aujourd'hui, selon Pierre CAMOU, le principal enjeu pour la pratique féminine réside sur les conditions matérielles de cette pratique, de l'entraînement à la compétition. Pierre a ainsi rappelé que la France compte 17 000 pratiquantes et que la FFR est désormais confrontée au manque de terrains et des créneaux d'entraînement et d'enceintes pour disputer les rencontres. C'est un problème assez général dans le sport français, a rappelé Pierre CAMOU, que le football rencontre également et cela freine un développement du sport féminin dans le pays qui pourrait potentiellement être plus rapide.

S'agissant du rugby à VII, Pierre CAMOU a revendiqué là encore défendre une vision de la démocratisation de la discipline par une exposition significative et ostensible sur des chaînes en clair. Il a ainsi indiqué que World Rugby, la fédération internationale, ayant cédé pour la France les droits des compétitions mondiales de rugby à VII à Ma Chaîne Sport, il était intervenu pour récupérer ces droits qui lui semblaient largement sous-valorisés sur cette chaîne peu regardée et qu'il les avaient proposés aux chaînes gratuite, pour déclencher un processus d'acculturation du public.

Cette acculturation par le média de masse qu'est la télévision nationale est d'autant plus importante pour le rugby, selon Pierre CAMOU, que la discipline souffre d'un déséquilibre territorial de la géographie de son élite. Or ce déséquilibre est un prisme déformant de la réalité, car les chiffres de licenciés attestent que ce sport est présent dans toute la France. Pierre CAMOU a ainsi indiqué que quasiment personne n'imagine que la Bretagne puisse constituer une terre de rugby, la 5^{ème} région française en termes de licenciés.

Selon Pierre CAMOU, si le rugby a besoin de se développer partout en France, dans toutes ses régions et toutes les composantes de sa société, zones rurales et urbaines, quartiers aisés ou difficiles, la société française a aussi beaucoup à faciliter ce développement. Pierre CAMOU a ainsi indiqué que le rugby présente l'avantage, dans une société hyper-consumériste, d'obliger à apprendre à être ensemble. Le rugby est par ailleurs un sport qui accepte toutes les disparités et trouve une place pour tous, le grand comme le petit, le très intelligent comme le très rustique. Pour Pierre CAMOU, le rugby constitue une école du vivre ensemble et de l'apprentissage de la performance et du dépassement de soi à l'intérieur d'un cadre strict et complexe de règles.

Fédération Française de Tennis



Auditionnée : Emilie Montané, Directrice médias et production FFT

1^{er} juillet 2016

En introduction, Emilie Montané a rappelé que la fédération française de tennis est une association loi 1901, propriétaire du tournoi de Roland Garros (le stade reste propriété de la Ville de Paris, qui en concède l'occupation à la FFT via une convention et moyennant le paiement d'une redevance). Elle est également propriétaire et organisatrice du BNP Paribas Masters et organise les matchs de Coupe Davis et Fed Cup par délégation de l'ITF quand ils ont lieu en France (à noter que les droits de la Coupe Davis et de la Fed Cup sont gérés par l'ITF, qui les a vendus à BeIn).

Le chiffre d'affaires événementiel de la fédération était en 2015 de 217 millions euros (20 % du CA de la fédération étant réalisé par les contrats de partenariat, de 4-5 ans en général), dégageant 82 millions de marge dont les 2/3, soit 50 millions, ont été redistribués dans le tennis. Les 30 M restants servent au financement de la construction du nouveau stade (350 M€ d'investissements à la charge presque en totalité de la fédération soit 150 d'apport et 200 d'emprunt).

Le contrat de droits avec FrTV court sur 2014 – 2018. Sa prolongation de deux ans est en discussion (confirmée depuis l'entretien), délai à l'issue duquel le nouveau stade devrait être livré. Avec le toit du nouveau stade, des matchs vont pouvoir se dérouler en soirée, même si (pour l'instant), la FFT n'envisage pas des cessions de droits en soirée au-delà des 10 premiers jours du tournoi. Cela entraîne une nouvelle économie, en cours de modélisation, du tournoi sur laquelle travaille actuellement la fédération : à quelle heure commence la "soirée" ? Combien de matchs seraient concernés ? etc... Les matchs en soirée seraient plutôt, et Fr TV en convient, un produit pour chaînes payantes, car, au-delà même de la question de l'absence de publicité en prime time qui se pose nécessairement, les grilles des chaînes gratuites ne permettent pas forcément des interruptions dans la grille de programmes et des déprogrammations. Mais un contre-modèle serait de conserver à un groupe en clair multi-chaines la totalité des droits quitte à passer d'une chaîne à l'autre du groupe pour assurer la couverture complète : ce serait davantage conforme à la mission de service public qu'assume pleinement la fédération (à la différence de ligues d'autres sports) en termes d'exposition (sans compter le souci de préserver les annonceurs des bâches de fond de court, avec lesquels la FFT a des contrats de 4 à 5 ans). Idem en Europe : le contrat général passé avec Eurosport se double systématiquement dans chaque pays d'une diffusion par une chaîne gratuite sur un volume de l'ordre de 30 à 60 heures. Il faut souhaiter que les moyens du service public ou plus largement du "en clair" (la concurrence doit jouer autant entre diffuseurs gratuits qu'entre diffuseurs gratuits et diffuseurs payants) restent suffisants pour que la FFT n'ait pas à envisager un passage partiel sur le payant, sachant qu'elle ne dépend quasiment pas de la subvention publique. En effet, Roland Garros est celui des 4 Grands Chelems le

moins bien monétisé sur son marché domestique : à titre d'exemple, les droits consentis par la chaîne publique BBC pour diffuser Wimbledon sont déjà trois fois plus élevés.

Sur ces sujets, il peut y avoir une sorte de négociation à trois, intégrant les partenaires annonceurs, qui sont eux aussi intéressés par la nature du diffuseur : tel annonceur essentiel sur tel tournoi peut en effet ne pas souhaiter être diffusé sur telle chaîne, pour des raisons d'exposition, d'association de marque, etc. Cela peut être pris en compte dans les décisions prises.

La FFT produit elle-même depuis cette année certains matchs des qualifications sur les courts annexes (mais néanmoins équipés en qualité broadcast) qui se déroulent la semaine précédente. Ils sont diffusés sur FrTV et Eurosport, mais aussi vendus à des chaînes étrangères qui souhaitent suivre leurs champions émergents, sans compter l'OTT de FrTV, Francetvsport. La fédération diffuse aussi sur sa plate-forme certaines compétitions, le digital permettant d'améliorer la visibilité et pouvant même permettre d'imaginer de "tirer" sur 6 mois de l'année la couverture périphérique de la quinzaine proprement dite.

Concernant le décret EIM, la fédération de tennis en est satisfaite en l'état, car il laisse la souplesse de choisir entre cession à des acteurs du gratuit et du payant, même si, aujourd'hui, la couverture en clair est quasi intégrale et qu'on est loin en avant de l'obligation de décret (la seule finale). Bien qu'elle soit attachée à la visibilité de son sport et en particulier de Roland Garros, la fédération de tennis ne peut exclure de vendre un jour ses droits à un acteur du payant, et de ce fait de les vendre plus cher. Dans cette hypothèse un décret maximaliste serait une gêne. Par ailleurs les chaînes payantes ont une souplesse de grille (et de financement non lié intégralement à la publicité) autrement plus forte pour intégrer les bouleversements de programme induits notamment par les intempéries et par la durée de certains matchs.

Emilie Montané a par ailleurs précisé la complexité à laquelle doit faire face un éditeur gratuit lorsqu'il n'intervient qu'au stade de la demi-finale et/ou de la finale d'un événement, alors que les téléspectateurs ont suivi les phases préalables sur une autre chaîne payante. C'est notamment vrai pour le tennis, où il s'agit de raconter des histoires de parcours y compris depuis les qualifications. Si une chaîne payante a diffusé toute la compétition, alors le public aura tendance à rester sur cette chaîne payante. C'est l'exemple du tournoi de Bercy en 2015, diffusé et marqueté par Canal+ qui a conservé plus d'audience que W9 activé en demi-finale et finale pour une diffusion en clair. Mais il y a des contre-exemples comme la demi-finale et finale de l'équipe de France de handball au Qatar.

Fédération française de voile

Auditionné : Jean-Pierre CHAMPION, président

9 septembre 2016

En introduction de son argumentaire, Jean-Pierre CHAMPION a indiqué que s'il apparaît évident que l'exposition médiatique de la voile est intéressante pour satisfaire les licenciés, cette discipline n'a néanmoins pas besoin de cette médiatisation pour stimuler sa pratique, puisque la voile constitue un sport particulier, qui s'appuie sur une pratique loisir/plaisance séculaire et clairement ancrée dans des territoires et des populations particulières.

Jean-Pierre CHAMPION a ensuite indiqué qu'il convient de faire le départ au sein des compétitions de voile entre :

- les courses au large et océaniques (Vendée Globe, Route du Rhum, Transat Jacques-Vabre) qui sont relativement bien médiatisées et donne lieu à une couverture télévisuelle significative, en raison de l'héritage culturel sous-jacent lié aux performances enregistrées par les marins français à la suite d'Eric Tabarly et à la lutte historique et symbolique contre les Britanniques pour la maîtrise des océans ;
- les compétitions de voile olympique, qui ne sont pas couvertes par les chaînes de télévision, à l'exception du Tour de France à la voile et de la Coupe de l'America.

Jean-Pierre CHAMPION a ensuite détaillé la situation économique de la Fédération française de voile, forte d'un budget avoisinant 11,5 M€, avec une contribution de l'Etat hors cadres techniques à hauteur de 2,7 M€. Il a également tenu à préciser que la Fédération française de voile encadre également la pratique et les compétitions nationales de planche à voile.

Selon Jean-Pierre CHAMPION, les compétitions de voile posent un réel problème de captation télévisuelle, en raison des coûts de production qu'elles génèrent pour suivre les bateaux, ne serait-ce que pour les compétitions de régates de voile olympique. Par ailleurs, une fois produites, ces images doivent être diffusées avec suffisamment de compétence pour maintenir intelligible le déroulement des épreuves. Or, comme l'a avoué Jean-Pierre CHAMPION, cette compréhension des épreuves demeure une gageure pour le béotien, tant il est parfois malaisé de comprendre les subtilités des

règles des différentes catégories, l'ordonnancement des courses et les classements des participants. Jean-Pierre CHAMPION s'est ainsi félicité du choix effectué par France Télévisions de François Gabart comme consultant voile sur les Jeux Olympiques de Rio, car il a à la fois l'expérience de la voile olympique pour l'avoir pratiquée et un don réel pour en restituer le spectacle.

Jean-Pierre CHAMPION a ainsi rappelé que cette question de l'intelligibilité des courses de voile olympique était au cœur d'un débat important au sein des instances de cette discipline. Il a ainsi prédis un débat animé au prochain congrès de World Sailing, la Fédération internationale de voile, qui se tiendra en novembre à Barcelone, entre les tenants de la modernité, qui militent pour une évolution de la discipline pour s'adapter aux attentes des médias, des annonceurs et du plus large public et les défenseurs d'une tradition classique de la voile olympique, qui s'inquiètent de la dénaturation potentielle de leur sport. Ce conflit se déploie, selon Jean-Pierre CHAMPION, sous le regard attentif du Comité international olympique (CIO), qui penche davantage en faveur de la tendance « moderne ». Jean-Pierre CHAMPION a en effet rappelé que le CIO est très attaché à l'idée que le plus large public puisse assister à, et apprécier, la performance des champions de toutes les disciplines.

Jean-Pierre CHAMPION a également indiqué que la voile devait en outre s'adapter à sa dimension de sport de pleine nature, qui constitue en effet un autre point délicat en matière de médiatisation. Comme l'a rappelé Jean-Pierre CHAMPION, la pratique de la voile reste soumise à l'occurrence d'un élément climatique indispensable qu'est le vent. Les diffuseurs télévisuels sont ainsi globalement réticents à s'engager dans la production et la diffusion de compétitions que les contraintes climatiques et géographiques rendent aléatoires et complexes à appréhender.

Enfin, un troisième point de désagrément pour la production d'images de voile est constitué, selon Jean-Pierre CHAMPION, par l'adéquation du site d'organisation du départ de la course au large ou du déroulement des régates aux contraintes télévisuelles. Les organisateurs de compétitions de voile recherchent en effet, comme l'a rappelé Jean-Pierre CHAMPION, des plans d'eau dégagés, accessibles aux spectateurs et garantissant une grande visibilité pour suivre la compétition depuis la terre. Jean-Pierre CHAMPION a en effet rappelé que la voile constitue un sport d'accès gratuit pour les spectateurs, sur le modèle des courses cyclistes, des compétitions urbaines de course à pied ou de la plupart des rallyes automobiles. S'agissant des principaux sites français de départ de course au large, il a indiqué que Saint-Malo se prêtait parfaitement au départ de la Route du Rhum, alors que le départ du Vendée Globe des Sables d'Olonne pouvait être un peu plus difficile à suivre. Pour les diffuseurs télévisuels, les moyens techniques de production dépendent dès lors étroitement de la configuration de ces sites, selon que le spectacle sportif peut être vu depuis la terre (mise en place de caméras fixes) ou non (ce qui nécessite le décollage d'hélicoptères, éventuellement équipés de caméras « boules »).

A titre d'exemple, Jean-Pierre CHAMPION a indiqué que le Vendée Globe dispose d'un dispositif de diffusion audiovisuelle hybride, structuré autour :

- de la production et de la diffusion télévisuelle des images du départ sur France 3 ;
- de la diffusion des images produites par les concurrents, réglementairement soumis à l'obligation d'embarquer une caméra sur leurs bateaux ;

- de la possibilité de suivre l'épreuve sur Internet grâce au suivi GPS des embarcations.

Jean-Pierre CHAMPION est ainsi revenu sur l'engouement de plus en fort du public à l'égard des courses au large. Il a ainsi indiqué qu'une partie de cet engouement était actuellement dû à la démocratisation des courses virtuelles, qui passionnent bien au-delà du public classique de la voile. Selon Jean-Pierre CHAMPION, le dernier Vendée Globe a donné lieu à la mobilisation de 480 000 joueurs, ce qui représente une population supérieure à celle des licenciés de la Fédération française de voile. Jean-Pierre CHAMPION a indiqué que c'était une start-up française qui était à l'initiative de cette application de jeu. Aujourd'hui, selon lui, aucune grande course au large au monde ne se dispute sans être relayé par un tel dispositif de course virtuelle. Il a ainsi insisté sur ce nouveau modèle de médiatisation du sport, qui doit être intégré dans les réflexions de toutes les fédérations, s'agissant de leur politique de communication, de démocratisation et de développement économique et commercial.

Pour la voile olympique, Jean-Pierre CHAMPION a estimé que la balle était assurément dans le camp des instances fédérales. L'amélioration de la visibilité de la voile olympique ne passerait sans doute pas, selon lui, par la seule voie d'un militantisme perpétuel, mais en premier lieu par une réflexion et une évolution de la discipline et du format des compétitions et par une mise en cohérence de ces dernières aux exigences de l'environnement médiatique et commercial du sport moderne. A ce prix, les organisateurs de compétitions de voile seront légitimes à demander plus de diffusion et le règlement de montants d'acquisition de droits d'exploitation audiovisuelle.

Pour la médiatisation télévisuelle de ces épreuves, la voile dispose à ce jour de deux éditeurs de service intéressés, L'Equipe 21 et le groupe Canal+, qui diffuse notamment les régates de la Coupe de l'America et ses phases préliminaires que sont les AC World Series. Pour ce faire, Canal+ met en œuvre d'importants moyens de production d'images réelles et de reconstitutions virtuelles des courses, pour bien les faire comprendre à un public plus large que celui des seuls initiés.

Jean-Pierre CHAMPION a ensuite indiqué que l'évolution très positive engagée par le Tour de France à la voile, déjà significativement couvert par France Télévisions (notamment France 3 et France Ô), permettait d'envisager que cette course puisse jouer dès 2017 un véritable rôle de vitrine de la course nautique en France. Pour les autres compétitions de voile olympique, Jean-Pierre CHAMPION a reconnu que la position des organisateurs était de se réjouir de la plus petite manifestation d'intérêt de la part des chaînes de télévision, quitte à prendre en charge financièrement la production des images.

S'agissant de la réglementation audiovisuelle, Jean-Pierre CHAMPION a indiqué être très favorable à intégrer le départ du Vendée Globe et de la Route du Rhum dans la liste des événements d'importance majeure.

Jean-Pierre CHAMPION a également souhaité insister sur l'excellence des relations entretenues par la Fédération avec les principales entreprises sponsors de la discipline.

Enfin, Jean-Pierre CHAMPION a souhaité indiquer un mot sur la pratique handisport de la voile, en rappelant que la Fédération organise deux courses handivalides par an, avec le soutien financier de l'assureur AG2R. La Fédération investit ainsi 100 000 € par an dans la voile handisport. Jean-Pierre CHAMPION revendique ainsi une démarche d'intégration réelle des personnes en situation de handicap en faisant concourir ensemble handicapés et valides.

Fédération française des sports de glace**Contribution écrite****Auteur : Didier GAILHAGUET Président de la F.F.S.G.****6 septembre 2014**

Monsieur le Sénateur,

Votre mail en date du 29 août 2016 a retenu toute mon attention. Le sujet dont vous avez la charge est d'importance pour une fédération comme la nôtre accueillant en son sein des disciplines dont 8 sur 10 sont olympiques.

Ma réponse sera donc plurielle :

Si certaines disciplines telles que le patinage artistique bénéficient d'une bonne visibilité et surtout d'une large audience, ce n'est pas le cas de toutes celles qui sont sous notre délégation. Ainsi le bobsleigh, le short track (patinage de vitesse courte piste), le curling et d'autres encore ne bénéficient pas au plan national d'une couverture.

Pour l'ensemble peu de documentaires ou magazines nous accordent une place que les résultats (parfois brillants) de nos athlètes nécessiteraient.

Je dois avouer que nous ne souhaitons pas travailler avec l'Equipe 21 au regard des tarifs pratiqués.

J'éviterai d'aborder le sujet de la place de nos sports dans le quotidien "l'Equipe" traités dans les brèves très fréquemment. L'Equipe est devenue un France Football bis et cela est bien regrettable et je suis loin d'être le seul à le penser.

Nos sports majeurs sont acceptablement traités par le réseau du service public et par Eurosport France avec laquelle nous avons des rapports liés au contrat de 4 fédérations internationales (ISU, WCF, FIL, FIBT) dont nous sommes dépendants.

Donc concrètement et globalement nous pouvons donc affirmer que nous sommes très moyennement satisfaits des différents dispositifs négociés.

A l'évidence, au regard de ce constat plutôt désolant qui pousse le sport vers les chaînes payantes et parfois peu lisibles, je suis extrêmement favorable à une refonte du décret concerné permettant aux sports les plus faibles en visibilité d'en trouver ou retrouver une et leur donner ainsi accès à d'éventuels sponsors.

Enfin, je me permets d'ajouter à votre réflexion, le nouvel impact sur le monde du sport des réseaux sociaux où la jeunesse se reconnaît plus facilement.

En espérant avoir répondu à votre interrogation, je vous prie d'agréer, monsieur le Sénateur, à l'expression de ma considération distinguée et amicale.

FIFA

**Auditionnés :**

- **Niclas ERICSON, directeur de la division TV**
- **Fani MISAILIDI, Cheffe du département des affaires publiques**

15 septembre 2016

A titre liminaire, les représentants de la FIFA ont indiqué accorder une importance certaine aux travaux de la mission confiée par le Premier ministre Manuel Valls au sénateur David Assouline, dans la mesure où les problématiques d'équilibre entre les diffusions gratuite et payante du sport à la télévision et du rôle joué par ces deux modes de mise à disposition du public du spectacle sportif demeurent au cœur de la stratégie de développement du football, pour sa fédération internationale.

Les représentants de la FIFA ont ensuite rappelé que leur organisation avait une réelle expérience et culture de l'accès du plus large public aux grands événements de football. De façon systématique et quel que soit le cadre juridique applicable à l'Etat dans lequel la cession des droits s'opère, la FIFA recherche des chaînes en clair pour la diffusion de tout, ou du meilleur, de la Coupe du monde de football masculin.

Selon les représentants de la FIFA, cette philosophie est désormais également suivie pour la Coupe du monde de football féminin. L'objectif de la FIFA est en effet de faire de cette compétition, à moyen terme, le deuxième événement de football du calendrier, voire à l'horizon du deuxième quart du XXIème siècle, le deuxième événement planétaire de sport. Les retours de la popularité de cet événement sont déjà très positifs, selon les représentants de la FIFA, à l'aune des audiences fédérées par l'édition 2015 organisées au Canada. En dépit d'un fuseau horaire peu propice à la fédération d'un large public en Europe ou en Asie, la Coupe du monde a réuni au total près de 800 millions de téléspectateurs. Pour l'édition 2019, qui se tiendra en France, la FIFA espère dépasser le milliard de téléspectateurs.

Dans le cadre de cette stratégie d'exposition prioritaire en télévision gratuite de cette compétition, les représentants de la FIFA ont ainsi indiqué qu'un accord avait été signé avec le groupe TF1 pour l'exclusivité de la diffusion des rencontres de l'édition 2019, qui se déroulera en France. Les représentants de la FIFA ont assuré tirer une certaine fierté de voir le premier groupe de télévision privé en clair du pays s'intéresser à cet événement et consentir à un investissement significatif pour l'acquérir. Cette situation tranche avec la situation observable jusqu'au début des années 2010 où la FIFA avait de grandes difficultés à attirer des chaînes en clair en France. Un premier pas avait été franchi en 2015 avec la cession des droits de l'édition canadienne au groupe M6.

En outre, un élément important pour les représentants de la FIFA dans cette appétence croissante des diffuseurs est la création d'une concurrence entre chaînes, de nature à stimuler leur créativité pour l'exposition de la compétition et d'accroître le montant des droits d'acquisition de cette dernière. Ainsi, l'intérêt suscité en France par l'édition 2019 auprès d'éditeurs tels que les groupes TF1 et France Télévisions a permis à ce montant de croître significativement par rapport à l'édition 2015.

Les représentants de la FIFA ont à ce titre souhaité rappeler le rôle fondamental joué par le marché des droits de diffusion télévisuels dans le financement des investissements en faveur du développement du football dans le monde. L'objectif de la FIFA est ainsi le développement permanent de ses compétitions pour susciter la pratique partout et par tous. Selon des chiffres fournis par les représentants de la FIFA et comme indiqué dans le Rapport financier FIFA de 2015, 74% (soit USD 942 millions) du total des dépenses a été directement injecté dans le football ce qui inclut l'organisation de compétitions et autres événements. En outre, selon le budget révisé du cycle 2015-2018, le budget pour le développement est augmenté de USD 517 millions, passant de USD 900 millions à 1 417 millions.

Les représentants de la FIFA ont ajouté que le niveau de l'investissement consenti par TF1 pour l'acquisition des droits de cette édition 2019 garantissait par ailleurs la fédération internationale que le groupe diffuserait bien l'intégralité de la compétition pour pouvoir rentabiliser cette dépense.

Les représentants de la FIFA ont ensuite avancé qu'au-delà de la recherche d'une diffusion accessible au plus large public des rencontres de la compétition, un élément déterminant pour la fédération internationale repose sur la promotion que les candidats à l'acquisition des droits entendent faire de cet événement. Ainsi, à titre d'exemple, le groupe CTV/TSN s'est engagé à une grande promotion de la Coupe du Monde Féminine de 2015 pour promouvoir la diffusion de la compétition sur son antenne et ceci a largement contribué à augmenter l'intérêt dans le football féminin et la Coupe du Monde. A cet égard, les représentants de la FIFA ont aussi mentionné que jusqu'à 2010 la FIFA a rencontré beaucoup de difficultés à contracter des chaînes de télévision de diffusion gratuite mais qu'en présent cette situation est différente grâce à des efforts stratégiques de la part de la FIFA.

Selon les représentants de la FIFA, il est ainsi fondamental de faire connaître le plus largement cet événement. La promotion que le détenteur des droits en assurera permettra en effet, au-delà de la

construction des futures audiences de la diffusion télévisuelle des rencontres, de susciter l'envie du public de se rendre au stade pour profiter *in situ* de l'ambiance de l'événement. En outre, la diffusion importante de bandes annonces peut permettre d'atteindre les tranches d'âge les plus jeunes, qui ont en partie délaissé le média télévisuel au profit d'Internet.

Pour permettre cette promotion, les représentants de la FIFA ont reconnu qu'une part de la réussite globale de l'opération repose également sur la fédération internationale, qui doit mettre les droits sur le marché suffisamment en amont de la compétition pour permettre à l'attributaire de ces droits de construire l'événement.

Les représentants de la FIFA ont également indiqué que certains pays attestaient d'un intérêt particulièrement marqué pour la diffusion télévisuelle de compétitions de football féminin. Ainsi, aux Etats-Unis, la finale de la Coupe du monde féminine 2015 a fédéré 30 millions de téléspectateurs, alors même que les audiences de l'équipe nationale masculine à la Coupe du monde 2014 (jusqu'en 1/8èmes de finale) ont plafonné à 25 millions de téléspectateurs.

Les représentants de la FIFA ont ensuite souhaité aborder la question de la réglementation audiovisuelle. Ils ont ainsi exprimé leur hésitation à aborder la question de l'opportunité de modifier une liste nationale d'événements d'importance majeure, car, selon eux, le piège de la réglementation est de risquer d'enfermer les pratiques aujourd'hui extrêmement évolutives des médias dans un cadre trop rigide. A titre d'exemple, ils ont avancé le développement mondial des offres OTT, qui est aujourd'hui en partie immature, mais qui atteste de nouvelles formes de distribution de contenus audiovisuels. Selon les représentants de la FIFA, une réglementation trop intrusive pourrait avoir pour effet de figer l'existant et de brider l'innovation. Un autre exemple de ces pratiques et technologies en mutation est l'émergence de la réalité virtuelle, dont il est encore difficile de mesurer le potentiel de complémentarité avec la diffusion des grands événements sur les chaînes en clair pour la popularité planétaire de ces compétitions.

Dans cette perspective, les représentants de la FIFA ont également rappelé que le souhait de la fédération internationale est de pouvoir continuer à disposer de marchés nationaux de cession de droits. Ils ont indiqué que leur positionnement est d'agréger les audiences des plus grandes chaînes de chaque pays. Cette stratégie de négociation et de vente en direct avec les acteurs locaux a été mise en place en 2005 par la FIFA, après une période au cours de laquelle la fédération internationale avait opté pour l'intermédiation d'une agence de droits. Les représentants de la FIFA ont insisté sur la nécessité désormais identifiée de détenir en interne les ressources humaines et matérielles internes pour développer, promouvoir et commercialiser les compétitions de la FIFA, en partenariat avec les diffuseurs détenteurs des droits et en tenant compte des spécificités socio-culturelles et économiques de chaque pays. A ce jour, la politique de la FIFA est de négocier et contacter elle-même la vente des droits audiovisuels. L'objectif à terme demeure de développer sa connaissance fine des spécificités des différents marchés locaux.

A ce jour, la FIFA est donc assez réticente à traiter avec un acteur mondial, sur une approche comparable à celle adoptée par le CIO dans le cadre de son contrat avec Discovery. Cette approche explique également en partie pourquoi la fédération internationale demeure faiblement intéressée par le positionnement sur le marché des principaux acteurs de l'Internet. En toute hypothèse, les représentants de la FIFA ont estimé que l'irruption massive de ces acteurs - étant encore en son début - aura un impact mais qui reste encore à déterminer et qu'en même temps, il est envisageable que les compagnies des médias traditionnels s'adapteront à une telle évolution possible.

Les représentants de la FIFA ont néanmoins souligné que la fédération internationale entretenait des relations commerciales avec la plupart de ces acteurs internationaux, avec Discovery-Eurosport sur les compétitions mondiales moins fédératrices (compétitions de futsal et de beach soccer, championnats du monde U17, U20...), avec beIN SPORTS sur la zone MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord), ainsi que dans certains pays en complément de l'exposition en clair (à l'image des droits des Coupes du monde 2018 et 2022 concédés en France) ou avec Google sur des actions de promotion du football dans le monde.

France Télévisions



Auditionnés :

- **Delphine Ernotte-Cucci, Présidente de FRTV,**
- **Daniel Bilalian, Directeur des sports,**
- **Caroline Got, Directrice de la stratégie et des programmes,**
- **Francis Donnat, Secrétaire général**

27 juin 2016

En introduction, Delphine Ernotte a rappelé l'importance de la place du sport pour le service public : au sein du "maelstrom" d'images auquel le citoyen est désormais soumis, le sport a la vertu de se vivre en direct à la télé et de fédérer un large et jeune public. L'âge moyen de la télévision publique, 58 ans est supérieur à celui de l'ensemble de la télévision (48 ans) mais le sport rajeunit l'audience : l'âge moyen lors de la diffusion d'un match de tennis sur FR TV est de 52 ans, et même de 47 ans pour du rugby féminin. « *Affaiblir le sport sur le service public serait affaiblir le service public.* ».

C'est par la diffusion de grands événements sportifs que FRTV "existe" et peut en complément faire émerger certains sports comme le sport féminin, même si c'est au risque de perdre les marchés une fois que les sports auront effectivement émergé (cf. le biathlon, acheté dans le temps 25.000 euros / saison par FRTV et désormais négocié à 1 M par l'Equipe 21). De même, la présence régionale du groupe permet d'exposer le sport au plus près des citoyens : par exemple le groupe a acheté les droits de l'Euro 2016 pour une diffusion sur Outre-mer 1ère pour un nombre de matchs tout à fait significatif (à noter le fait que le décret de 2004 ne s'applique pas à l'outremer, mais que le décret complémentaire spécifique qui devait être pris ne l'a jamais été).

Pour FTV, la diffusion de programmes sportifs est avant tout un intérêt démocratique et non économique. Cela relève de leur « mission citoyenne ».

La visibilité des sports ne répond pas des audiences. L'année dernière entre 20 et 40 disciplines ont été diffusées en direct, en plus des 2 magazines pluridisciplinaires.

Delphine Ernotte regrette que les droits sportifs connaissent ces dernières années une inflation considérable alors que le budget de FTV reste stable ou est même à la réduction des dépenses. Puisque "le foot n'est plus à sa portée", la stratégie du groupe est de conserver les grands droits (Tour de France, JO, Roland Garros) qui participent de son identité. FTV regrette aussi de ne pas pouvoir se positionner face à M6 et TF1 pour les compétitions qui ont lieu en soirée en raison de l'absence de ressources publicitaires (ou alors, il faudrait autoriser la pub spécifiquement les soirs de grands matchs ?)

Par ailleurs, FTV s'inquiète de la concentration des médias qui fait que le groupe perd progressivement l'avantage compétitif que lui donnait ses multiples chaînes. La constitution de groupes et notamment Canal / D8 qui réunit gratuite et payant, a pour effet d'une part, de réduire le nombre de concurrents (ce qui pourrait avoir en théorie un effet bénéfique à la baisse des prix à l'achat de droits, mais pas en réalité) et d'autre part, d'augmenter le risque d'une concurrence inégale puisqu'un même groupe peut

négoier des droits pour une diffusion en payant et pour une diffusion complémentaire en gratuit. La puissance de négociation est donc beaucoup plus importante et le groupe de service public peine à rivaliser. A noter le parallèle avec le cinéma, où Canal+ a pu conditionner son investissement dans tel film au fait que ce soit D8 qui le diffuse en clair dans la suite de la chronologie des médias.

Enfin, les acheteurs se sont mondialisés, avec des achats pour la terre entière comme Discovery avec le JO. Les risques sont réels pour l'exposition en clair, quel que soit le décret de 2004. Par exemple, les 200 heures minimum de diffusion en clair imposées par le CIO à Discovery lors de la vente ne sont rien en comparaison des 700 heures de la retransmission prévue par Fr TV pour les JO de Rio. Paradoxe ; les JO de 2024 tant souhaités par la France seront-ils les moins bien couverts historiquement par les chaînes en clair nationales ? Le phénomène continue, y compris pour des bastions de FRTV comme le cyclisme : cf. la présence d'un milliardaire chinois qui ambitionne d'acheter les droits de toutes les grandes courses cyclistes.

Plusieurs solutions ont été évoquées par FTV pour les droits TV des événements "protégés" par le décret de 2004 :

- imposer la vente séparée des droits généraux d'une manifestation et des droits en clair pour les parties protégées par la liste nationale d'EIM ;
- à tout le moins, imposer que les ventes des droits par les chaînes payantes aux chaînes gratuites interviennent dès l'achat par les acteurs du payant pour éviter une négociation au dernier moment. Exemple du championnat d'Europe de handball de 2006 : toute la compétition avait été achetée 400.000 euros par Canal+, qui a proposé, lorsqu'il s'est avéré que l'équipe de France arrivait en finale, de revendre la finale à FRTV pour... 400.000 euros. On a depuis trouvé un mode apaisé de relation avec Canal, mais certains interlocuteurs comme beIn ou Discovery sont "plus difficiles à travailler".
- interdire la revente entre chaînes payantes et chaînes gratuites au sein d'un même propre groupe ou, en tout cas, obliger une véritable mise en concurrence sur les droits en clair (dans le décret EIM ?) ; à noter toutefois que le problème ne s'est pas posé pour le seul groupe concerné (Canal+ - D8) puisque ses accords avec l'Autorité de la concurrence l'obligent à passer par un mandataire extérieur pour une telle revente (mais est-on sûr de la transparence ?) ;
- mettre en place un arbitre dans le processus de vente, : rôle du CSA ou de l'Autorité de la concurrence. Le décret EIM prévoit en son article 5 que dans le cas d'une cession des droits par un acteur payant à une chaîne en clair, « l'offre doit être faite selon des termes et conditions de marché équitables, raisonnables et non discriminatoires » mais aucune autorité n'est missionnée pour garantir cette disposition, ce que semble regretter FTV. Il faudrait que cette intervention puisse intervenir suffisamment en amont de la compétition : exemple de la finale de hand de 2006 où le rendez-vous avec le CSA n'a été proposé que le mardi suivant la finale.
- établir une liste européenne d'EIM ce qui permettrait de réduire les intermédiaires.

Sur l'éventualité de transformer France 4 en chaîne publique consacrée au sport, D. Ernotte considère, même si "le débat n'a pas eu lieu", que les coûts de grille seraient trop importants. Aujourd'hui, le groupe diffuse 1200 h par an de sport alors qu'une chaîne représente 8760 h de temps d'antenne par an. Le sport coûte cher (les droits + les coûts de production – 13 millions de production pour le JO de Rio, par exemple -). France 4, c'est 45 millions de coût de grille, mais une reconversion totale dégagerait beaucoup moins de marge de manœuvre pour le sport dans la mesure où il faudrait reporter sur d'autres chaînes du groupe les dépenses en fiction ou en animation qui font partie du COM de France Télévisions.

FRTV considère incidemment que c'est le CNOSF qui a refusé la proposition de FRTV d'une chaîne olympique, pour préférer faire affaire avec l'Equipe 21.

FTV a également mentionné un point nouveau : les sponsors auraient de plus en plus un poids dans les négociations de cession de droits car ils s'inquiéteraient de n'être vus que par les abonnés des chaînes

payantes. Ils ont pu peser sur les négociations lorsque beIn a capté les droits de la Coupe d'Europe de rugby ou de la Coupe Davis. Par exemple, la finale du championnat de France de rugby a fait 3 millions de spectateurs sur France 2, alors que les matchs des tours précédents en faisaient 800.000 sur Canal.

GIP Paris 2024**Auditionnés :**

- **Bernard LAPASSET, président du Groupement d'Intérêt Public (GIP)**
- **Michaël ALOISIO, directeur général adjoint du GIP**

22 septembre 2016

En premier lieu, les représentants du GIP Paris 2024 ont rappelé que s'agissant de la diffusion des Jeux Olympiques, la décision du Comité international olympique (CIO) de céder les droits d'exploitation audiovisuelle pour l'Europe entière au groupe américain Discovery, éditeur des chaînes paneuropéennes Eurosport, pour la période 2018-2024 (en France, un contrat spécifique signé avec France Télévisions garantit la diffusion en clair jusqu'aux Jeux d'été de Tokyo 2020 inclus) pourrait en première analyse sembler un problème, dans la mesure où :

- pour les éditions 2022 et 2024 des Jeux, si le CIO impose une couverture minimale sur une chaîne en clair, cette couverture contractuellement imposée au détenteur de droits payant n'est que de 200 heures, soit 3,5 fois moins que le volume horaire consacré par France Télévisions aux récents Jeux de Rio ;
- Paris est candidate à l'organisation des Jeux d'été de 2024, qui pourrait potentiellement n'être très majoritairement accessible dans le pays organisateur que sur une chaîne payante.

Pour autant, les responsables ont évacué cette crainte, en indiquant que le contrat signé entre le CIO et Discovery présente le grand avantage de maximiser les recettes du sport olympique et d'assurer ainsi de substantielles rentrées d'argent aux comités olympiques nationaux et donc aux fédérations nationales, afin d'assurer leur développement et de pérenniser leurs activités.

En outre, s'agissant du discours régulièrement entendu selon laquelle ce contrat était une sorte de cheval de Troie de la candidature de Los Angeles pour l'organisation des Jeux d'été de 2024, tout comme le montant consenti par NBC pour acheter les droits des JO aux Etats-Unis, les représentants de Paris 2024 ont avancé que ce raisonnement méconnaît la grande universalité et la grande dilution des pouvoirs au sein du CIO, qui accorde une importance égale à chaque comité olympique qui sont autant de nations distinctes. Les représentants de Paris 2024 ont ainsi relaté le déroulement du choix des nouvelles disciplines olympiques pour Rio 2016, qui plaçait au rang de favoris incontestés le baseball et le golf parce qu'ils étaient portés par une dynamique américaine, et non le rugby à VII, qui ne l'était pas. Lors du vote pour l'entrée de ces disciplines, le rugby à VII est pourtant sorti premier, devant le golf.

Les représentants de Paris 2024 ont ensuite souhaité indiquer combien la médiatisation du message olympique et de promotion de la diversité des disciplines doit être compris comme passant non seulement par des retransmissions de compétitions tout au long de l'année au cours de chaque olympiade, mais aussi par des reportages, mettant tout autant en avant la performance sportive que la lecture sociale qui doit être faite du sport. Selon les représentants de Paris 2024, un travail de fond doit être mis en place associant l'ensemble du monde sportif et les diffuseurs télévisuels pour développer des programmes et des approches éditoriales embrassant le récit de la vie quotidienne des sportifs, les atouts que recèle le sport pour la société (sport-santé, éducation, intégration, citoyenneté, respect des règles) et la mise en lumière de la performance et des conditions de son obtention. Cette stratégie est fondamentale pour continuer d'entretenir une nation sportive et entraîner la jeunesse dans la pratique ou dans la consommation du sport dans les stades et les salles ou à la télévision. Selon les représentants de Paris 2024, le traitement de la participation de Teddy Riner aux Jeux de Rio a nettement plus été centré sur sa candidature à la fonction de porte-drapeau, sur son activité auprès de l'ensemble des sportifs de l'Equipe de France que sur sa performance sportive proprement dite, qui s'est concentrée sur une journée, ponctuée de combats courts et difficiles à comprendre et à apprécier.

Les représentants de Paris 2024 ont ainsi reconnu que cette démarche aurait davantage pu, ou dû, être portée par L'Equipe 21, chaîne hertzienne gratuite autorisée en 2012 et qui combinait un éditeur de presse sportive multidisciplinaire et le soutien du Comité national olympique et sportif français (CNOSF). Néanmoins, l'évolution de la ligne éditoriale de la chaîne enregistrée depuis le début de l'année 2016, dans le contexte de l'échéance du contrat avec le CNOSF, laisse planer des doutes sur le maintien même de cette ambition de couverture de la diversité des disciplines sportives qui était au cœur du projet initial. Aujourd'hui, selon les représentants de Paris 2024, l'objectif de L'Equipe 21 est d'attirer des annonceurs, ce qui passe nécessairement par des sports très fédérateurs à même de promettre de l'audience et de la puissance au marché publicitaire. Pour sa part, selon les représentants de Paris 2024, le CNOSF cherche également à augmenter les revenus qu'il pourra tirer de son partenariat et des droits et contenus dont il parvient à faciliter la cession à la future chaîne avec laquelle il pourrait contracter, gratuite (L'Equipe 21, France Télévisions...) et/ou payante (Sport 365, SFR Sports...). Pour leur part, les représentants de Paris 2024 ont fermement indiqué leur conviction que le message de promotion de l'olympisme doit être porté par la télévision gratuite.

L'alternative de confier cette mission à une chaîne de France Télévisions ne constitue pas non plus, selon les représentants de Paris 2024, une piste crédible. En effet, selon eux, le positionnement du

sport sur une chaîne peut constituer *in fine* un frein à une exposition judicieuse et adaptée aux potentialités d'audience des différentes disciplines. Ainsi, soit la chaîne a une audience marginale et les disciplines en quête de développement n'y gagnent quasiment rien, soit la chaîne dispose d'un solide bassin d'audience et toute retransmission ou programme qui viendra impacter à la baisse cette audience sera rapidement retirée de l'antenne. Selon les représentants de Paris 2024, la sagesse doit sans doute conduire à laisser les responsables des sports et des antennes et les dirigeants de France Télévisions arbitrer leur politique et leur programmation sportives au regard de leurs contraintes propres de groupe audiovisuel de service public. Pour autant, le groupe public pris dans sa globalité ne peut se dédouaner de sa responsabilité en matière de promotion de la diversité de disciplines et des pratiques et selon les représentants de Paris 2024, cela passe sans doute par une rédaction plus adaptée et plus contraignante des dispositions de son contrat d'objectifs et de moyens. Cette nouvelle rédaction pourrait ainsi emporter des stipulations plus volontaristes, notamment s'agissant de la place accordée à l'antenne au sport féminin et au handisport.

Les représentants de Paris 2024 ont ainsi indiqué que la question du déficit de médiatisation ne se posait pas que pour des disciplines sportives, mais aussi pour ces pratiques alternatives au sport masculin que sont le sport féminin et le handisport. Ils ont insisté sur une meilleure médiatisation de ce dernier et particulièrement, à l'avenir, des Jeux Paralympiques, tant les récentes expériences de Londres et de Rio ont pu mettre en lumière l'importance que revêtent ces Jeux Paralympiques dans la capacité à convaincre le CIO du ferme soutien au message d'universalité de l'olympisme accordé par les candidats à l'organisation des Jeux. Selon les représentants de Paris 2024, y compris pour le CIO qui pourtant ne les organise pas, la posture à l'égard des Jeux Paralympiques devient significativement un marqueur de socialité et de développement des pays candidats.

S'agissant de la taxe Buffet, les représentants de Paris 2024 ont considéré qu'il serait judicieux d'élargir l'assiette de la taxe aux versements, aux fédérations et ligues nationales de la part des fédérations internationales, des recettes tirés de la vente des droits de diffusion télévisuelle des compétitions auxquelles des équipes ou des sportifs français participent. Cette piste constituerait une forme de justice fiscale, dans la mesure où aujourd'hui, une partie du produit des droits audiovisuels perçus par les fédérations et ligues nationales échappent de manière illogique à la taxe Buffet.

Les représentants de Paris 2024 ont enfin avancé que la question de la médiatisation ne pouvait pas se focaliser uniquement sur la diffusion télévisuelle des images des compétitions sportives. La révolution numérique a, selon eux, emporté avec elle de nouveaux comportements de consommation du spectacle sportif, sur de nouveaux supports que sont les ordinateurs, les tablettes et les smartphones. Ces comportements, plutôt développés par le jeune public, vont de la recherche d'information, de photos et de vidéos sur l'actualité sportive à des comportements plus communautaires de partage de commentaires ou de recommandations, en passant par le développement du e-sport. Toutes ces pratiques, notamment portées par les réseaux sociaux, sont autant de contacts avec le fait sportif, qui accentuent sa médiatisation sans pour autant passer par la consommation en direct de la retransmission télévisuelle.



Auditionné : Laurent VALLET, Président de l'INA

9 septembre 2016

Au titre du dépôt légal, l'INA garde trace de toutes les images sportives quel que soit le diffuseur, quelle que soit la manifestation sportive, même si pour leur grande majorité, elles ne sont pas exploitées en tant que telles mais par définition archivées à fins de recherche.

INA Stat met en valeur des exploitations ponctuelle comme le numéro de 2016 consacré, sur auto-saisine de l'établissement, à la couverture du sport par les JT. D'autres exploitations sont envisageables dans l'avenir à la demande, en réponse à des besoins qui viendraient à émerger.

L'INA a passé des accords de prestations mutuelles avec plusieurs fédérations et instances internationales. Par exemple avec le CIO, qui est un peu la "vitrine" de ce qu'on peut et sait faire à l'INA. Idem avec la FFF, ASO ou la FFT. Ce qui fournit dans ces disciplines à l'INA un fonds d'images considérable (JO, Tour de France, Roland-Garros).

Par contre, des accords de ce genre manquent, et seraient envisageables, avec des plus petites fédérations, moins mise en valeur, avec toujours cette même logique d'échange d'une prestation d'archivage, de classement, de mise en ordre et de numérisation, le tout à un prix étudié, contre un accès sous forme de mandat aux images dans une perspective de production de documentaires et autres utilisations entrant dans la logique commerciale de l'établissement.

Le développement en direction des sports moins visibles pourrait justifier éventuellement un soutien du Ministère des sports.

Une deuxième piste d'intervention de l'INA dont le développement irait dans le sens de l'exposition télévisuelle du sport dans sa diversité, serait un train de productions de l'INA ou avec son soutien, de documentaires sportifs. La France produit assez peu de documentaires sportifs malgré le savoir-faire d'un certain nombre de réalisateurs de talent et, de fait, le paysage des diffusions télé est aujourd'hui dominé par des documentaires étrangers. On pourrait imaginer un bonus du COSIP au CNC en ce sens.

Un exemple récent est le documentaire sur ARTE coproduit par l'INA sur l'émergence de l'athlétisme français des Caraïbes.

A noter qu'il y a sans doute un lien à développer entre cette offre documentaire à valeur historique et la perspective de Paris 2024.

Contribution écrite complémentaire

Auteur Laurent Vallet, Président de l'INA

12 septembre 2016

La contribution de l'Ina à la réalisation des objectifs de la mission, s'agissant notamment du renforcement de l'exposition médiatique de disciplines ou pratiques sportives émergentes, pourrait prendre les formes suivantes :

1. Réalisation d'études détaillées à partir des données du DL

L'Ina est en mesure de réaliser, à partir des bases du DL, toute étude que lui commanderaient les pouvoirs publics concernant l'exposition médiatique de telle ou telle discipline ou pratique sportive, à l'image de celle publiée en juin 2016 dans Ina STAT concernant le traitement de l'actualité sportive par les JT entre 2010 et 2015. La Direction des collections (DDCOL) de l'Institut est en mesure de fournir rapidement toute estimation ou devis en réponse à ce type de commande.

2. Prise en charge par l'Ina, avec le soutien du Secrétariat d'Etat aux Sports, de la préservation, de la gestion et de la valorisation des contenus audiovisuels des fédérations

L'Ina prend en charge, pour plusieurs grandes fédérations (FFR, FFT, FFF,...), ce type de prestations : traitement documentaire, le cas échéant numérisation et mise à disposition de la fédération concernée sur un espace dédié de sa plateforme professionnelle inamediapro.com des contenus audiovisuels détenus par ladite fédération. Le coût des prestations correspondantes est déterminé cas par cas, notamment en fonction de l'étendue et des conditions financières du mandat de vente par extraits ou intégrales confié parallèlement à l'Ina par la fédération concernée sur les contenus confiés à l'Ina.

Les équipes de la Direction des collections de l'Institut pourraient rencontrer rapidement la Direction des Sports du SES pour avancer en ce sens.

3. Soutien au développement du documentaire sportif

Ce genre est relativement peu développé en France, les chaînes publiques et privées ne lui accordant que peu de crédit - à l'exception notable de l'Equipe TV, qui en a fait une ressource régulière d'audience et d'image. Or la France compte en ce domaine des réalisateurs de grande qualité (Jean-Christophe Rosé, William Klein, Philippe Kohly, Christophe Duchiron, Stéphane Meunier...), qui ont su proposer au cours des dernières années plusieurs films remarquables.

Un coup de pouce au développement de ce genre, qui permet d'aborder par des traitements forts et pour des audiences qualifiées des disciplines ou des pratiques peu exposées, apparaît comme un excellent moyen de contribuer à la réalisation des objectifs de la mission - y compris le cas échéant à travers des dispositifs temporaires de bonification d'aides automatiques (COSIP) ou sélectives du CNC - dont la perspective d'une attribution à Paris des JO renforce encore l'intérêt. L'exemple des films sur l'environnement, longtemps boudés par les diffuseurs et devenus désormais un genre plébiscité par le public, est à cet égard particulièrement instructif.

Il va de soi que l'enrichissement, selon les modalités proposées au point 2 ci-dessus, des fonds d'archives sportives de l'Ina contribuerait à favoriser le développement de la production et de la diffusion d'œuvres documentaires consacrées au sport, en offrant aux auteurs et aux producteurs un accès élargi à des images de disciplines et de pratiques moins exposées que le football, le cyclisme ou le tennis...

La chaine L'Equipe**la chaine *L'EQUIPE*****Auditionnés :**

- **Cyril LINETTE, directeur général de L'Equipe**
- **Flore URBAIN, juriste**
- **Marjorie TARBOCHEZ, chargée des missions réglementaires et institutionnelles**

4 juillet 2016

A titre de préambule, les représentants de L'Equipe 21 ont annoncé que la chaîne allait être rebaptisée à la rentrée 2016 la chaîne « L'Equipe » pour asseoir de façon encore plus évidente les nécessaires synergies à renforcer au sein de la société L'Equipe, entre les activités de presse écrite, web et télévisuelle. En outre, la légitimité et la notoriété de ces activités tiennent à la place et à l'histoire du journal dans L'Equipe dans le paysage de l'information sportive en France et même à l'international. Ne pas davantage capitaliser sur cette marque serait, selon les représentants de L'Equipe 21, une opportunité qui serait manquée.

Les représentants de L'Equipe 21 ont ensuite rappelé que si la chaîne appartient au paysage audiovisuel depuis la fin de l'année 2012, conventionné pour une diffusion en télévision hertzienne terrestre numérique aux termes d'un appel à candidatures lancé par le CSA en 2011, cette chaîne sort de quatre ans de choix éditoriaux évolutifs. Selon les représentants de L'Equipe 21, la chaîne n'a pas vraiment jusqu'au début de l'année 2016 choisi un modèle éditorial clair avec des conséquences économiques laissant la chaîne dans une certaine ambiguïté entre chaîne d'information sportive (format initial de L'Equipe TV, prédécesseur de L'Equipe 21 sur le câble et le satellite), chaîne de décryptage et de magazines et chaîne de retransmissions de disciplines olympiques et/ou confidentielles. En outre, pour opérer cette politique éditoriale, la rédaction était très importante.

Désormais, selon les représentants de L'Equipe 21, le modèle est stabilisé : L'Equipe 21 va sérieusement investir dans l'acquisition de droits, ce qui vient d'être démontré lors de la rentrée 2016 avec les annonces d'acquisitions de droits d'événements sportifs de forte notoriété, tout en continuant à s'appuyer sur le partenariat noué avec le CNOSF (qui a permis à L'Equipe 21 d'exposer 54 disciplines distinctes en 2015) et faire baisser son volume horaire de diffusion de programmes d'information. Le résultat n'a pas tardé à se faire sentir, selon eux : la part d'audience de la chaîne est passée de 0,4% à 1,1% d'audience.

Les représentants de L'Equipe 21 ont ainsi expliqué qu'à 1,2%-1,3% de part d'audience, les recettes publicitaires qui découleront permettront à la chaîne d'atteindre l'équilibre. Ce niveau d'audience ne pourra s'obtenir qu'avec la diffusion exclusive sur la chaîne de réels événements sportifs fédérateurs.

De fait, les représentants de L'Equipe 21 ont insisté sur l'efficacité incomparable de la diffusion télévisuelle en direct pour :

- faire connaître les disciplines, les compétitions et les compétiteurs ;
- assurer la promotion de l'activité sportive auprès du plus grand nombre ;
- accompagner le développement de la société par l'exposition de l'exemplarité sportive (rôle du sport féminin, du handisport, du sport scolaire et universitaire) ;
- contribuer à l'écosystème de ces sports (sportifs, fédérations, ligue, partenaires, ...)

Selon les représentants de L'Equipe 21, le développement du sport français est, et sera, étroitement corrélé au volume de l'offre de sport en télévision.

Or, aujourd'hui cette offre, et les effets bénéfiques qui doivent en découler, est imparfaitement accessible au plus grand nombre car :

- le groupe public France Télévisions est soumis à un effet de ciseau entre des objectifs d'audience implicites qui demeurent élevés, nécessitant de fait la mise à l'antenne de programmes sportifs, et un financement amputé de la ressource publicitaire aux heures de la plus forte audience, à partir de 20h. De fait, il se trouve dans l'impossibilité de maintenir une ambition certaine sur le marché des droits ;
- les distributeurs de télévision payante (Canal+, Altice, auparavant Orange) ont identifié la mise à disposition de contenus audiovisuels sportifs (sur une chaîne filiale ou une chaîne distribuée en exclusivité) comme le dernier moteur de recrutement et de rétention d'abonnés. Dans le même temps, les grands groupes audiovisuels mondiaux (Discovery, beIN) mesurent l'attrait des distributeurs pour leurs chaînes de sport *premium*. De fait, ces sociétés entretiennent une intensité concurrentielle qui conduit à une inflation des coûts d'acquisition des droits qui sont désormais de moins en moins accessibles aux chaînes gratuites financées par la publicité.

Selon les représentants de L'Equipe 21, il faut donc désormais clairement considérer des disciplines, ou des compétitions, comme « réservées » dans les faits aux chaînes par abonnement : il en est ainsi des compétitions régulières de football (Ligue 1, Ligue 2, Ligue des Champions) et de rugby (Top 14, Coupe d'Europe), voire des grandes compétitions internationales telles que les coupes du monde ou l'Euro, que les chaînes gratuites ne peuvent plus assumer financièrement seules et qui complètent l'offre des chaînes payantes. L'Equipe ne conteste pas cette réalité économique de fait.

Néanmoins, les chaînes Premium acquièrent également des droits de compétitions, ou de discipline, qui ne déclenchent pas d'abonnement, mais qui complètent le fond de grille, à l'image du handball français capté par beIN, au prix d'un financement substantiel mais également d'une baisse certaine de sa visibilité. Les représentants de L'Equipe 21 ont ainsi indiqué que les organisateurs de compétitions n'avaient pas toujours une idée juste de la réalité des audiences des chaînes et de l'impact de celles-ci sur la visibilité et l'attractivité à moyen terme de leurs disciplines. Un exemple typique est celui du biathlon, discipline encore confidentielle en France bien qu'auréolé d'un multiple champion olympique et du monde, Martin Fourcade. Ce sport a fait le choix d'une diffusion sur L'Equipe 21, pour bénéficier du large accès d'une chaîne gratuite et ne peut que s'en féliciter, au regard des audiences fédérées par les retransmissions de ses compétitions (qui a réuni plus d'un million de téléspectateurs au printemps 2016).

Selon les représentants de L'Equipe 21, il ne faut pas non plus oublier qu'au-delà du financement, les chaînes payantes peuvent contribuer à accompagner le développement d'une discipline émergente. Si au-dessus d'un certain niveau de maturité, l'absence d'exposition pâtit à une discipline, en-dessous de ce seuil, l'exposition de la discipline peut l'aider à engager un cercle vertueux de financement par l'apport de partenaires commerciaux et la constitution d'une base d'assidus.

Pour les chaînes gratuites, il faut que les droits encore accessibles aient une vraie rationalité dans leur quête d'audience. Ainsi, les représentants de L'Equipe 21 ont indiqué mettre fin, dès la rentrée 2016, à l'exploitation de leurs droits de diffusion du basket français (détenus initialement jusqu'à 2020) dans la mesure où l'accord tripartite passé entre la FFBB, Altice et L'Equipe 21 ne laissait à la chaîne gratuite que des retransmissions de rencontres mineures et peu fédératrices, avec une fréquence de programmation empêchant la création d'un véritable rendez-vous avec les téléspectateurs.

En outre, même si le modèle économique des chaînes gratuites demeure chahuté par l'atonie du marché publicitaire et l'émiettement des audiences lié au développement de la TNT, l'accompagnement de nombreuses disciplines est encore possible pour elles du fait de coûts d'acquisition de droits et de production rentabilisables par les recettes publicitaires.

Ainsi, les représentants de L'Equipe 21 ont souhaité rappeler que la démarche réglementaire peut s'avérer contre-productive si elle n'épouse pas l'intérêt réel du public pour la consommation télévisuelle d'une compétition. Pour déclencher l'adhésion populaire, les organisateurs doivent d'abord s'assurer de proposer un événement d'un niveau sportif et émotionnel certain. Une fois le public fédéré, ces diffusions attireront un intérêt croissant, tant de la part des médias (hausse du montant des droits) que de partenaires commerciaux (revenus de sponsoring).

S'agissant de la liste des événements d'importance majeure, les représentants de L'Equipe 21 ont indiqué qu'elle devait être davantage ouverte aux sports collectifs autres que le football (rencontres des équipes de France de rugby, de basket, de handball, de volley ; finales des Coupes d'Europe lorsqu'un club français les dispute), au sport féminin, aux événements qui ont justifié un fort investissement public (GESI organisés en France).

En outre, il conviendrait de se pencher également sur la procédure de mise sur le marché des événements d'importance majeure. Cette dernière n'est en effet pas assez transparente, elle intervient souvent au tout dernier moment, rendant les déprogrammations et les investissements financiers plus compliqués à mettre en œuvre pour les chaînes gratuites. La piste préconisée consisterait à confier la cession des droits sur les événements d'importance majeure aux ayants droit primo-détenteurs dès la mise sur le marché de l'ensemble de la compétition. En fonction de la compétition en question, cette attribution pourrait parfaitement être soumise à la condition suspensive de la qualification d'une équipe Française.

La Ligue Nationale de Rugby procède ainsi depuis un certain nombre d'années, permettant de la sorte une co-diffusion de la finale du TOP 14 entre un diffuseur gratuit et un diffuseur payant, par ailleurs diffuseur de l'ensemble du Championnat.

Une autre piste pourrait consister en le renforcement des pouvoirs du CSA, sous l'égide duquel la procédure de sous-licence des droits sur les événements d'importance majeure pourrait être placée, via un système plus contraignant qu'aujourd'hui.

M6

**Auditionnés :**

- **Nicolas de Tavernost, Président du groupe M6,**
- **Karine Blouët, secrétaire générale**
- **Philippe Bony, directeur général adjoint des programmes en charge du cinéma, de la fiction, de la jeunesse et du sport.**

24 juin 2016

Le groupe M6 constate depuis plusieurs années :

- une migration du sport vers la TV payante (Formule 1, Ligue des champions) qui s'explique par des raisons économiques. Pourtant la demande du grand public est forte comme on le voit avec l'Euro 2016 dont les audiences sont très bonnes (15 à 20 % d'audience en plus par rapport à l'édition précédente). Par ailleurs le phénomène ne se vérifie pas forcément ailleurs : les droits de la Bundesliga ont fortement augmenté, et pourtant le championnat reste diffusé pour moitié en clair ;
- une concentration des vendeurs de droits sportifs. On ne fait plus d'affaires directement avec les fédérations, maintenant c'est UEFA, FIFA... : M6 ne pourrait plus aujourd'hui, aller "braconner" sur les terres irlandaises comme il a pu le faire par le passé pour acheter un match Irlande
- -France de football. La présence d'un oligopole vendeur explique d'ailleurs que l'Autorité de la concurrence accepte des alliances d'acheteurs comme TF1 / M6 ;
- les tarifs des droits sportifs ont augmenté. M6 va perdre 20 millions d'euros sur l'Euro 2016, lequel représente 10 % du coût de la grille globale 2016. D'où la nécessité de s'associer avec TF1 pour l'Euro 2016 (qui a permis de garder l'essentiel de la compétition en clair par rapport à Beinsport), alliance prolongée pour les droits de l'équipe de France pour les qualifications à l'Euro 2020 et la Coupe du monde de foot 2022.

Dans une approche comparative européenne, le groupe M6 note deux choses :

- le sport a souvent une connotation politique, par exemple en Espagne où on observe une baisse des audiences de l'équipe nationale par la désaffection des basques et des catalans ("interdiction" de diffuser ces matchs sur les terrasses à Barcelone) ;
- la présence du service public est plus forte dans d'autres pays : en France, le service public ne joue pas son rôle dans le sport. C'est M6 par exemple, qui a initié le foot féminin²⁶.

Le groupe M6 soulève deux pistes si l'on veut améliorer la couverture du sport à la TV :

- modifier le décret EIM en y ajoutant par exemple des demi-finales (comme de la Champions

²⁶ TF1 a depuis acquis l'intégralité des droits de retransmission de la Coupe du monde féminine 2019, qui se déroulera en France.

League), mais pas beaucoup plus, du fait de sa taille conséquente, pour ne pas se heurter à un refus de Bruxelles et pour ne pas trop bouleverser l'économie des contrats ;

- améliorer la compétitivité du sport : autoriser la pub sur la bière, restreindre/modifier la taxe Buffet qui a pour effet d'augmenter les tarifs, et assouplir d'autres restrictions pub, par exemple le parrainage, ou l'interdiction de la publicité pour certains biens et services (pour la grande distribution, le cinéma). La question des restrictions publicitaires va même plus loin avec la concurrence des GAFAs qui est amenée à croître dans les prochaines années et qui pourrait être problématique car eux auront le droit de diffuser tout type de publicité y compris celles pour l'alcool. La question de l'égalisation des contraintes publicitaires est donc essentielle. Par ailleurs, la pratique de la publicité virtuelle, interdite aujourd'hui en France, pourrait être autorisée au profit des diffuseurs et non des seuls détenteurs des droits (fédérations) comme c'est le cas aujourd'hui dans les pays qui l'autorisent.

En résumé, pour améliorer la compétitivité du sport, il faut moins de taxes et plus de revenus publicitaires. Faute de quoi, tout le monde se concentrera sur les mêmes événements, étant entendu que "toutes" les retransmissions perdent de l'argent et ce dans des proportions importantes.

Concernant la diversité des sports présents à la télé, le groupe considère que ce n'est pas tellement le rôle des chaînes généralistes privées d'apporter cette diversité (pas de clivage).

En revanche, c'est le rôle du service public. Mais celui-ci est trop faible aujourd'hui sur la diversité du sport. Les autres services publics européens vont bien plus loin dans ce domaine.

France 4 devrait être une chaîne sport (les moyens mis aujourd'hui par France 4 pour acquérir des séries américaines – qui montrent d'ailleurs que le service public "a de l'argent" - seraient suffisants pour investir dans les sports émergents dont les droits sont très accessibles alors que les séries américaines sont onéreuses). Par ailleurs le groupe France Télévisions dispose d'une "large service des sports" qui pourrait être plus complètement exploité. La chaîne pourrait, en complément de ce qu'achètent France 2 et 3 (y compris à des prix que M6 ne peut pas se permettre : exemple la Coupe de France de football), acheter à un prix modeste des programmes résiduels. M6 en a fait, il y a longtemps de cela, l'expérience avec les matchs de qualification de Roland-Garros, qui captivent un public jeune et/ou expert du tennis. Mais il faut que la chaîne ait le créneau horaire pour le diffuser, ce qu'une "grande" chaîne généraliste ne peut pas avoir et surtout pas une chaîne commerciale qui a des impératifs de rentabilité. Même chose dans le cyclisme ou le rugby ou plein d'images intéressantes de deuxième cercle ne demandent qu'à être diffusées.

M6 n'a jamais envisagé de créer une chaîne sport, pas plus d'ailleurs qu'une chaîne info. Le sentiment de N. de Tavernost est que l'Equipe 21 va au-devant de fortes difficultés économiques. C'est le piège habituel : soit un sport n'intéresse personne et il ne crée pas d'audience suffisante pour attirer les investissements publicitaires, soit un sport commence à intéresser et les droits s'envolent et une petite chaîne sportive ne peut plus suivre. M6 l'a vu avec le sport féminin, et le vit avec l'Europa League, seule compétition européenne à la portée de W9 par le passé (même si, là encore, le groupe y perd de l'argent), mais qu'il n'est pas certain de garder après 2018 vu l'évolution des prix.

Sur les modifications éventuelles du décret EIM, La piste d'une instance de régulation ou de concertation qui permettrait que ne s'envolent les prix des EIM ne paraît pas concevable à NdT, car trop contraire au jeu normal de la concurrence. Notamment, le CSA ne doit pas s'occuper des prix, et ne doit intervenir à aucun moment dans les négociations.

Piste à étudier davantage : le prix de réserve, qui peut être un moyen pour un détenteur crypté de se réserver de fait la diffusion et de compromettre la fluidité du marché. Si l'on interdit tout prix de réserve, le vendeur est obligé de vendre au prix du marché, lequel prix de marché se constate au point d'arrivée des enchères. Cela dit, il n'y a pas eu de prix de réserve jusqu'à présent, sauf un peu par Canal+ au départ, avec un début d'affaire de conflit d'offres sur du handball, mais sans suite.

Le groupe M6 n'est pas convaincu que l'absence de publicité en prime time est un problème pour

FRTV : les tests matchs de Rugby et plusieurs matchs chaque saison du tournoi des 6 nations sont achetés très cher par FTV alors qu'ils sont diffusés en prime, tout comme la Coupe de la Ligue ou la Coupe de France. De même, d'autres pays européens diffusent des matchs en prime et illustrent mieux que FTV la diversité des disciplines sportive. Ils ne sont pas financés par la publicité et cela fonctionne très bien.

Sur la perspective d'un éventuel "socle" d'évènements européens dans la directive elle-même, qui permettrait de mieux faire face à des achats comme celui par Discovery de l'ensemble des JO, N. de Tavernost constate que c'est d'abord du ressort des Fédérations. On constate que pour les Jeux Olympiques, comme pour les Coupes du Monde ou les Euros, les Fédérations vont généralement plus loin que les contraintes nationales dans leur volonté d'exposition en clair de ces grandes compétitions (exemple de l'Euro 2016 en France, avec 31 matchs en clair contre 6 à 10 imposés dans la liste des EIM). En revanche, la surenchère entre les chaînes est une des vraies raisons de l'inflation. Il y a trop de chaînes et surtout trop de groupes en compétition en France pour les événements sportifs. Par exemple, le prix payé par D8 (groupe Canal) pour acheter les droits en clair de la Champions League (3,6 M€ sur lesquels "D8 va perdre 2,5 M€"), est déraisonnable.

Orange**Auditionnés :**

- **Pierre Louette Directeur Général Délégué d'Orange**
- **Serge Laroye Directeur des contenus d'orange**
- **Pierre Petillault, directeur-adjoint des affaires publiques**

5 septembre 2016

En introduction, Pierre Louette a rappelé que le groupe Orange injecte chaque année 500 millions d'euros dans la culture au sens large (sur un chiffre d'affaires global de 40 Mds€ dont la moitié en France) dont 200 millions par le biais d'une fiscalité spécifique au secteur (notamment la taxe "Copé-Pellerin"²⁷). Les 300 millions restants sont dépensés dans les achats de droits pour les chaînes de télévision du groupe (OCS) et pour le COSIP. Ceci dans un espace "téléphonie" qui reste restreint du fait de tarifs parmi les plus bas d'Europe et où la concurrence s'est accrue avec l'arrivée de Free.

La liste française des EIM est déjà longue, et ils sont tous systématiquement diffusés en clair, à une exception historique près.

Concernant l'offre de contenus sportifs à la télévision, le groupe observe d'une part, que l'augmentation du nombre d'acteurs dont le cahier des charges comprend la diffusion du sport, n'a pas eu pour effet d'améliorer l'exposition du sport et, d'autre part, qu'un glissement de l'offre du gratuit vers le payant s'opère depuis quelques années.

S'agissant de la diversité des disciplines, le groupe Orange estime qu'il s'agit d'une mission relevant des chaînes du service public, qui devraient se mobiliser davantage. Diffuser des disciplines peu représentées ailleurs devrait être un objectif du contrat d'objectifs et de moyens.

Internet apparaît également comme un moyen essentiel pour exposer les disciplines plus "confidentielles".

S'agissant de l'expérience Orange Sport, chaîne du groupe fermée au bout de 4 ans d'existence (2008-2012), le bilan est très négatif, et il a fallu solder 1 milliard de provisions pour clore l'aventure. La chaîne ayant dès son lancement concentré son offre sur le football, elle s'est trouvée confrontée à la hausse des montants des droits tv, tout en contribuant à cette hausse par ses propres enchères.

Le modèle reposait sur une double exclusivité qui aurait pu fonctionner : acquisition de droits exclusifs, et distribution exclusive par Orange. Mais à l'époque, l'Autorité de la concurrence avait dénoncé ce

²⁷ Taxe affectant les opérateurs de télécommunications de France instaurée en mars 2009 afin de financer France Télévisions après la suppression de la diffusion de publicités en soirée sur les chaînes du groupe

modèle, ce qui a déstabilisé le modèle économique projeté et accéléré la fermeture des chaînes. Le fait que par la suite le Conseil constitutionnel ait considéré qu'il n'y avait pas entorse à la loi est arrivé trop tard pour remettre en selle le modèle.

Cette double exclusivité rappelle l'actuelle irruption du groupe SFR dans le sport. Bien qu'étant en théorie à la recherche de partenaires de distribution, les nouvelles chaînes SFR sont aujourd'hui uniquement disponibles via un abonnement SFR. Pour le groupe Orange il est particulièrement problématique de reprendre en distribution une offre dont la dénomination fait apparaître clairement à l'écran le nom "SFR", un de ses principaux concurrents en tant que fournisseur d'accès internet. Cette perspective de publicité forcée fait que, pour l'instant, on est devant une double exclusivité de fait. A noter que, a contrario, les chaînes OCS, distribuées partout, ne s'appellent pas directement "Orange".

Au vu de l'expérience passée, Orange n'a pas de perspective, en tout cas immédiate, de revenir dans le jeu comme agrégateur de contenus sportifs exclusifs, même s'il n'y a pas que le football, sur lequel Orange s'était épuisé, et que d'autres disciplines peuvent peut-être constituer des niches porteuses. Ce positionnement de grande prudence n'empêche pas la possibilité d'achat ponctuel de droits sportifs pour l'alimentation en contenu des chaînes OCS.

Premier League

Auditionné : Mathieu MOREUIL, directeur de l'action européenne

7 septembre 2016

En guise d'introduction, Mathieu MOREUIL a souhaité rappeler le schéma organisationnel de la Premier League, qui est constituée d'une société composée de 20 actionnaires que sont les 20 équipes du championnat anglais de premier niveau professionnel et d'un actionnaire spécial qui est la fédération anglaise (Football Association). Cette société est ainsi chargée de l'organisation et de la vente des droits commerciaux de cette compétition.

Cette professionnalisation de l'approche de la gouvernance du football d'élite anglais, plus marqué qu'en France par exemple, n'est pas non plus une rupture avec l'histoire du football britannique, puisque la Football League, chargé du football professionnel en Angleterre a été créée en 1888, 23 ans après la création de la Football Association.

Mathieu MOREUIL a ensuite abordé la question d'actualité du Brexit et de ses éventuelles conséquences sur l'économie du football anglais. Il a rappelé que de toute évidence, une grande partie des réponses à apporter à cette expression du peuple britannique dépendra de ce qui sera négocié par le gouvernement avec la Commission européenne. Il a néanmoins indiqué que la Premier League entendait elle aussi faire entendre sa voix dans la détermination de la position du gouvernement. Mathieu MOREUIL a indiqué que les deux éléments essentiels pour le modèle économique de la compétition sont le principe de libre circulation des travailleurs et l'application du droit communautaire (concurrence et droit d'auteur) dans la mise sur le marché des droits audiovisuels. Il a ainsi clairement avancé que les clubs actionnaires et la Premier League souhaitent pouvoir continuer à agir sur le marché européen des joueurs sur le modèle juridique qui prévaut depuis l'arrêt Bosman. Le point de vue exprimé par Mathieu MOREUIL sur le processus de négociation de sortie de la Grande-Bretagne a été de considérer que l'issue la plus plausible était la signature d'un accord de libre-échange et d'accès au marché intérieur européen, sur le modèle de celui passé entre l'Union européenne et des pays comme la Norvège ou la Suisse.

S'agissant de la réglementation audiovisuelle, Mathieu MOREUIL a indiqué qu'il n'aura échappé à personne que le championnat de football anglais professionnel de Premier League ne figure pas dans la liste britannique des événements d'importance majeure, à l'image de l'ensemble des pays européens. Néanmoins, la position exprimée est de considérer que le positionnement prix raisonnable des offres multiservices (*triple/quadruple play*) en Angleterre est de nature à quasiment garantir, sinon l'accès, du moins l'accessibilité potentielle du public à ces offres et donc à des retransmissions de rencontres de la Premier League.

Mathieu MOREUIL a ainsi rappelé que le cadre réglementaire des événements d'importance majeure au Royaume-Uni s'appuie sur un dispositif mis en place sous l'égide de l'OFCOM (équivalent

britannique convergé du CSA et de l'ARCEP avec quelques compétences propres à l'Autorité de la concurrence en France). Ce dispositif comporte :

- une liste « A » de programmes qui doivent impérativement être diffusés sur une chaîne en clair ; cette liste comporte l'intégralité de la Coupe du monde de football (à la suite d'une décision communautaire qui a validé cette inscription dans le cadre d'une plainte formée par la FIFA et l'UEFA), la finale de la Coupe d'Angleterre masculine et féminine et de la Coupe d'Ecosse de football, les finales des Internationaux de tennis de Wimbledon (tableaux hommes, femmes et compétition en fauteuil), les Jeux Olympiques et Paralympiques, ainsi que des courses de chevaux (Grand National et Derby) et les finales de la Coupe du monde de rugby à XV et de la Rugby League Champions Cup de rugby à XIII ;
- une liste « B » de programmes qui doivent donner lieu à une diffusion au moins par extraits, éventuellement en différé ; cette liste comporte le British Open et la Ryder Cup de golf, l'intégralité de la Coupe du monde (hors finale) et du Tournoi des VI Nations de rugby, l'intégralité de Wimbledon hors finales, les Jeux du Commonwealth, les Championnats du monde d'athlétisme et des compétitions de cricket.

Mathieu MOREUIL a complété en indiquant que cette liste comporte sept disciplines sportives distinctes (plus le hippisme), dont trois sports collectifs. Le Royaume-Uni a ainsi fait le choix, a-t-il indiqué, de se concentrer sur quelques sports uniquement, à la différence de la France, où des sports collectifs comme le handball ou basket-ball sont listés.

S'agissant de la stratégie d'exposition de la Premier League, Mathieu MOREUIL a expliqué que le championnat d'Angleterre était diffusé dans tous les pays européens et dans environ 180 pays au total dans le monde, en raison de la notoriété et du prestige international de cette compétition. La diffusion en Europe est quasi uniquement sur des chaînes payantes. Le raisonnement des actionnaires de la Premier League est en effet de considérer que la maturité suffisante de la compétition auprès du public européen ne nécessite pas de mettre en place une politique de promotion par le biais d'une exposition en gratuit. A contrario, lorsqu'un marché est identifié comme immature, comme c'est le cas pour la Chine ou la Russie, la Premier League recherche des fenêtres d'exposition sur des chaînes en clair accessibles au plus grand nombre.

Pour autant, Mathieu MOREUIL a rappelé le choix de la Premier League de maintenir un lien avec le plus large public à travers la cession à la BBC des droits d'un magazine dans le cadre d'un lot dévolu à une chaîne en clair. Il s'agit en l'espèce du magazine *Match of the day*, institution de la télévision britannique diffusée depuis 1964. La Premier League a assorti la cession de ce magazine à une chaîne en clair de la mise en visibilité de sa politique de responsabilité sociale, puisque ce programme doit proposer sur l'année un aperçu des initiatives et des opérations des clubs de premier niveau britannique dans le domaine éducatif, culturel et en faveur de l'intégration de minorités et du soutien aux personnes se trouvant dans des situations de difficultés physiques, morales ou matérielles. Selon Mathieu MOREUIL, cette architecture éditoriale convient parfaitement tant à la BBC qu'aux actionnaires de la Premier League et n'est pas remise en cause à ce jour.

Le deuxième constat effectué par Mathieu MOREUIL s'agissant de l'acquisition des droits d'exploitation audiovisuelle de la Premier League est la part croissante représentée par les opérateurs de télécommunications dans le panel de diffuseurs de la compétition. La Premier League est en effet clairement identifiée comme un produit d'appel attractif pour la captation d'abonnements à des offres multiservices et de nature à faire augmenter le revenu moyen par abonnés (ARPU) de ces opérateurs.

Mathieu MOREUIL a néanmoins souhaité ajouter que les actionnaires de la Premier League demeurent sensibles à la visibilité et à l'audience de la compétition au sein des différents marchés. Cette question de l'équilibre à préserver entre montant d'acquisition des droits et visibilité du championnat s'est ainsi posé s'agissant du cas français et de la cession des droits à Altice-SFR. Dans ce cas comme dans tous les autres, le processus de cession des droits s'est déroulé selon deux impératifs : la satisfaction des actionnaires et le nécessaire respect des règles du droit de la concurrence, sous la vigilance permanente de la Commission européenne et de l'OFCEM. Mathieu MOREUIL a ainsi rappelé que la procédure était extrêmement encadrée, mais que son issue devait être conforme aux attentes collectives des 20 clubs de Premier League.

Revenant sur cet encadrement, Mathieu MOREUIL a rappelé le paradoxe des interventions réglementaires qui peuvent parfois induire des effets non désirés sur les marchés. Ainsi la règle du « *no single buyer* » promue par la Commission européenne a créé artificiellement une concurrence entre des acteurs ce qui a eu pour corollaire une envolée des prix.

Dans ce cadre, Mathieu MOREUIL a mis en garde contre les effets pervers qu'aurait l'imposition d'un marché unique numérique, voulu par la Commission européenne, qui conduirait vers des licences paneuropéennes pour les droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions sportives. Mathieu MOREUIL a ainsi rappelé que les tenants de cette licence s'appuient sur une thèse à l'évidence fautive qui est que ce dispositif profitera au consommateur. L'augmentation inéluctable des montants d'acquisition des droits qui en découlera selon Mathieu MOREUIL ne pourra à l'évidence qu'être répercutée sur les prix de détail des abonnements aux offres de télévision payante.

Mathieu MOREUIL a ensuite souhaité indiquer sa relative prudence s'agissant de l'entrée massive des *pure players* d'Internet sur le marché de l'acquisition de droits sportifs *premium*. Selon lui le modèle économique de ces acteurs n'est pas de mettre des milliards d'euros sur la table pour acheter ces contenus. L'investissement à consentir est beaucoup trop élevé au regard du retour aléatoire qui pourrait être opéré par ces nouveaux acteurs. Plus structurante pour le marché pourrait être, selon Mathieu MOREUIL, la migration des organisateurs de compétitions sportives vers l'édition de services audiovisuels, sur le modèle de la NBA aux Etats-Unis. Une réelle intégration verticale de ces acteurs pourrait être de nature à changer la donne à l'avenir pour les grands groupes audiovisuels en recherche des performances d'audience drainées par la diffusion d'événements sportifs.

RMC Sport**Auditionnés :**

- **François PESENTI, directeur général**
- **Aurélien POZZANA, conseil (cabinet Affaires Publiques consultants)**

1^{er} juillet 2016

A titre liminaire, les représentants de RMC Sport ont souhaité rappeler le positionnement du groupe Altice et des activités d'édition et de distribution de chaînes de télévision de SFR-Numéricâble. Selon eux, la base de la stratégie du groupe est axée, pour des raisons tant historiques qu'éditoriales, autour du développement de la station de radio RMC et l'ensemble des nouvelles activités, en télévision gratuite, sur le web et désormais en télévision payante, sont articulées en synergie avec la radio, leader sur l'information et le talk-show sportifs.

La radio RMC propose ainsi un total de 70 heures de sport par semaine. En plus de ces programmes, la chaîne d'information en continu généraliste BFM TV produit des contenus audiovisuels sportifs, qui sont ensuite mis en ligne sur les sites Internet du groupe.

Les deux nouveaux actifs du groupe dans ce domaine sont constitués de :

- la chaîne d'information sportive BFM Sport, lancée à l'occasion de l'Euro de football en France et qui vient compléter le « bouquet » de chaînes d'information labellisées BFM (avec également la chaîne d'information économique BFM Business) ;
- le bouquet de chaînes SFR Sports, dont SFR Sports 1 constituera, à compter de la mi-août et la reprise de la *Premier League* anglaise (dont Altice détient désormais les droits), le navire amiral.

Quant à l'agence RMC Sport, elle a été créée en 2008 pour répondre aux besoins de contenus sportifs des actifs audiovisuels du groupe. Si au départ, cette entité s'est construite sur la base du service des sports de la radio RMC, la multiplication des activités a conduit l'agence à se développer. Aujourd'hui forte de 100 collaborateurs, le lancement de BFM Sport et des chaînes SFR Sports va faire passer l'effectif global à 150 personnes, qui seront désormais répartis en deux pôles distincts : le pôle information sportive et le pôle sport *premium*.

S'agissant des droits détenus par Altice, ils relèvent principalement de trois contrats :

- le contrat passé avec la Football Association Premier League pour l'exploitation des droits audiovisuels du championnat d'Angleterre de football de *Premier League* pour la période 2016-2019 (pour un montant estimé autour de 100 M€/an). C'est SFR Sports 1 qui diffusera cette compétition ;
- le contrat passé avec la Fédération française de basket-ball pour l'exploitation des droits audiovisuels des équipes de France masculine et féminine et des championnats de France de Pro A et Pro B masculines et de Division 1 féminine pour la période 2015-2020 (pour un montant de 10 M€/an). C'est SFR Sports 2, héritière de la grille de Ma Chaîne Sport, qui diffusera ces droits ;
- le contrat passé avec la Rugby Football Union pour l'exploitation des droits audiovisuels du championnat d'Angleterre de rugby pour la période 2016-2021 (pour un montant estimé autour de 1 M€/an), qui sera également proposé sur SFR Sports 2.

A l'exploitation de ces droits s'ajoutent de nombreuses autres retransmissions de disciplines, notamment de tennis féminin (exclusivité des droits des tournois WTA) et de volley-ball.

Selon les représentants de RMC Sport, ce périmètre de droits pourrait encore s'agrandir, puisque le président d'Altice, Patrick Drahi, aurait annoncé viser de nouvelles acquisitions. Néanmoins, les représentants de RMC Sport ont indiqué ne pas disposer de davantage d'informations sur ces vues et devoir s'en remettre aux déclarations publiques du président du groupe pour se tenir informés de la stratégie de leur maison-mère en la matière.

Les représentants de RMC Sport ont ensuite indiqué qu'*in fine*, le positionnement du groupe Altice à l'égard des organisateurs de compétition sportive sera de proposer le mix financement-exposition le plus favorable. La galaxie des chaînes gratuites du groupe et son assise financière lui permettront de pouvoir assurer les ligues et fédérations sur ces deux grands tableaux que sont la visibilité des compétitions et leur sécurisation financière. Sur le premier point, NextRadio TV n'oublie pas que le groupe est d'abord issu de l'univers gratuit ; c'est la raison pour laquelle cette problématique de l'exposition leur est importante. Du point de vue industriel, les représentants de RMC Sport ont indiqué qu'il était ainsi sans doute de l'intérêt du groupe de favoriser la visibilité des compétitions dont ils disposent des droits d'exploitation et d'y intéresser le plus large public possible, afin d'accroître les opportunités de capter des abonnés pour leurs chaînes payantes diffuseurs de ces compétitions. Dans cette architecture, la radio RMC sera conduite à prendre toute sa place.

Un tel souhait de promouvoir le sport en gratuit, notamment dans les éditions d'information, explique pourquoi NextRadio TV s'est tant investie pour accompagner le travail d'élaboration de la délibération du CSA sur le droit aux brefs extraits, qui a constitué une réelle avancée pour le secteur, en établissant un cadre connu de tous pour l'activité des rédactions télévisuelles. Les représentants de RMC Sport ont néanmoins indiqué qu'il paraissait contre-intuitif que les magazines unidisciplinaires (*Téléfoot*,

Rencontres à XV...) soient empêchés par cette délibération d'intégrer des brefs extraits de compétitions sportives. S'agissant de la *Premier League* et des chaînes d'information du groupe, elles ne seront pas pénalisées par cette disposition car le contrat avec la FAPL prévoit explicitement la possibilité pour ces chaînes de bénéficier d'un volume d'images de la compétition, diffusables dans tout type de programmes. En outre, RMC Sport accueillera favorablement les demandes des chaînes qui souhaiteraient disposer d'images supplémentaires de la compétition au-delà des limites temporelles fixées par le droit aux brefs extraits, sur le modèle du négoce mis en place par beIN SPORTS sur des images de l'Euro (à 7 K€ la minute).

Les représentants de RMC Sport ont ensuite souhaité indiquer que le développement du groupe dans les contenus sportifs ne se déploierait pas sans une attention particulière portée à la diversité des disciplines sportives. Selon eux, il y va de l'intérêt premier d'un offreur d'information que de balayer le plus large spectre de sports possible, afin de pourvoir aux nécessités de l'antenne et de se démarquer éditorialement des acteurs qui en restent aux grandes disciplines les plus médiatisées (football, rugby, tennis, cyclisme).

Bien que ne disposant pas non plus de l'ensemble de la vision stratégique du groupe, les représentants de RMC Sport ont avancé l'idée que ce souci de diversification de l'offre de disciplines sportives devrait perdurer, ne serait-ce que pour compléter, dans les grilles des chaînes, les sports à fort potentiel de recrutement d'abonnés. Les chaînes SFR Sports 3 (anciennement Ma Chaîne Sport Extrême) et SFR Sports 5, centrée sur l'ensemble des sports de contact²⁸, seront une particulière illustration de ce souci de diversité.

Les représentants de RMC Sport ont indiqué qu'en phase de lancement, 4 des 6 millions de foyers abonnés à une offre fixe de SFR vont accéder aux nouvelles chaînes de sport. En effet, selon eux, la ligne de SFR à l'égard de ses chaînes sera de se calquer sur celle de British Telecom au Royaume-Uni, c'est-à-dire d'être les plus largement disponibles sur tous les réseaux et chez tous les opérateurs.

S'agissant de la liste des événements d'importance majeure, les représentants de RMC Sport ont concédé que le travail d'actualisation de cette liste était sans doute louable, mais qu'au regard de la longueur de cette liste, qui semble déjà très complète, l'entreprise pourrait être assez délicate. Néanmoins, ils ont concédé que l'absence de protection de l'accès gratuit du public aux grands moments du sport national, tels que les parcours réussis de sportifs ou d'équipes françaises dans des compétitions internationales, était intellectuellement contestable.

Enfin, les représentants de RMC Sport ont évoqué la question de l'environnement publicitaire des retransmissions de compétitions sportives. Selon eux, les attentes des diffuseurs à l'égard de la publicité diffèrent naturellement selon que la chaîne est gratuite (et recherche alors la part d'audience

²⁸ SFR Sports 4 sera une chaîne 4K qui proposera des retransmissions de compétitions produites dans ce format.

et la retombée publicitaire qui en découlera) ou payante (et dépend davantage de la redevance consentie par le distributeur).

Pour les chaînes gratuites, l'autorisation de la publicité virtuelle présentera l'avantage de pouvoir mieux rentabiliser les investissements dans les droits et réduire les pertes aujourd'hui afférentes, sauf si les montants des droits progressent dans le même temps avec une intensité certaine sur la base de ces nouvelles recettes pour les diffuseurs. Elle permettra, pour les ligues et fédérations, de davantage internationaliser la diffusion des compétitions et d'adresser des contenus publicitaires plus affinitaires. Néanmoins, il conviendra d'être vigilant sur la pression publicitaire engendrée par ce nouveau canal de diffusion : il conviendrait, selon les représentants de RMC Sport, de s'assurer que cette publicité se substitue, et non s'ajoute, à la publicité présente autour du stade.

Sporsora



Auditionnés :

- **Olivier DULAC, président**
- **Magali TEZENAS du MONTCEL, déléguée générale**
- **Didier POULMAIRE, membre du conseil d'administration**

8 juillet 2016

En préambule, les représentants de Sporsora ont souhaité présenter leur association, qui a été créée en 1994 pour fédérer dans une même entité l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur de l'économie du sport. Sporsora est ainsi une association paritaire, composée de quatre collèges (Agences, Annonceurs, Détenteurs de droits, Médias et digital), rassemblant tous les métiers de la valorisation économique du sport et chapeauté par un conseil d'administration. Les positions défendues par Sporsora sont donc le plus souvent le fruit d'une synthèse entre des positions parfois antagonistes d'un collègue à l'autre, mais que le débat doit contribuer à rapprocher pour identifier les leviers de progrès collectif.

Selon les représentants de Sporsora, l'association s'est assignée la mission d'identifier les voies et moyens pour développer l'économie du sport en France, dans une démarche éthique et responsable de long terme et de contribuer au rééquilibrage des sources de revenus du sport en France en favorisant une croissance des recettes commerciales (publicité, sponsoring...).

L'ensemble de cette démarche se place, selon eux, sous l'étendard de l'intérêt général puisque les membres de l'association sont bien conscients que le sport recèle des valeurs, des vertus et des potentialités qui vont bien au-delà d'une simple logique commerciale (citoyenneté, santé, éducation, développement des territoires, position de la France à l'international...). Pour autant, une irrigation plus forte du sport au sein de la société française ne pourra que bénéficier économiquement aux acteurs qui l'organisent, le financent et le médiatisent.

Les représentants de Sporsora ont affirmé leur conviction que ce développement de la place du sport dans la société française passait par l'identification d'une élite de haut niveau susceptible de servir de modèles aux enfants et aux candidats à la pratique, s'exprimant dans le cadre de compétitions

événementielles et attractives relayées par un univers médiatique en mesure d'apporter exposition et financement aux organisateurs des événements.

S'agissant plus précisément de la question de la place du sport dans les médias en France, les représentants de Sporsora ont indiqué que la progression de la visibilité de la diversité des disciplines sportives sur les chaînes de télévision françaises faisait partie des objectifs de l'association, mais que cet objectif ne pouvait être poursuivi sans une recherche concomitante d'une progression de la compétitivité du sport français, auquel les médias apportent une partie significative de financement.

Selon eux, les dépenses marketing et télévisuelles des entreprises françaises dans le sport s'élèvent à 5 Md€, réparties en 1,3 Md€ d'investissements en droits télévisuels, 1,6 Md€ en dépenses publicitaires et de sponsoring et 2 Md€ de budgets d'activations. En effet, selon eux, une entreprise qui investit 1€ en sponsoring doit également dépenser 1€ pour faire vivre cette dépense, c'est-à-dire, faire connaître le partenariat, inviter lors de l'événement pour promouvoir cet investissement, utiliser ce dernier pour accompagner des actions de lobbying, etc. Les représentants de Sporsora ont ainsi indiqué considérer que les 3,6 Mds€ dépensés par les entreprises françaises dans l'économie du sport pouvait justifier en retour une certaine compréhension attentive de la part des pouvoirs publics aux intérêts de ces investisseurs. Ne pas pénaliser le retour sur investissement des partenaires commerciaux du sport influera grandement sur leur propension à maintenir ou renforcer leur soutien financier, dès lors qu'ils s'y retrouveront en termes économique et d'image.

Les représentants de Sporsora ont ensuite indiqué que le paysage audiovisuel français était d'une grande richesse en termes de nombre de diffuseurs de programmes sportifs, principalement en mode payant. De fait, l'entretien de ce vivier très bénéfique aux cessionnaires de droits nécessite d'être particulièrement attentif au respect des règles de saine concurrence, afin d'éviter une paupérisation d'une partie de ces acteurs, une disparition brutale de certains d'entre eux ou une concentration trop forte du secteur au bénéfice de quelques-uns. Ils ont ensuite rapporté la position exprimée par les fédérations membres de Sporsora que les diffuseurs puissent ne pas se contenter de retransmettre des compétitions sportives, mais également les éditorialiser, les accompagner entre les épisodes du feuilleton pour faire vivre et connaître la discipline, l'événement et ses participants. Ainsi, selon les représentants de Sporsora, la Ligue nationale de handball (LNH) est particulièrement satisfaite de l'accord passé avec beIN SPORTS, qui a non seulement acquis les droits du Championnat de France de Division 1 pour un montant significatif, mais qui fait bénéficier la Ligue d'une réelle expertise quant à l'optimisation de l'organisation de cette compétition.

Les représentants de Sporsora ont également indiqué que certains médias continuent de voir les partenaires commerciaux du sport comme des intrus, en ne tenant pas compte des besoins de ces derniers dans la captation des événements (mise en place de procédés de réalisation qui occultent la visibilité des marques) ou en ne respectant pas certains contrats existants tels que le *naming* des enceintes ou des compétitions, à l'image de France Télévisions.

Dans la relation liant les organisateurs de compétitions sportives aux diffuseurs, les représentants de Sporsora ont reconnu que l'intérêt des premiers peut varier. Lors de la mise sur le marché des droits, les organisateurs (particulièrement les ligues professionnelles) sont prioritairement attachés aux montants proposés par les candidats à l'acquisition. Une fois le contrat en cours, ils exerceront leur vigilance à l'égard des audiences fédérées par les retransmissions de leur compétition, puisque cette audience a un effet direct sur la pratique de la discipline (même si celle-ci importe davantage aux fédérations) et sur l'appétence des partenaires commerciaux. Les représentants de Sporsora sont convenus que cette approche est caractéristiquement court-termiste, mais elle est partagée notamment par les ligues professionnelles et certaines fédérations en quête de développement et de financement.

S'agissant de la corrélation entre niveau d'investissement des annonceurs et modèle économique de diffusion des compétitions, les représentants de Sporsora ont indiqué que la migration caractérisée de la diffusion du sort des chaînes gratuites vers les chaînes payantes, qui fédèrent le plus souvent des audiences inférieures, ne s'est pourtant pas accompagnée d'une baisse de la contribution financière des partenaires commerciaux, qui auraient pu répercuter sur leurs niveaux d'investissement la baisse attendue du nombre de contacts de leurs marques. En effet, l'autre nouvelle donne économique de ces dernières années dans le domaine du sport est le mouvement d'internationalisation de l'empreinte médiatique et commerciale des grandes compétitions sportives qui, à leur tour, deviennent des marques. Ce rayonnement international entraîne également des retombées pour les annonceurs de la compétition, qui participent du coût d'entrée. Pour autant, les représentants de Sporsora ont exprimé leur vigilance à l'égard des conséquences économiques des passages d'une diffusion gratuite à une diffusion payante d'une compétition, comme ce fut le cas dans le tennis, avec une raréfaction de l'offre sur France Télévisions (réduction de la diffusion de Roland-Garros, de la Coupe Davis et de la Fed Cup, disparition de Bercy).

S'agissant de la liste des événements d'importance majeure, les représentants de Sporsora ont indiqué qu'elle leur paraissait trop réduite. Ainsi, alors que le football féminin parvient aujourd'hui à maturité, ils ont exprimé leur étonnement qu'aucune compétition féminine de cette discipline ne soit explicitement protégée, à l'image de celles des garçons (Coupe du monde, Euro, finale de la Ligue des Champions). En outre, cette liste intègre trop peu de disciplines, alors que certaines mériteraient sans doute d'y accéder, éventuellement au bénéfice exclusif de leur pratique masculine ou féminine. Ainsi, la natation constitue un bon exemple d'une discipline qui a été portée par un couple d'exception (Philippe Lucas-Laure Manaudou), une saine émulation qui a tiré les autres compétiteurs vers le haut et qui a trouvé son public, comme en ont témoigné les résultats d'audience enregistrés aux JO de Londres. Quant à l'argument selon laquelle la France disposerait de la liste la plus longue, il ne tient pas puisque l'important est davantage la rationalité de la liste que sa taille, qui pourra toujours être jugée excessive dans un sens comme dans l'autre.

En outre, la question de la situation financière difficile des chaînes gratuites ne saurait constituer une excuse à leur désengagement progressif de la diffusion de sport sur leurs antennes. Sur ce point, si L'Equipe 21 fait ses meilleurs efforts pour renforcer son catalogue de droits, l'absence d'une chaîne de sport au sein de France Télévisions pose question.

Les représentants de Sporsora ont conclu en indiquant qu'il convenait de ne pas laisser de côté les opportunités apportées par Internet et les offres OTT pour faire mieux connaître certaines disciplines. L'exemple du surf, qui est très peu visible en télévision mais qui anime les réseaux sociaux, montre toutes les potentialités qui pourraient être dégagées dans le cadre d'une réflexion qui ne se bornerait pas à viser la télévision gratuite comme canal d'exposition au plus grand nombre. En outre, sur Internet les coûts de production peuvent être largement baissés.

TF1

**Auditionnés :**

- **Jean-Michel COUNILLON, secrétaire général**
- **François PELLISSIER, directeur des sports**

8 juillet 2016

Les représentants de TF1 ont sans préambule souhaité aborder la problématique de la liste des événements d'importance majeure telle que retracée au décret du 22 décembre 2004.

Selon eux, cette liste comporte des incohérences du point de vue de la logique sportive :

- certaines disciplines sportives donnent lieu à une mention explicite du genre de la pratique (ainsi du basket et du handball pour lesquels sont protégées les finales des Championnats du monde masculin et féminin si l'Equipe de France les disputent, ou du tennis au sujet desquels sont couvertes les finales de Roland-Garros hommes et femmes), alors que d'autres n'intègrent pas cette distinction, telles que le football et le rugby. En outre, paradoxalement, cette absence de distinction de genre ne bénéficie même pas à la pratique féminine, l'ensemble du secteur interprétant la protection de ces événements en considérant qu'en 2004, la volonté des rédacteurs initiaux du texte était sans doute de les restreindre au seul sport masculin ;
- les grands événements fédérateurs (Coupe du monde et Euro de football, Coupe du monde de rugby) ne sont que très peu protégés. Seule la finale et les demi-finales (ainsi que le match d'ouverture pour la Coupe du monde de football) disposent d'une forme de garantie d'exposition en gratuit. Sur ce point, les représentants de TF1 ont proposé d'élargir cette protection à plus de la moitié des rencontres des phases à élimination directe, sur le modèle des droits de diffusion de la Coupe du monde de football 2018 en Russie que le groupe a acquis (soit cinq 1/8^{èmes} de finale et trois 1/4 de finale qui viendraient s'ajouter aux demi-finales et à la finale) ;
- la circonstance que l'événement soit organisé en France n'est pas prise en compte, alors que toutes les analyses démontrent qu'une grande compétition sportive recèle le plus souvent un impact plus important sur la société du pays hôte que dans les autres pays, au-delà des résultats de l'équipe nationale. Selon les représentants de TF1, un cas se profile avec

l'organisation en France, en 2017, des Championnats du monde de handball masculin. Au regard du cadre réglementaire actuel, en cas de non-qualification de la France pour la finale, aucune retransmission de cette compétition pourrait n'être proposé au plus large public, les droits ayant été achetés par beIN.

Ainsi, selon les représentants de TF1, si la liste semble déjà longue et difficile à accroître, certaines suppressions (Paris-Roubaix cycliste, les rencontres du Tournoi des VI Nations qui ne concernent pas la France) pourraient avantageusement être remplacées par les ajouts d'une part majoritaire des phases finales des compétitions internationales de sports collectifs (football, rugby, basket, handball), intégrant désormais le volley-ball.

Les représentants de TF1 ont ensuite voulu aborder la procédure de remise sur le marché des éventuels événements d'importance majeure acquis par une chaîne payante. Cette procédure matérialise l'obligation de moyens dont le gouvernement s'est initialement contenté pour la mise en application du principe de protection de ces événements « *d'une importance majeure pour la société* », alors même que les dispositions de la directive Services de médias audiovisuels et de la loi du 30 septembre 1986 formulent bien le nécessaire respect d'une obligation de résultats dans la fixation de ces événements.

Selon les représentants de TF1, la procédure mise en place par beIN SPORTS en 2015 pour la cession des droits de la finale des Championnats du monde de handball en Qatar était un exemple de bonne pratique, dans la mesure où le groupe de télévision payante a proposé cet événement à la sous-licence très en amont de son occurrence. Cette procédure met ainsi en lumière les difficultés qui résideraient à trancher un éventuel conflit entre une chaîne payante cessionnaire et une chaîne gratuite candidate à l'acquisition. Si un tel conflit n'est jamais survenu depuis 2004, les représentants de TF1 s'interrogent sur ce que serait la marge de manœuvre du CSA pour trancher ce conflit. En effet, comme l'ont rappelé les représentants de TF1, le décret est encore en retrait par rapport à l'article 20-2 de la loi de 1986. Alors que ce dernier indique que « *Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille au respect par les services de télévision* » de ce dispositif, l'article 9 du décret de 2004 prévoit uniquement que « *Saisi par un éditeur de services de télévision ou de sa propre initiative, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut rendre un avis sur les conditions d'application* » de la procédure.

Sur les pouvoirs qui pourraient être confiés au CSA, ou à son président, les représentants de TF1 ont indiqué que la fixation d'une procédure de conciliation poserait de nombreux problèmes, d'abord qu'elle ne fait pas véritablement montre d'une réelle transparence pour les acteurs du marché et qu'ensuite, elle prive grandement une partie qui s'estimerait lésée de la possibilité de faire un recours, puisque les négociations se passent de gré à gré et de façon itérative. *A contrario*, la solution qui pourrait être préconisée consisterait à étendre, aux litiges sur la cession de droits sportifs, la procédure de règlement des différends devant le CSA prévue par la loi de 1986 pour trancher les litiges concernant les conditions de distribution des chaînes gratuites et payantes. Déjà encadrée par la loi, la jurisprudence du Conseil d'Etat et celle du CSA, cette procédure garantirait davantage l'équité de la résolution des conflits de mise sur le marché des événements d'importance majeure.

Les représentants de TF1 ont ensuite souhaité rappeler dans quel contexte économique et industriel ces droits sportifs étaient mis sur le marché. Selon eux, les ligues et fédérations sportives ont fait leurs meilleurs efforts pour stimuler l'intensité concurrentielle. L'archétype de cette politique a été mise en place en France par la Ligue de football professionnel (LFP) qui, en sept ans, a créé les conditions de la disparition du deuxième opérateur de télévision par satellite TPS, de l'entrée et de la sortie quasi-immédiate du marché de l'édition de chaînes de sport du leader des opérateurs de télécommunications Orange et de l'arrivée d'un groupe extra-communautaire financé par un fonds souverain, be IN SPORTS. Grâce à cela, le montant des droits de la Ligue 1 a pu passer de 401 M€/an en 2005 à 736 M€/an en 2016.

Selon les représentants de TF1, l'effet collatéral de cet état de fait est que beIN SPORTS, qui investit plus de 400 M€/an en droits de diffusion, s'est trouvé dans l'obligation, pour consolider sa position de challenger et augmenter sa base d'abonnés, de capter des droits détenus jusqu'ici par Canal+, qui à son tour, pour conserver à son tour ses clients, a été chasser sur les terres des chaînes gratuites, en particulier de TF1, en acquérant, dès 2012, le premier choix de match de Ligue des Champions de football et la Formule 1.

Pour autant, selon les représentants de TF1, la recomposition du paysage n'est peut-être pas achevée, avec l'arrivée de deux nouvelles catégories d'acteurs susceptibles de bouleverser cette nouvelle donne concurrentielle :

- les opérateurs de télécommunications intégrés, qui sont en mesure de rentabiliser leurs investissements dans les contenus audiovisuels grâce à leurs autres activités de téléphonie fixe et mobile et de fournisseurs d'accès Internet ;
- les *pure players* d'Internet (Google, Facebook, Amazon). Ces nouveaux acteurs sont d'ores et déjà en mesure d'acquérir, au plan mondial, des droits de compétitions sportives et de les rentabiliser grâce à leur revenus publicitaires, voire des offres par abonnement accessibles sur l'ensemble de la planète. Ainsi, à titre de comparaison, alors que la capitalisation boursière du groupe TF1 est de 2 Mds€, celle de Google s'élève à 480 Mds€.

Les représentants de TF1 ont également souhaité attirer l'attention sur les conditions d'exercice du droit aux brefs extraits. A l'occasion de l'élaboration, en octobre 2014, de sa délibération sur ce sujet, le CSA est en effet revenu, sous la pression des ligues et de quelques fédérations, sur une conception antérieure des émissions au sein desquelles peuvent être diffusés gratuitement des brefs extraits de compétitions. Ainsi, du jour au lendemain et sans réelle justification éditoriale, le CSA a décidé que les magazines unidisciplinaires, tels que *Téléfoot*, ne seraient plus éligibles à la diffusion de brefs extraits. Selon les représentants de TF1, cette décision a causé un réel préjudice à la chaîne et à ce programme, puisque cette situation est discriminatoire du point de vue des téléspectateurs qui ne peuvent pas voir des extraits à 11h sur TF1 et peuvent en voir à 16h30 sur France 2 dans *Stade 2* (magazine pluridisciplinaire) et qu'en outre, du fait du refus de la LFP de vendre des images de L1 et de L2 en-dehors des lots de droits commercialisés tous les 4 ans à des prix prohibitifs, un magazine comme *Téléfoot* se retrouve dans la totale impossibilité d'accéder à des images de la compétition sportive structurante du paysage audiovisuel français. Il convient de se rappeler au demeurant que jusqu'en 2007, *Téléfoot* était le magazine d'actualité des compétitions de la LFP concédé par cette dernière dans

le cadre d'un appel d'offres pluriannuel. La possibilité pour une chaîne gratuite comme TF1 de poursuivre ce partenariat est désormais rendue impossible par les conditions de commercialisation des droits de la L1 par la LFP.

Les représentants de TF1 ont enfin indiqué qu'en matière publicitaire, des abus étaient pratiqués par des organisateurs de compétitions tels que l'UEFA qui préempte les espaces de parrainage, réduisant d'autant les revenus des diffuseurs. Ils ont ainsi considéré qu'une meilleure rentabilisation des investissements des chaînes gratuites dans les droits sportifs pourrait passer par un partage des revenus tirés des affichages publicitaires dans les enceintes sportives et une autorisation de la publicité pour l'alcool.

UEFA



Auditionné : Julien ZYLBERSTEIN, responsable des affaires institutionnelles et européennes

9 septembre 2016

Julien ZYLBERSTEIN a engagé son audition en indiquant que la place occupée par le football sur les chaînes de télévision et sur Internet justifie que l'UEFA s'intéresse de près aux questions de protection de la diversité des disciplines sportives exposées dans les médias. Cette position principale donne, selon Julien ZYLBERSTEIN, une certaine responsabilité au football dans la préservation d'un pluralisme de l'offre de sport proposée au public. Julien ZYLBERSTEIN a ajouté que sur le continent européen, l'UEFA accorde une attention toute particulière à la France, en tant que pays fondateur de l'instance et sur son rôle moteur et pivot de la politique audiovisuelle sur le continent, tant de par sa législation interne souvent sophistiquée que par les positions qu'elle porte auprès des instances communautaires.

Selon Julien ZYLBERSTEIN, le principal objectif statutaire de l'UEFA est le développement du football sur le continent. En outre, l'instance européenne a également pour vocation d'aborder tous les sujets qui peuvent être reliés peu ou prou avec la discipline sportive, qu'il s'agisse de lutte contre le racisme ou la violence, de politique de développement etc.

Julien ZYLBERSTEIN a ensuite indiqué que deux principes fondamentaux structurent l'action de l'UEFA, le principe d'unité du football, de ses instances nationales et continentale et de ses acteurs, et le principe de solidarité, qui doit conduire à garantir des compétitions laissant la place à une participation des clubs de tous niveaux de développement économique (intégration de clubs des plus petits pays européens dans le processus de qualification préliminaire à la phase de groupes de la Ligue des Champions et de la Ligue Europa) et à assurer une redistribution des revenus tirés de ces compétitions et des activités du haut niveau européen vers l'ensemble des fédérations membres.

Cette conception sous-tend le modèle économique de l'instance européenne puisque, comme l'a rappelé Julien ZYLBERSTEIN s'agissant d'une compétition telle que l'Euro, l'UEFA, une fois absorbé les coûts d'organisation, redistribue environ 88% des recettes aux fédérations nationales. Ce modèle redistributif constitue ainsi la condition *sine qua non* de la pérennité économique des plus petites fédérations nationales et du football de masse en Europe. En outre, afin de garantir un usage éthique et responsable de ces flux financiers, un cahier des charges déterminé par l'UEFA fixe les objectifs à atteindre par la fédération et flèche l'affectation des sommes redistribuées.

Dans cette perspective, Julien ZYLBERSTEIN a assuré combien, pour l'UEFA, les processus de commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions européennes de football étaient très sensibles et déterminants. Le choix des éditeurs de services diffuseurs de ces compétitions,

en particulier les trois plus importantes que sont l'Euro, la Ligue des Champions et la Ligue Europa, en fonction de leur modèle économique et de leur audience, mais aussi naturellement les montants proposés par les candidats à l'acquisition de ces droits contribuent à structurer, in fine, toute la politique de développement de la discipline sur le continent. En outre, Julien ZYLBERSTEIN a indiqué que ces trois compétitions étaient d'autant plus centrales que la situation financière des douze autres est, soit juste à l'équilibre, soit déficitaire. Julien ZYLBERSTEIN a ainsi rappelé les efforts réalisés par l'UEFA pour offrir aux pratiquants une large palette d'épreuves dédiées, pour les hommes et les femmes, les jeunes et même les amateurs (Ligue des Champions et Euro féminins ; Euro Espoirs masculin ; Euro U19 et U17 masculins et féminins ; Youth League ; Coupe des Régions ; Championnat d'Europe et Coupe de futsal de l'UEFA).

Julien ZYLBERSTEIN a rappelé l'engagement assumé de l'UEFA à proposer une offre très significative de football européen aux chaînes en clair sur le continent. En effet, selon lui, la position de l'UEFA est de ne pas amplifier la tendance de marché enregistrée en Europe de migration des compétitions les plus fédératrices des chaînes gratuites vers les chaînes payantes et de continuer à conserver, notamment s'agissant de l'Euro, une couverture majoritaire de la compétition sur des chaînes accessibles au plus large public. C'est la raison pour laquelle, s'agissant de l'édition 2016 organisée en France, l'UEFA a imposé tout à la fois au moins un match par jour sur une chaîne gratuite, l'intégralité des rencontres disputées par le pays organisateur et la finale (qui s'est trouvée être disputée par le pays organisateur, mais la demande de l'UEFA était préalable). Cette conception extensive va ainsi largement au-delà de ce que la réglementation impose à l'UEFA, mais il s'agit, selon Julien ZYLBERSTEIN, d'un engagement moral et social consubstantiel au rôle joué par le football sur le continent évoqué précédemment.

S'agissant plus précisément de la question juridique de la faculté de détermination de listes nationales d'événements d'importance majeure reconnue aux Etats membres de l'Union européenne par la directive communautaire « Services de médias audiovisuels », Julien ZYLBERSTEIN a souligné l'importance certaine de ce sujet pour un organisateur de compétitions sportives transnationales et fédérant un très large public sur l'ensemble du continent. Il a ainsi indiqué que le point déterminant pour l'acceptabilité de ces listes, du point de vue de l'UEFA, était la motivation apportée par chaque Etat membre à l'inscription de chaque événement sur sa liste.

Julien ZYLBERSTEIN est ainsi revenu sur la décision de la Cour de justice de l'Union européenne qui a validé l'inscription sur la liste britannique de l'intégralité de l'Euro, en faisant part de sa grande circonspection sur le caractère « d'importance majeure » de toutes les rencontres de l'Euro pour les citoyens du Royaume-Uni, alors qu'il est en revanche indéniable que les matchs de l'équipe nationale et que la finale puissent entrer dans cette catégorie. Les audiences, y compris dans le cadre d'une diffusion gratuite accessible au plus grand nombre, permettent, selon Julien ZYLBERSTEIN, d'objectiver le décalage d'attractivité entre ces différentes catégories de rencontres, dont certaines peinent à fédérer même au sein du public a priori captif des passionnés.

Julien ZYLBERSTEIN a ajouté sur ce point qu'il fallait garder à l'esprit qu'une telle conception extensive conduisant à l'inscription brute de toute une compétition pouvait *in fine* receler des effets contre-productifs, tant l'impact structurellement anticoncurrentiel du dispositif des événements d'importance majeure pouvait conduire à une baisse très significative des montants collectés au titre des droits de diffusion de ladite compétition, engendrant de fait un moindre financement du développement de la discipline et de sa pratique et une réduction des moyens disponibles pour l'accompagnement qualitatif de l'organisation des événements ultérieurs.

Julien ZYLBERSTEIN a ensuite indiqué que la principale limite de la réglementation en matière d'encadrement de la cession des droits audiovisuels était de partir du postulat qu'une compétition donnée déclenche naturellement un intérêt à peu près comparable de la part d'une pluralité d'acheteurs provenant indifféremment des univers de la télévision gratuite ou payante. Or, la réalité du marché est qu'au-delà des difficultés financières structurelles ou spécifiques particulières rencontrées par certains acteurs, il arrive très régulièrement que le vendeur de droits ne rencontre qu'une demande limitée et qu'en l'espèce, aucune chaîne gratuite ne se manifeste, ou à des conditions financières déraisonnablement basses. Dans cette circonstance, l'organisateur ne peut que céder les droits de diffusion de sa compétition à une chaîne payante, étant dans l'impossibilité économique de laisser ces droits inexploités.

Julien ZYLBERSTEIN a ensuite abordé l'exploitation des droits audiovisuels des éliminatoires de l'Euro et des éliminatoires européens pour la Coupe du Monde, ainsi que la prochaine organisation de la Ligue des Nations (formule de compétition européenne de nations biennale qui, à partir de 2018, remplacera la tenue des matchs amicaux par une sorte de tournoi potentiellement qualificatif pour l'Euro) qui sera commercialisé de façon centralisée par l'UEFA. Julien ZYLBERSTEIN a indiqué que cette centralisation avait été souhaitée par un grand nombre de fédérations nationales qui avaient indiqué pâtir d'un déficit de compétence en matière de vente de droits, s'en remettre à des agences qui leur imputaient des commissions parfois significatives et avoir le sentiment d'une déperdition de richesses pour le football européen.

Julien ZYLBERSTEIN a clos son audition en abordant la question de l'entrée sur le marché des droits sportifs des nouveaux acteurs provenant de l'univers Internet. Il a à ce sujet souligné que, contrairement à certaines assertions publiques, ces entreprises ne manifestaient pas réellement d'intérêt à l'heure actuelle pour se porter acquéreurs de droits onéreux, dans la mesure où ces contenus ne semblent pas en adéquation avec leur modèle de développement.

UER



Auditionné : Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF et Président de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

7 septembre 2016

En introduction, Jean-Paul Philippot souligne le rôle de la diffusion de programmes sportifs comme élément crucial pour la cohésion sociale et comme marqueur de la diversité du corps social. Le sport réunit les populations et c'est particulièrement le rôle des médias de service public. Ce qui se passe dans un pays organisateur d'un grand événement de sport va bien au-delà du sport lui-même. Si on regarde l'histoire du sport et l'histoire de la TV, les deux sont à l'évidence étroitement liés. Les grands événements justifient le suivi par une télévision de masse, et en retour leur valeur est liée à la popularité drainée par le média de masse TV.

A un moment historique où la consommation des médias se fragmente entre une consommation de masse linéaire et une consommation personnalisée non linéaire, le sport devient d'autant plus important pour soutenir l'économie des télévisions linéaires.

On peut ajouter qu'une autre fonction du sport pour la TV en clair, publique en particulier, est la transmission des valeurs véhiculées par l'apprentissage du sport et sa pratique de haut niveau, y compris pour les disciplines paralympiques.

S'agissant des droits TV, la plateforme des responsables européens des sports a pour responsable Sven Lescuyer (directeur adjoint des sports de FRTV).

Deux évolutions des droits inquiètent les acteurs publics :

- la hausse des montants des droits ;
- l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché des droits, qui marque d'ailleurs un glissement partiel en dehors de l'Europe du centre de gravité des enjeux financiers : Discovery qui a acheté les droits Europe des JO, Liberty Global qui a racheté la F1, voire Wanda (groupe immobilier chinois) qui s'intéresse de plus en plus au sport pour bâtir une synergie entre construction d'infrastructures et accueil d'événements.

Le transfert des droits sportifs vers la télévision payante est problématique. Il y a un enjeu pour le citoyen. Le coût moyen du service public est de 3,14 €/mois et le revenu mensuel moyen de la TV payante est de 19,60 €/mois. Si on passe du gratuit au payant, le citoyen doit donc payer 6 fois plus.

Le cas le plus parlant est celui des prochains Jeux Olympiques qui seront diffusés sur Eurosport, chaîne payante à qui le CIO a cédé les droits pour 30% (350 M€) de plus que l'offre de l'UER. Même si actuellement, Discovery cherche à sous-licencier une partie des droits acquis (son contrat avec le CIO l'oblige à sous licencier un minimum de 200 h), il n'est pas certain que le service public se porte acquéreur dans tous les pays européens si le montant des droits s'avère disproportionné. Soit les chaînes publiques rachèteront les droits pour l'essentiel de la valeur et financeront ainsi un groupe payant US, soit la diffusion se fera en payant en Europe.

S'agissant de la diversité des disciplines exposées, l'UER ne considère pas que le service public doive être l'accessoire ou le supplétif de ce que le payant ne veut pas montrer. C'est dans une dynamique sociale que doit s'inscrire le service public, les grands événements sportifs servant de produits d'appel pour les plus petits sports que la TV linéaire a pour rôle de populariser, notamment par la constitution de rédactions pluridisciplinaires d'experts.

S'agissant, enfin, du fonctionnement du dispositif européen des EIM, il serait par exemple souhaitable de créer un droit aux courts extraits dans les appels d'offres des vendeurs de droits.

A noter qu'il n'y a pas eu de vraies tensions sur la liste belge d'EIM, laquelle comprend deux composantes liées aux deux marchés, francophone et flamand. En Belgique, 97% des foyers ont accès au câble, lequel propose 35 chaînes. La taille restreinte de ce marché le protège des accaparements par les chaînes payantes, et c'est plutôt les chaînes de service public qui peuvent peiner à se porter acquéreur de tous les EIM listés.

