

Les droits télévisuels dans le football

Tacle de Mediapro sur le football français



Les droits télévisuels dans le football

La société Mediapro souhaite renégocier le montant des droits télévisuels qu'elle a acquis sur les principaux championnats de football français. Atteignant des montants records, ces droits télévisuels sont une source majeure de revenus pour les clubs de football.

L'actualité

Dans une lettre adressée mercredi dernier aux clubs de Ligue 1 et de Ligue 2 et rendue publique le lendemain par L'Équipe, la Ligue de football professionnel (LFP), l'association chargée d'organiser les compétitions professionnelles de football en France, a annoncé [avoir « mis en demeure » la société Mediapro](#) de régler la somme qu'elle doit.

En mai 2018, Mediapro, un groupe audiovisuel espagnol dont l'actionnaire majoritaire est le fonds d'investissement chinois Orient Hontai Capital, a acquis pour un montant record la majorité des droits télévisuels (droits TV) de la Ligue 1 et de la Ligue 2 pour la période 2020-2024. Après avoir réglé une première échéance en août, Mediapro n'a pas versé les 172 millions d'euros qu'il devait à la LFP début octobre. Il a annoncé le 8 octobre dans L'Équipe avoir demandé à la LFP de renégocier le contrat à la baisse en raison de la crise liée à l'épidémie de coronavirus.

Cette somme de 172 millions d'euros devait être reversée samedi dernier par la LFP aux clubs professionnels. Mediapro a lancé en août en France sa chaîne payante, baptisée Téléfoot, pour diffuser des matchs de Ligue 1 et de Ligue 2 du Championnat de France.

L'éclairage : Ce que sont les droits TV

Dans le sport, les droits TV consistent, pour une ligue ou pour un club, à **accorder à une ou plusieurs sociétés le droit de retransmettre des matchs à la télévision sur un territoire donné**. Ils sont le plus souvent attribués après une procédure de vente aux enchères. C'est le cas en France, où les droits TV du football sont négociés par la LFP. Leur montant est **majoritairement redistribué aux clubs de L1 et de L2**, qui perçoivent une part fixe et une part variable attribuée selon divers critères tels que le classement et la notoriété. Le reste est versé à la Fédération française de football, l'association chargée de l'organisation de la pratique du football dans le pays, pour financer le football amateur, et à l'Agence nationale du sport, un groupement d'intérêt public, pour financer l'ensemble des sports amateurs.

Première source de financement des clubs

Pour la saison 2018-2019, les droits TV ont **représenté 36 % des revenus des clubs de la Ligue 1 et de la Ligue 2**, selon un [rapport publié en 2020](#) par la Direction nationale du contrôle de gestion, une commission indépendante chargée de surveiller les comptes des clubs de football professionnels en France. Ils constituaient leur première source de revenu, devant les ventes et prêts de joueurs (25 % des revenus), les sponsors et la publicité (16 %), la vente de produits dérivés (15 %) et la billetterie (8 %). Le football européen est aussi « fortement tributaire » des droits TV qui représentent depuis 2010 plus de 62 % des revenus des clubs en Italie (en moyenne par an), 53 % en Angleterre et 51 % en Espagne, explique le chercheur Luc Arrondel dans une interview publiée en juillet sur le site de l'École d'économie de Paris.

726 millions d'euros

Pour la saison 2018-2019, les droits TV de la Ligue 1 en France s'élevaient à **726 millions d'euros**. Pour cette même saison, ils étaient de **973 millions d'euros** pour la Serie A (Italie), de **1,1 milliard d'euros** pour la Liga (Espagne), de **1,16 milliard d'euros** pour la Bundesliga (Allemagne) et de **2,3 milliards d'euros** pour la Premier League (Angleterre). À partir de cette saison et jusqu'à la saison 2023-2024, les droits TV de la Ligue 1 devaient s'élever à plus de 1,15 milliard d'euros par an, dont environ 780 millions d'euros apportés par Mediapro, 330 millions par Canal+ et 50 millions par Free.

La propriété des droits TV

Les droits TV **peuvent appartenir aux clubs**, alors chargés de négocier individuellement les droits de retransmission de leurs matchs. C'est par exemple le cas au Portugal. Ils peuvent aussi **appartenir à la ligue** qui les gère collectivement puis les redistribue aux clubs en fonction de certains critères, comme en France ou en Allemagne. En 2003, les économistes du sport Wladimir Andreff et Jean-François Bourg publient une étude selon laquelle le second modèle permet d'obtenir une rémunération globale plus élevée que le premier. Ils l'expliquent par le fait que **la cession des droits à une ligue place cette dernière en position de cartel**. Les chaînes de télévision sont alors « contraintes par le cartel de surenchérir sévèrement, au profit de la ligue ». Cette théorie s'est vérifiée pour la Liga espagnole, en particulier pour ses droits TV internationaux. Ils ont été **multipliés par près de cinq** lors de la saison 2015-2016, lorsque la propriété collective des droits TV a remplacé la propriété individuelle.

Le positionnement des chaînes

Dans un [rapport publié en 2017](#), le Conseil supérieur de l'audiovisuel, l'autorité française de régulation de ce secteur, note que la logique économique différente entre les chaînes gratuites, telles que TF1, et payantes, comme Canal+, les conduit « **à se positionner sur des droits différents** ». Les premières diffusent des retransmissions sportives pour attirer de fortes audiences et ainsi accroître leurs revenus publicitaires qui sont leur principale source de financement. Les secondes le font surtout dans le but de séduire de nouveaux abonnés puis de les fidéliser. De ce fait, « **les chaînes gratuites généralistes cherchent à acquérir en particulier les droits de compétitions ponctuelles** », telles que la Coupe du monde, « **tandis que les chaînes payantes cherchent à constituer un portefeuille comprenant des compétitions ponctuelles (pour acquérir de nouveaux abonnés) et des compétitions feuilletonnantes (pour les fidéliser)** », écrit le CSA.

Pour aller plus loin

MODÈLE ÉCONOMIQUE Dans une interview publiée en juillet sur le site de l'École d'économie de Paris, le chercheur Luc Arrondel **présente le modèle économique du football professionnel français**. Il chiffre les effets de la crise liée à la pandémie de Covid-19 pour les clubs de Ligue 1, leurs revenus issus de la billetterie et des transferts de joueurs étant particulièrement affectés.

→ [Lire l'interview.](#)

MEDIAPRO Le magazine So Foot a publié la semaine dernière sur son site **une enquête sur le groupe audiovisuel espagnol Mediapro**. Il rappelle qu'en Italie, la Liga a décidé de rompre en 2018 l'accord sur les droits TV passé avec cette société, celle-ci n'ayant pu apporter les garanties financières demandées.

→ [Lire l'enquête.](#)

Source : <https://www.brief.eco/>