

# LE POINT SUR

Les coûts des retransmissions sportives

Jean-François BOURG

## Le premier âge des relations sport-télévision.

C'est aux Etats-Unis, au début des années 60, qu'un excès de concurrence du côté de l'offre de retransmission a provoqué une forte chute des revenus des clubs (- 50 % en 1959 au base-ball) Pour y remédier, certains économistes vont théoriser les bienfaits d'une cartellisation de l'offre dans une ligue pour maximiser les profits et la production des clubs, et ce compte tenu des particularités économiques du sport Une proposition paradoxalement contradictoire avec leur modèle de référence (concurrence pure et parfaite) censée réaliser la meilleure allocation des ressources, la production des volumes optimaux et des prix d'équilibre satisfaisant à la fois les offreurs et les demandeurs Un tel marché repose sur la vérification de cinq hypothèses l'atomicité de l'offre, l'homogénéité du produit, une libre entrée sur le marché, la transparence de l'information, une mobilité des facteurs de production Cependant, la mise en place d'un centre de pouvoir unique chargé de vendre les droits TV (par exemple, en 1959, l'American Football League) enfreignait la législation américaine anti-trust (Sherman Act de 1910) La loi 87-331 du 30 septembre 1961 a résolu cette incompatibilité en créant un régime dérogatoire du droit commun permettant aux clubs de négocier en cartel les contrats auprès des chaînes qui, elles, sont toujours soumises à la loi anti-trust

L'oligopsonie (1) aux Etats-Unis jusqu'en 1961 (cartel des clubs non autorisé) et le monopsonie en France jusqu'en 1974 (avant l'éclatement de l'ORTF) ont caractérisé la première période de négociation des droits (voir le tableau II) Dans le premier cas, la confrontation d'une multitude d'offeurs (clubs, ligues) à quelques diffuseurs marginalise le poids

En 1936, date de retransmission de la première manifestation sportive, les jeux Olympiques (JO) de Berlin avaient mobilisé l'attention de 200 000 téléspectateurs privilégiés Un demi-siècle plus tard, les JO de Barcelone (1992) en ont réuni, au même moment, 3,5 milliards, devenant ainsi un « village global » selon la formule de Marshall McLuhan La télévision exploite cet engouement pour la dramaturgie de ces images

L'économiste confrontera dans cet article certains de ses concepts à ce matériau peu traité « scientifiquement » (le sport télévisé) pour en évaluer le prix et identifier les conséquences de cette industrialisation du spectacle sportif sur le coût pour les diffuseurs

Le coût des images sportives intègre les droits de retransmission et les charges techniques liées à leur diffusion (matériels, personnels, satellites, etc) L'absence de données suffisantes sur la seconde composante des coûts explique la prise en compte dans cette synthèse des seuls droits TV qui représentent environ 70 % de l'ensemble

(1) Monopole marché caractérisé par la présence d'un vendeur et d'une grande quantité d'acheteurs

Monopsonie marché caractérisé par la présence d'un acheteur et d'un grand nombre de vendeurs

Oligopole/oligopsonie : marchés caractérisés par la présence de quelques vendeurs/quelques acheteurs (NDLR)

des recettes TV dans le budget des clubs 9,2 % en football américain (1952), 16,8 % en base-ball (1956) Dans le second cas, un acheteur unique (l'ORTF) face à des clubs qui négocient de façon isolée (sports non structurés en ligues ou

ligues laissant la liberté à leurs membres), les droits sont très faibles ou nuls (la Fédération française de football envisageant même de payer une indemnité à la télévision pour le lancement d'un magazine spécialisé)

— Tableau I —  
**Formes du marché des retransmissions sportives**  
 (en millions de francs ou de dollars)

MARCHES	ÉVÉNEMENTS (aire d'exclusivité)	OFFRE	DEMANDE	MONTANT DES DROITS (diffuseur)
MONOPOLE	J O d'été 1996	CIO (USA)	ABC, CBS, NBC, ESPN, USA, Network HBO, SNN, WTBS, Sport Channel America, etc	550 M\$ (-)
MONOPOLE OLIGOPSO- NISTIQUE	Football 1991/92 France	Ligue nationale	Cartel des chaînes publiques (A2-FR3), TF1, Canal Plus, La 5 Eurosport, TV Sport	280 MF (TF1 - (+))
	Coupe du monde de rugby 1991 (France)	International board	Cartel A2-FR3 Cartel TF1-C+, La Cinq	28 MF (TF1-C+)
MONOPOLE BILATERAL	J O d'été 1996 Europe	CIO	UER	240 M\$
	Football 1984 (France)	Ligue nationale	Cartel chaînes publiques (TF1-A2-FR3)	5 MF
OLIGOPSONE	Base-ball Football américain Basket-ball (USA avant 1961)	Ligue et clubs professionnels	ABC, CBS, NBC	-
MONOPSONE	Football 1974 (France)	Clubs professionnels	ORTF	0,5 MF

Un contexte institutionnel mouvant et un nouveau cadre juridique vont changer le mode de détermination de l'offre et de la demande, réorganiser le marché des droits de retransmission en modifiant le pouvoir des chaînes et des organisateurs sportifs au profit de ces derniers

### **Le cartel des ligues**

Des formes de monopole, plus ou moins pures, apparaissent aux Etats-Unis dans les années 70. Les offreurs, en se cartellisant (National Football League, Major League Base-ball, National Basket-ball Associa-

tion, etc), éliminent toute concurrence de leur côté. Ce « collective bargaining » met en action des mécanismes de surenchères d'autant plus efficaces que la demande s'étend et se fractionne. Aux trois réseaux d'accès gratuit (ABC, CBS, NBC) s'ajoutent les chaînes câblées thématiques (ESPN) ou à péage (HBO, Showtime, etc) et des stations locales, toutes désireuses de conquérir ou de fidéliser une audience. Dans une telle configuration, le monopoleur (la ligue) captant toute la demande choisira le prix (les droits TV) et la quantité (le volume de retransmissions) pour lesquels le profit total sera maximal. Tou-

tefois, le monopoleur redoutera la perte de son privilège dans l'hypothèse où des profits élevés attireraient une ou plusieurs ligues concurrentes (situation fréquente aux Etats-Unis où dans certains sports comme la boxe qui dispose de 5 fédérations internationales rivales) Si l'on est en présence d'un monopole temporaire, deux stratégies sont envisageables une politique de pénétration (droits de TV modérés, volume de retransmissions faible, profits unitaires élevés) destinée à récolter des profits importants le plus rapidement possible De ce fait, la part relative des recettes TV dans les revenus des clubs de football passe de 9,2 % en 1952 à plus de 40 % dans les années 60 et à 50 % dès 1977 Ce pourcentage évolue identiquement en base-ball 16,8 % en 1956, près de 30 % une dizaine d'années plus tard

La croissance constante des droits durant la décennie écoulée a, de nouveau, fait progresser ce financement, qui représente en moyenne de 50 % (base-ball - basket-ball) à 65 % (football américain) en 1992 La cohésion des ligues crée même une hyperinflation de 50 à 260 % lors du renouvellement des contrats (voir le tableau 3)

Les surenchères pour acheter les droits du championnat de base-ball dépassent le prix que CBS a payé pour les JO d'Albertville (1992) Elles s'expliquent par une volonté de conquête de parts de marché supplémentaires dans un univers fortement concurrentiel (networks, chaînes thématiques, TV locales) qui provoque une érosion de l'audience des grands réseaux de ABC, CBS et NBC (91 % de l'audience totale en 1979, moins de 70 % en 1992)

— Tableau II —  
**Les droits de retransmission  
 des trois sports majeurs aux Etats-Unis (1992)**

SPORTS	DROITS TV (en milliards de Francs)	CHAINES
BASE-BALL (Major League Base-Ball)	1,59	CBS
	1,46	ESPN
FOOTBALL AMERICAIN (National Football League)	1,52	CBS
	1,33	ABS
	1,08	NBC
	0,65	ESPN
	0,65	TBS
BASKET PROFESSIONNEL (National Basket-Ball Association)	0,90	NBC
	0,41	TNT

Chaque cartel de clubs répartit également les recettes 48,5 millions de francs par équipe professionnelle de basket, 81,7 millions par club de football (1991) Ce mode de distribution tend à équilibrer les potentialités des compétiteurs Ce qui renforce l'incertitude sur l'issue du championnat accroît l'intérêt du public, des sponsors, des chaînes, augmente les recettes globales et le profit de la ligue Qui plus est, cette manne gomme les aléas sportifs du court terme en garantissant de tels revenus pendant quatre ou cinq ans (durée des contrats)

#### **Le monopole du Comité international olympique (CIO)**

Plus stable qu'une ligue (cartel de clubs éventuellement fragilisé ou concurrencé), le CIO détient les droits de « propriété » des JO et de leurs produits dérivés Ce monopole absolu conforte le pouvoir de négociation du CIO, source de très fortes hausses des droits (voir les tableaux IV et V)

Pour 0,5 million de dollars, CBS avait obtenu l'exclusivité en 1960 (JO d'été de Rome) NBC a dû payer 401 millions pour

les Jeux de Barcelone (1992) La chaîne qui retransmettra les JO d'Atlanta (1996) devra verser, au minimum, 550 millions Le prix des Jeux d'été et d'hiver 1992 payé par les chaînes américaines (644 millions de dollars courants) est huit fois supérieur à celui des télévisions européennes (83 millions) Or le public potentiel, l'audience effective et l'intérêt populaire sont comparables Comment dès lors justifier leur part nettement majoritaire dans le total des droits mondiaux (63 % pour Barcelone, 82 % pour Albertville) par rapport aux diffuseurs européens (12 % pour Barcelone, 6 % pour Albertville) ? (Voir les tableaux VI et VII)

En fait, l'action de l'Union européenne de radiodiffusion (UER) répond à la cartellisation de l'offre (CIO) Ce groupement d'une quarantaine d'acheteurs (chaînes publiques principalement) se fixe pour mission de maîtriser la demande par des règles strictes (stratégie du cavalier seul interdite) afin d'infléchir les prix à la baisse Dans ce face-à-face de deux monopoles (CIO-UER, par exemple), les mul-

tiples combinaisons prix-quantités possibles dépendent de nombreuses variables (rapport de force, stabilité des coalitions, ressources financières, menaces, bluff) difficiles à formaliser Dans ce monopole bilatéral, la détermination du montant des droits TV se réalisera à l'intérieur d'une zone délimitée par le prix qui éliminerait tout profit pour la coalition des télévisions et le prix qui éliminerait tout profit pour l'organisateur sportif La relative modicité des droits payés par l'UER pour les JO rapproche cette fixation de la seconde borne Mais la fragilisation de l'UER face à l'UEFA (organisme qui gère le football européen) par la multiplication des chaînes privées non adhérentes (les chaînes de Silvio Berlusconi entre autres) et intéressées par certains contrats orientera le prix des retransmissions vers la première limite l'UER a ainsi dû augmenter sa mise pour conserver les images des phases finales des compétitions par nations, 100 millions en 1992 (15,6 millions en 1984), ou par clubs, 125 millions pour la période 1991-1996

Tableau III  
L'inflation des droits de retransmission des jeux Olympiques d'été

JO	Total des droits TV	Droits pour les Etats-Unis (chaîne)	Droits pour l'Europe (UER)
1960 (Rome)	1,2	0,5 (CBS)	0,67
1964 (Tokyo)	1,5	1 (NBC)	0,38
1968 (Mexico)	9,75	4,5 (ABC)	1
1972 (Munich)	11,8	7,5 (ABC)	1,7
1976 (Montréal)	34,8	25 (ABC)	4,5
1980 (Moscou)	101	85 (NBC)	5,95
1984 (Los Angeles)	287	225 (ABC)	19,8
1988 (Séoul)	407	300 (NBC)	28
1992 (Barcelone)	636	401 (NBC)	75
1996 (Atlanta)	900*	550*	240

\* prévision

**Tableau IV**  
**L'inflation des droits de retransmission des jeux Olympiques d'hiver**  
**(en millions de dollars courants)**

JO	Total des droits TV	Droits pour les Etats-Unis (chaîne)	Droits pour l'Europe (UER)
1960 (Squaw Valley)	1,05	0,05 (CBS)	néant
1964 (Innsbruck)	0,9	0,6 (ABC)	0,3
1968 (Grenoble)	2,5	2 (ABC)	0,5
1972 (Sapporo)	7,6	6,4 (NBC)	1,2
1976 (Innsbruck)	11,6	8,7 (ABC)	0,76
1980 (Lake Placid)	20,7	17,8 (ABC)	2,64
1984 (Sarajevo)	102,4	90 (ABC)	4,1
1988 (Calgary)	325	309 (ABC)	5,8
1992 (Albertville)	296	243 (CBS)	18
1996 (Lillehammer)	365*	300* (CBS)	15

\* prévision

**Tableau V**  
**Droits de retransmission des jeux Olympiques**  
**et part des chaînes (en %)**

Jeux Olympiques d'été	ABC, CBS, NBC (Etats-Unis)	UER (Europe de l'Ouest)	NHK (Japon)	Autres chaînes (reste du monde)	Total
1960	36	64	0	0	100
1964	100	0	0	0	100
1968	82	18	0	0	100
1972	89	11	0	0	100
1976	85	15	0	0	100
1980	94	6	0	0	100
1984	78	7	7	8	100
1988	75	7	13	5	100
1992	63	12	10	5	100

**Tableau VI**  
**Comparaison des droits TV des J.O.**  
**(1988-1992 en millions de dollars)**

Pays/Zone	JO Séoul	JO Barcelone	Accroissement
Australie	6,79	33,7	382 %
Canada	3,6	16,5	358 %
Nouvelle-Zélande	1,5	5,9	293 %
Europe	28	90	221 %
USA	300	401	32,7 %
Japon	52	62,5	20,1 %
Autres	15,11	26,4	74,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>407</b>	<b>636</b>	<b>56,3 %</b>

## L'éclatement du cartel télévisuel en France

Un autre indice accrédite la thèse selon laquelle les droits TV négociés dans un monopole bilatéral seront inférieurs à d'autres marchés (monopole, par exemple) En effet, jusqu'en 1984, les trois chaînes publiques françaises forment une entente face à la Ligue nationale de football pesant ainsi sur les prix (5 millions) Mais l'arrivée de nouvelles chaînes (Canal Plus surtout) et la privati-

sation de TF1 (1987) font exploser ce cartel et monter les droits 70 millions avant le changement de statut de TF1 (le prix d'un match de Coupe d'Europe passe de 200 000 F à 2 millions), 170 millions en 1987 et 300 millions en 1992 (un match de Coupe d'Europe se vend de 6 à 8 millions) De fait, TF1 et Canal Plus élèvent le prix du ticket d'entrée sur le marché des images de football, le rendant inaccessible aux autres chaînes, notamment publiques (voir les tableaux VIII et IX)

— Tableau VII —  
**Evolution des droits TV du football en France**  
 (en millions de francs et en pourcentage du chiffre d'affaires)

Années	Championnat de France	Coupe d'Europe	Equipe de France	Téléfoot par saison	Total des droits	% du chiffre d'affaires
1977-78	-	0,2	0,1	0,7	1,5 MF	1 %
1982-83	0,15	0,5	0,3	3	5 MF	1,8 %
1985-86	0,47	3	1	4,5	35 MF	6,5 %
1987-88	2,5	4	6	45	200 MF	25 %
1988-89	3,2	6	6	54	220 MF	27 %
1991-92*	4,5	8	6	60	300 MF	27 %

Sources : *Cahiers de l'Académie Carat* - Conseil supérieur de l'audiovisuel

\* estimation

— Tableau VIII —  
**L'inflation des droits de retransmission des matchs de Coupe d'Europe (2)**

Dates	Matches (diffuseur)	Contrat (en millions de francs)
Septembre 1982	PSG-Sofia 1/16 de finale (TF1)	0,15
Septembre 1983	PSG-Juventus de Turin 1/8 de finale (A2)	0,35
Mars 1985	Bordeaux-Dniepropetrovsk 1/4 de finale (Canal+)	1,2
Avril 1985	Bordeaux-Juventus de Turin 1/2 finale (A2)	2
Avril 1987	Bordeaux-Leipzig 1/2 finale (La Cinq)	6
Mars 1988	Bordeaux-Eindhoven 1/4 de finale (A2)	7
Mars 1988	Marseille-Rovianemi 1/4 de finale (TF1)	8
Mai 1991	Marseille-Belgrade finale (TF1)	10

(2) Le poids des forts taux d'écoute des rencontres de football explique la croissance exponentielle des contrats Ces chiffres traduisent le formidable enjeu publicitaire que représente ce public Ils éclairent la bataille acharnée des chaînes pour l'acquisition des droits

Les droits TV pratiqués en Europe occidentale relèvent des mêmes conditions de formation des prix d'une part, l'intérêt soutenu des téléspectateurs pour le football, d'autre part, la configuration du marché des droits de retransmission

Les télévisions privées sortent souvent vainqueurs de leur lutte avec les chaînes publiques

SAT 1 en Allemagne, B Sky B en Angleterre, TF1 et Canal Plus en France (voir le tableau X)

— Tableau IX —  
Le prix des images de football en Europe (1992/93)

Pays	Diffuseur	Montant (en millions de F)	Contrat
Allemagne	ARD	100	images du Championnat (extraits)
	Sat 1	1 700	matchs du Championnat en direct
Angleterre	BBC-B Sky B	580	matchs du Championnat (extraits et directs)
	ITV	60	images du Championnat de deuxième division
France	TF1	59	images du Championnat (extraits)
	Canal Plus	110	22 matchs du Championnat en direct et extraits
Italie	RAI	490	images du Championnat (extraits)
	Canale 5	92	matchs des phases finales de Coupe d'Europe des clubs champions

L'affaiblissement, par division, de la puissance de négociation du côté de la demande (chaînes publiques, chaînes privées) fait naître un marché oligopsonistique sur lequel les prix sont supérieurs à ceux du monopole bilatéral (tendance constatée en Europe depuis le milieu des années 80) Lors du renouvellement des contrats en France (1993) portant sur Roland-Garros (30 millions de francs), la Formule 1 (35 millions), le Tournoi des cinq nations (40 millions), ou le Tour de France cycliste (60 millions), les prix ont augmenté fortement (de 50 à 100 %)

Désormais, la fonction de programmation consiste à proposer les émissions préférées par le public aux heures où l'audience potentielle est la plus forte Cette recherche va stimuler la lutte entre diffu-

seurs pour acquérir les droits de retransmission des images, source d'inflation des coûts (voir le tableau XI)

Les droits des grands événements vont augmenter de façon durable, car leur nombre est limité, contrairement au nombre de chaînes candidates à leur achat Le contribuable subit les conséquences de cette croissance des coûts (par le biais de la redevance et compte tenu des dotations financières de l'Etat dont bénéficient les chaînes publiques)

De même, le consommateur intervient de plus en plus lorsqu'il achète des produits faisant l'objet de campagnes publicitaires lors des retransmissions dans la mesure où les annonceurs intègrent ces budgets au prix de revient de leurs produits



— Tableau X —  
**Le coût du sport télévisé en France 1987-1991**  
 (en millions de francs et en %)

Chaînes	Budget sport (en MF)		Part du budget global (en %)		Evolution 1991/1987 (en %)
	1987	1991	1987	1991	
TF1	200	500	5,73	7,65	+ 150
Antenne 2	125	312	4,14	4,46	+ 150
Canal Plus	117	600	3,44	8,59	+ 413
Total	442	1 412	4,46	6,88	+ 219

Qui plus est, le passage d'une logique de monopole fondée sur l'information à une logique de concurrence basée sur la distraction va intensifier les relations financières entre sport et télévision apparues dans les années 30 aux Etats-Unis et 60 en Europe. Alors que la télévision est née et s'est développée sous la tutelle de la puissance publique, échappant ainsi

pendant plusieurs décennies aux lois de l'économie de marché, la multiplication des chaînes dans les années 80, l'apparition d'un secteur privé, la différenciation entre réseaux hertziens non cryptés et diffuseurs câblés, ciblés et à péage créent une obligation de résultat qui modifie l'ordre télévisuel comme l'économie du sport

## RÉFÉRENCES

Pour en savoir plus, voir notamment

ANDREFF Wladimir, NYS Jean-François avec la collaboration de BOURG Jean-François *Le Sport et la Télévision - relations économiques* Editions Dalloz, 1987

BOURG Jean-François *Le sport en otage* La Table Ronde, 1988

FAURE Roland (dir) *Le sport et la télévision - analyse, avis et propositions* Conseil supérieur de l'audiovisuel, juillet 1991

JAMES Francis, de CAMARET Henri *Téléviser le sport - Les dossiers de Carat TV*, Paris, février 1990