

TÉLÉVISION

Nouvelle stratégie de marketing pour Canal+

Souvenez-vous, c'était le bruit qui envahissait le salon quand, peu après l'émission «Nulle part ailleurs», Canal+ repassait en crypté. Remplacé depuis plusieurs années par un simple écran noir, vous risquez d'entendre (et de voir) ce cryptage à nouveau.

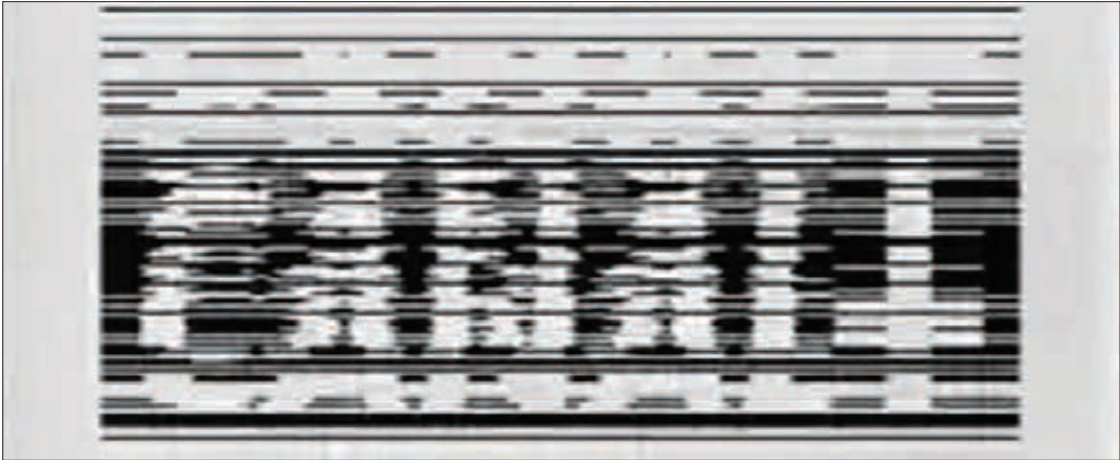
Invité de RTL, jeudi 8 octobre, le patron du groupe Canal+, Vincent Bolloré, a annoncé le retour du «cryptage à l'ancienne», afin de «susciter l'envie de s'abonner à Canal+».

«Le téléspectateur doit avoir envie de nous rejoindre», a-t-il expliqué. Un argument qui émeut sans doute toute une génération de téléspectateurs, encore intrigués par la légende urbaine de la passoire (agiter l'ustensile devant l'écran devait soi-disant vous permettre de regarder le match – ou autre chose – sans décodeur).Il «écoute les critiques» et fait confiance au «Grand Journal»

«Canal+ est aujourd'hui dans un modèle essoufflé», a ajouté l'industriel et homme d'affaires, qui ne cesse de susciter la polémique depuis qu'il a pris les rênes du groupe, en septembre. «J'écoute les critiques, mais quand vous avez besoin de faire bouger une maison, il faut changer les choses.»

Pour redynamiser ce modèle, il a renouvelé sa confiance à l'équipe du «Grand Journal», et à sa présentatrice Maïtena Biraben, vivement critiquée depuis la rentrée. «On ne peut juger de rien en quatre semaines, il faut lui laisser le temps», a-t-il expliqué, assurant qu'il n'y avait «aucun plan B», visant à la remplacer.

En revanche, il n'a pas indiqué si



«Les Guignols de l'info» absents de l'antenne depuis la rentrée, seront, un jour, de retour à l'écran, avec ou sans cryptage.

Pourquoi le «Grand Journal» de Canal + vire au fiasco

Pour sa semaine de rentrée, la nouvelle formule de l'émission phare de la chaîne cryptée a connu des audiences catastrophiques.

Une émission trop lisse

Premier reproche adressé à l'émission : un ton trop lisse, policé. En témoignent les multiples commentaires négatifs publiés sur la page Facebook par des téléspectateurs qui déplorent une nouvelle formule «convenue», «insipide», «triste», «fade», «ennuyeuse»...

La nouvelle présentatrice, Maïtena Biraben, avait d'ailleurs elle-même revendiqué ce changement de braquet, en début de semaine, promettant un ton plus lent et «plus poli», car, à ses yeux, le «Grand Journal» était devenu «trop fragmenté». Problème :

L'émission n'est pas assez dynamique. Or, on sait que, à cette heure-là, sur les autres chaînes, tout s'enchaîne, ça rigole énormément. Le public aime le piquant !

A cette heure-là, les gens picorent et zappent beaucoup entre les chaînes.

Des sujets trop lourds

Quand on regarde la courbe d'audience de l'émission, on observe qu'elle est en dents de scie. Cela signifie que les gens viennent, regardent, que l'émission ne leur plaît pas, et qu'ils s'en vont.

En cause, des sujets «très bien faits», mais «hyper pointus». «Quand tu diffuses un sujet de cinq minutes à 19h25, tu largues tout le monde», insiste-t-il. Jérôme Ivanichtchnko, journaliste médias à Europe 1, pointe lui aussi du doigt des «reportages souvent très longs, sur des sujets très lourds, trop lourds pour un téléspectateur qui rentre d'une journée de travail».

Journaliste pour le site Konbini, Rachid Majdoub ne dit pas autre chose : il déplore «une surdose d'information

anxiogène, à l'heure où le téléspectateur préfère un programme s'apparentant davantage au «Petit Journal» de Yann Barthès».

Des chroniqueurs trop discrets

Pour Jean-Michel Apathie, qui a quitté l'émission au mois de juin en même temps qu'Antoine de Caunes, «le plateau est un peu faible». «Maïtena est à la hauteur de ce qu'on connaît d'elle. Elle a vraiment de la présence. Après, il manque dans l'équipe des chroniqueurs, quelqu'un de vraiment fort et sérieux pour l'épauler» estime, dans un entretien à Metronews.fr, celui qui a enchaîné neuf saisons d'affilée dans le «Grand Journal».

L'équipe a été choisie dans l'urgence et sans véritablement avoir de marge de manœuvre.

Les chroniqueurs sont trop figés. Maïtena Biraben n'a pas jugé nécessaire de s'entourer d'experts, comme Jean-Michel Apathie ou Karim Rissouli l'an dernier. Or, avoir des chroniqueurs qui ont une vraie personnalité, qui en imposent par leur analyse, par leur

humour, c'est indispensable dans ce genre d'émission.

Un goût de déjà vu

L'émission a aussi «un petit goût de déjà vu : Le Grand Journal ressemble à une déclinaison quotidienne du supplément, le magazine que Maïtena Biraben présentait chaque dimanche midi jusqu'à la fin de la saison dernière. L'animatrice a changé, les chroniqueurs ont changé mais, finalement, le concept, ça reste une animatrice, des chroniqueurs et un invité politique autour d'une table, qui débattent sur deux ou trois actualités». Mais à la base la première grosse erreur est d'avoir gardé le même nom. Changer de nom aurait donné un signal très fort.

La fin des «Guignols» trop dure à amortir

Enfin, dernière explication – et pas des moindres – de ce fiasco : la suppression des «Guignols de l'info», décidée par le nouveau patron, Vincent Bolloré. L'an dernier, cette tranche de l'émission, diffusée en clair peu avant 20 heures, attirait en moyenne 1,8 million de téléspectateurs. Cela signifie que les «Guignols» assuraient 30 à 40% de l'audience du Grand Journal. Ce qui permettait à l'émission d'assurer des scores relativement corrects.

Et, si la direction de Canal + a promis des ajustements constants pour cette nouvelle formule, Maïtena Biraben et sa bande ne pourront, quoi qu'il arrive, pas compter sur les marionnettes de cire pour redresser la barre. Peu appréciées par Vincent Bolloré, elles ne devraient revenir à l'antenne qu'au cours de ce mois d'octobre, à 20h50 et en crypté, sans leur mythique présentateur, PPD, remercié par le nouveau patron du groupe.

N. A. + francetvinfo.fr

SAT NEWS

Droits TV Premier League : le match va bientôt débuter en France

C'est le feuilleton annoncé de cette saison entre beIN Sports et Canal+, à savoir la mise en jeu des droits de la grande et somptueuse Premier League, le championnat anglais de la démesure, le graal de tout diffuseur sportif qui s'ambitionne leader. Alors que le début de l'appel d'offres serait imminent selon *l'Équipe*, tour d'horizon des forces en présence et des enjeux pour chaque diffuseur.

On ne peut pas qualifier la situation actuelle du groupe Canal+ de très sereine. Après un été marqué par la bruyante prise de contrôle de Vincent Bolloré sur la chaîne cryptée, une perte de la Premier League serait un coup très sévère porté au groupe, le championnat anglais étant l'un des principaux vecteur d'abonnements. D'autant plus, la faible liste de droits ne pourrait absorber une telle perte pour le groupe qui se retrouverait avec une grille de Canal+Sport bien vide sans les 10 matchs (annoncés) par semaine.

De son côté, beIN Sports semble avoir tout à gagner dans l'affaire. Le groupe qatari dispose de 3 des 4 principaux championnats européens en exclusivité lui permettant de consolider son socle de 2,5 millions d'abonnés.

Avantage Canal ?

L'appel d'offres semble néanmoins plus propice à Canal+. En effet, la chaîne cryptée a, depuis 2012, toujours conservé les droits qu'elle désirait, à l'image du précédent appel d'offres du championnat anglais, remporté au prix d'un doublement de la facture jugé largement nécessaire à l'époque.

Aussi, le groupe opte depuis plusieurs mois pour une politique de rationalisation des dépenses, se séparant d'une grande partie des droits mineurs, et taillant dans la masse salariale. L'arrêt prématuré du contrat liant le groupe au basket français (ProA) fera économiser 10M€ par an, la perte de la Série A et de la Bundesliga 11M€, le football africain quelques millions. Ces économies devraient permettre à Canal+ d'augmenter l'enveloppe pour répondre à l'appel

d'offre, et ce, avant même un éventuel apport de l'actionnaire qui pourrait alors clairement affirmer son ambition pour le groupe, si elle n'est pas nulle.

Enfin, à l'image de la Formule 1, Canal peut se prévaloir d'une couverture complète de qualité. Si l'argument du chèque prévaut du côté de la ligue anglaise, les nombreuses années de travail en commun pourraient bien aider la chaîne cryptée au moment voulu.

beIN ne pourra pas, contrairement à la Série A et à la Bundesliga, utiliser des contrats internationaux pour subtiliser les droits avant même que la concurrence n'ait le temps d'émettre une offre.

Aussi, ce type de contrat coûteux et national, n'est pas ce que préfère la filière française du géant qatari. Il sera difficile financièrement de s'aligner, même au montant actuel. En effet, on estime à l'heure actuelle le coût des droits pour la saison 2016-2017 à plus de 400M€, pour environ 270M€ de recettes (hors publicité et autres) sur une base de 2,5 millions d'abonnés. Sur la même saison, et sans Premier League, Canal+ dépenserait environ 700M€ en droits sportifs à l'heure actuelle.

L'exclusivité sur beIN Sports impliquerait un coût de grille deux fois supérieur aux recettes, montage financier de plus en plus délicat à justifier devant la justice, compte tenu également des appuis politiques dont Canal+, premier mécène du cinéma français, dispose.

Le scénario du partage ?

Reste, au-delà de la bipolarité de l'exclusivité, la possibilité d'une entente entre les deux diffuseurs. Cela permettrait aux deux diffuseurs de sortir gagnants d'un statut quo. Canal+ éviterait de casser sa tirelire tout en conservant ses abonnés, et beIN Sports pourrait largement communiquer sur les 6 plus grands championnats européens.

Les derniers appels d'offres sur les droits de Ligue 1 et de Top14, où l'on s'attendait à une guerre sans merci, ont été renouvelés à des montants loin des attentes des vendeurs. Plusieurs choses peuvent laisser croire à ce

pacte de non-agression comme le retrait du Qatar cette année du Top 10 des actionnaires Vivendi, qui laissait penser à l'époque à un moyen de pression lors du lancement de beIN Sports en France, ou le projet récent «BlueCongo» une joint-venture entre le groupe Bolloré et l'Etat du Qatar lancé cet été.

Alors, flambée des prix ou statu quo ? Canal sauvé ou Canal en danger ? Partage des affiches entre Canal et beIN ? La réponse devrait arriver dans les prochaines semaines, la Premier League étant actuellement en négociations aux quatre coins du globe

Sénégal : Canal+ massivement piraté

Sébastien Puntarello, le directeur de Canal+ Sénégal a fait savoir, lundi 12 octobre 2015, lors d'un séminaire sur la réforme de la Brigade nationale de lutte contre la piraterie et la contrefaçon (BNLCP), que la chaîne cryptée était massivement piratée au Sénégal. Selon lui, plus de 400 000 foyers sénégalais paient pour regarder illégalement des chaînes de télévision.

«400 000 foyers reçoivent des chaînes de télévision pour lesquelles ils payent sans que cela ne soit du domaine légal (...) Si on convertissait 20 % de cette offre illégale dans notre activité, cela générerait pour l'Etat 4 milliards de ressources par an», a estimé Sébastien Puntarello.

Le patron de Canal+ au Sénégal a soutenu que le fléau concerne tous les acteurs de l'audiovisuel. Il a indiqué que le piratage implique «la redistribution des chaînes par les réseaux câblés, la distribution de certaines chaînes par des réseaux MMDs ou l'utilisation de décodeurs contrefaits ou de décodeurs dont la commercialisation n'est pas autorisée au Sénégal».

M. Puntarello a observé que le Sénégal dispose «d'un cadre juridique protecteur qui punit le vol de la propriété intellectuelle et de l'image, mais ce qui pose problème, c'est l'exécution des décisions de justice car on n'est pas dans l'ins-tantanéité souhaitée pour que le vol constaté s'arrête».

Canal+ mise sur le marché africain pour sor-

tir du marasme en France. Le groupe, qui est dirigé par Vincent Bolloré, vise, à court terme, 5 millions d'abonnés sur le continent.

Un bouquet «beIN» HD et 4K pour bientôt

Plusieurs sources nous signalent l'apparition d'une série de chaînes «beIN» (dont une chaîne beIN Sports 4K) sur le satellite Eutelsat 25B / Es'hailSat 1 laissant supposer la naissance d'un bouquet du groupe qatari beIN Media Group.

Quelques jours après l'arrivée des boucles vidéos de test «beIN MOVIES» sur le satellite Eutelsat 25B / Es'hailSat 1, deux de nos lecteurs nous signalent l'arrivée de plusieurs chaînes sur d'autres fréquences du même satellite :

beIN Sports 1 HD à 24 HD
beIN Max 1 à 10 HD
beIN News HD
beIN Sports TLC HD
beIN Movies 1 HD
beIN Movies 2 HD
beIN Movies Fantasy HD
beIN Movies Syfy HD
beIN Movies Horror HD
beIN Movies Comedy HD
beIN Movies Action HD
beIN Movies Kids HD
beIN Séries 1 HD
beIN Séries 2 HD
beINPushs
beIN Kids HD
beINDocumentary HD
beINHistory HD
beINPurchases HD
beIN 4K Test UHD
beIN SPORTS 4K UHD.

Cette liste de chaînes pourrait composer, au moins en partie, le bouquet TV que le groupe beIN Media serait en train de développer depuis plusieurs mois pour l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient.

Si pour l'heure rien n'est encore officiel, un lancement serait prévu au Moyen-Orient pour le 1^{er} novembre 2015. Une date à prendre au conditionnel, beIN Media Group restant silencieux sur ce sujet.