

La télé et le sport

Les retransmissions sportives sont devenues un enjeu de plus en plus stratégique pour les chaînes de télévision engagées dans une bataille acharnée pour l'audience. Les investissements se chiffrent en dizaines de millions d'euros et les chaînes spécialisées se multiplient.

Ces dernières années, la médiatisation du sport à la télévision a atteint son point culminant. Au niveau international, la passion du public pour le sport a permis son expansion ainsi que sa médiatisation. Nous pouvons donc remarquer que la télévision est très impliquée dans l'organisation et la retransmission sportive, puisqu'elle a engendré des modifications importantes dans la structure des sports les plus populaires.

Le sport dénaturé par la télévision

Dans la sphère sportive, les médias ont toujours recherché une place importante, en particulier : la télévision. «Le football a besoin de la télévision autant que la télévision a besoin du football.» Sport et télévision ne font qu'un : ils s'apportent mutuellement ce dont l'autre a besoin. Mais cette relation est menée par l'influence de la télévision et met donc en péril l'identité propre du sport en essayant de le rendre plus attractif.

Depuis quelques années, de nombreux sports ont subi d'importantes modifications dans leur structure. Les plus grands changements ont touché le football européen ou encore le basketball américain. Dans le football européen, un exemple de changement de règle apparaît en tête de liste, à savoir : l'utilisation de la vidéo. Cet exemple reste encore très conflictuel de nos jours. Depuis 13 ans, cette polémique anime le monde du football. Pourtant, l'usage de la vidéo a pour objectif de mettre en avant les avancées technologiques au profit du sport afin de le rendre plus propre et d'éviter les erreurs d'arbitrage. Cet instrument est déjà utilisé par certains sports comme le rugby, le tennis ou encore le football américain depuis de nombreuses années. Au rugby, l'arbitre est le seul demandeur de l'arbitrage vidéo, au tennis il existe trois possibilités d'utiliser la vidéo selon la surface, la compétition et le football américain permet au coach de jeter un

drapeau demandant l'arrêt de jeu permettant à l'arbitre de confirmer ou d'infirmer sa décision. Il serait donc intéressant pour le football européen d'acquiescer cet outil même si certains «protecteurs de la beauté» du sport s'y opposent.

Selon Michel Platini, l'utilisation de l'arbitrage vidéo aurait des conséquences sur la modification de la nature même du football. Mais devant le nombre important de mauvaises décisions prises pendant un match, la question devrait être étudiée à nouveau. Le basketball américain a vu une transformation dans ses règles de jeu, en particulier dans le cadre du championnat NBA. L'objectif étant de rendre ce sport de plus en plus attractif pour les spectateurs et les téléspectateurs. L'une de la première règle fondamentale modifiée est celle du «marché». Cette règle empêchait un joueur d'effectuer plus de trois pas sans faire rebondir le ballon. Dans les années 1980, cette règle a été sensiblement oubliée ou ignorée par les arbitres, dans le but de rendre le match de basketball beaucoup plus fluide et de donner aux spectateurs un véritable spectacle. Il s'agit donc d'une volonté des diffuseurs de ne pas rendre trop ennuyeux le match de basketball retransmis à la télévision.

Aux Etats-Unis d'Amérique, c'est le sport le plus médiatisé et le plus rentable économiquement. En plus de cela, c'est le sport le plus regardé et observé dans le monde entier. Un match interrompu toutes les deux minutes ne serait pas bénéfique pour les diffuseurs, en effet, il serait plus lent, moins intéressant et ennuyant. A l'inverse, les ligues européennes de basketball appliquent à la lettre le règlement de ce sport. Mais cette différence de règlement pose problème pour certains joueurs évoluant en NBA.

En effet, lors de compétitions internationales ou encore les Jeux olympiques, il est difficile pour un joueur de NBA de se plier au règlement pur et dur du basketball. On ne comprend pas pourquoi les fédérations

européennes n'ont pas suivi la NBA dans ce changement de règle puisque la NBA fait référence en matière de basketball pour tous joueurs professionnels. Les modifications apportées à ces règlements ont pour but de proposer aux spectateurs et aux téléspectateurs un show plus attractif.

L'impact de la publicité sur le sport

La publicité a pris une place majeure au sein des sociétés. Elle est omniprésente à la télévision mais également dans le sport.

La publicité est indispensable pour le sport puisqu'elle est indispensable à son développement. Elle y trouve également son compte, un intérêt économique dans le marché du sport, qui n'est pas sans conséquence sur l'aspect purement sportif.

Les droits de diffusion

Dans les années 1970, le football n'avait pas un franc succès auprès du public. Pour certains, la diffusion d'événements sportifs n'avait pas sa place au sein du paysage audiovisuel français. «Ça n'intéressera personne, tout le monde s'en fout de voir des buts les uns après les autres.» Mais l'effet inverse s'est produit : en effet, le football a connu un développement important et a pris une place considérable dans le quotidien des Français et des Européens, ce qui a permis la création d'émissions sportives spécialisées. De nos jours, des chaînes sont en «guerre» pour obtenir des fédérations les droits de diffusion des matchs ; un marché très concurrentiel où les prix sont exorbitants. Cet investissement permet aux chaînes de s'offrir une place dans les budgets de certains clubs.

La négociation des droits télévisuels des événements sportifs est devenue une véritable «guerre» entre les différentes chaînes. La diffusion des sports les plus médiatiques est l'objectif principal pour les chaînes. Cette volonté d'investir des sommes astronomiques s'explique par l'aspect économique des chaînes puisque la médiatisation des sports permet des retombées financières conséquentes. En France, le football occupe une place importante puisqu'il est suivi par 37% de la population fin 2010, environ 24 mil-



Photo : DR

lions de personnes, ce qui explique pourquoi les chaînes sont prêtes à investir énormément pour obtenir la possibilité d'exploiter ces championnats.

En termes de chiffres, de 1984 à 1999, les droits de retransmission ont connu une véritable flambée des prix. En effet, ils sont passés de 2 millions d'euros à 122 millions d'euros. Fin 2004, le groupe Canal+ décroche l'exclusivité des droits de diffusion de la Ligue 1 pour un montant de 600 millions d'euros, pour la saison de 2005-2008. En 2012, la LFP a lancé son appel d'offres sur les droits télévisuels des matchs de Ligue 1. Pour la diffusion, elle avait prévu neuf lots d'un montant minimum de 600 millions d'euros, pour les saisons 2012-2013 à 2015-2016. Nous remarquons donc que les droits de retransmission télévisée du championnat de France de football sont passés de 2 millions à 668 millions d'euros entre 1984 et 2012.

Conclusion

La télévision et le sport entretiennent une véritable relation de couple. Comme nous l'avons vu dans ce mémoire, ils ont besoin de l'un de l'autre pour se développer. Une relation qui touche à la fois leur passé commun ainsi que leur avenir. La télévision a été le média privilégié pour la diffusion du sport.

En effet, en disposant des techniques visuelles et auditives, aucun autre média ne pouvait s'approprier la diffusion des sports, et s'est donc imposée chez les téléspectateurs. Le progrès technique dont elle a bénéficié n'a fait que renforcer ses possibilités d'offrir aux sports une importante capacité de diffusion mais aussi de qualité qui apparaît comme un

gage de garantie. Il ne fait aucun doute que ces deux entités resteront liées, du fait de l'interdépendance entérinée.

L'interdépendance entre le sport et la télévision connaît de multiples conséquences importantes sur les structures sportives. En investissant des sommes importantes, les diffuseurs voient leur intérêt pris en compte désormais et l'aboutissement à des résultats. Les exemples les plus marquants restent ceux du basketball et du football américains. L'intérêt visuel est donc prioritaire par rapport à celui du téléspectateur ou encore à celui du sport en lui-même.

Comme chaque sport perçoit un afflux financier venant de la télévision, il n'est pas dans leur intérêt de remettre en cause cette emprise et ce poids de la télévision. Qu'il s'agisse de modifications structurelles, ou organisationnelles, les fédérations font l'impasse sur la contestation, mais en y trouvant un intérêt.

La sur-médiatisation du sport n'a pas eu que des effets positifs, mais la télévision a joué un rôle indispensable dans son développement. La télévision a donc été le moteur de l'expansion de nombreux sports dans le monde. Le média télévisuel ne peut être considéré comme une source de dérives liées au sport business. Néanmoins, l'un des plus gros risques du sport business est de voir les spectateurs et les téléspectateurs se détourner des sports les plus médiatiques, marquant une saturation générale de ces excès d'un monde économique trop écarté de la réalité du quotidien. Un risque qui est une menace sérieuse.

Source :
La gazette magazine DZ

SAT NEWS

MENA : beIN Sports renouvelle la Ligue des champions et l'Europa League jusqu'en 2021

Le bouquet diffusé au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, beIN Sports MENA, vient d'annoncer le renouvellement des droits de la Ligue des champions et de la Ligue Europa pour 3 saisons de plus. Le bouquet Qatari diffusera donc les compétitions européennes jusqu'en 2021. La plus prestigieuse des compétitions européennes était diffusée jusqu'en 2009 par ART Sport, et c'était à l'époque Al Jazeera qui avait obtenu les droits (devenu par la suite beIN Sports MENA).

Les récents événements politiques (avec l'isolement du Qatar) ont poussé les observateurs à penser à une perte de ces droits au profit d'un nouveau bouquet sport lancé par l'Arabie Saoudite. Mais cela n'a finalement pas été le cas. Les matchs seront retransmis sur les 20 chaînes du groupe, commentés en arabe, anglais, espagnol et français.

Ce renouvellement vient à la suite de la perte des droits en France au profit de SFR Sport, au contraire de l'Espagne où beIN Sports a signé une prolongation du contrat actuel.

Joyne choisit Eutelsat pour sa nouvelle offre de télévision payante, destinée aux foyers néerlandais

Joyne, nouveau bouquet de chaînes TV destiné aux téléspectateurs et au marché des loisirs néerlandais, a retenu le satellite Eutelsat 9B pour desservir les Pays-Bas, et plus largement le continent européen. Après avoir signé un contrat pluriannuel portant sur plusieurs récepteurs avec Eutelsat Communications (Paris : ETL), Joyne se prépare à présenter à son lancement officiel, prévu le 24 juillet, en utilisant le téléport Eutelsat de Paris-Rambouillet, qui fournira les services de liaison montante.

La nouvelle plateforme commencera par diffuser une offre variée de chaînes payantes et gratuites, principalement axées sur le sport. Elle comptera en tout 30 grandes chaînes néerlandaises ou étrangères, dont celles de Fox Sports HD et Discovery Networks Benelux. Grâce au puissant faisceau paneuropéen d'Eutelsat 9B, les téléspectateurs seront en mesure de recevoir le bouquet de télévision avec une carte CAM Conax Contego et une antenne d'un diamètre d'au moins 45 cm. Il leur sera également possible d'accéder au contenu des pôles vidéo adjacents.

Les formules d'abonnement mensuel, qui donneront accès à leurs bénéficiaires à l'intégralité de la programmation de Joyne, débiteront dès 13 euros par mois. La proposition de Joyne, très compétitive, comprend aussi des abonnements à la carte de courte durée (à partir d'un mois) pour les téléspectateurs néerlandais possédant une résidence secondaire ou un mobile home. Des offres spécifiques sont également réservées aux lieux publics tels que les campings et les bars.

Hans Brunas, CEO de Joyne, a déclaré : «La nouvelle marque Joyne incarne la connectivité et le plaisir d'un divertissement de qualité. Notre nouvelle proposition se distingue par la qualité de ses émissions télévisées, sa large réception aux quatre coins de l'Europe et la souplesse de ses abonnements. Sachant que cette série de critères forme le socle de notre ambition, il était logique que nous sélectionnions Eutelsat comme plateforme satellitaire. Nous souhaitons poursuivre durablement cette collaboration avec Eutelsat.»

Maghreb : Arabsat intègre les chaînes de Berbère TV Group à son bouquet

L'opérateur de satellite Arabsat a annoncé l'intégration des chaînes Berbère TV, Berbère Jeunesse, Berbère Music, Berbère Radio et Antinée Radio à son bouquet de chaînes maghrébines. Lancée en France depuis plus d'une quinzaine d'années, peu de temps après les événements du Printemps noir en Kabylie, Berbère TV Group accroît, grâce à cette opération, sa visibilité en Afrique du Nord.

Selon Mohamed Saâdi, fondateur de Berbère TV Group, la disponibilité des chaînes du groupe au Maghreb vient répondre à une demande croissante des téléspectateurs de cette région pour des programmes basés sur la culture locale.

«Arabsat s'engage à continuer ses efforts pour s'associer avec les radiodiffuseurs haut de gamme fournissant aux communautés arabes, un contenu divertissant et de haute qualité qui respecte nos valeurs culturelles et sociales», a déclaré Khalid Balkheyour, le patron d'Arabsat, qui s'est dit ravi d'accueillir les chaînes de Berbère TV Group.

Berbère TV, sa chaîne principale, première télévision berbérophone, a été principalement suivie ces dernières années par les immigrés algériens en France. Les dirigeants de Berbère TV Group avaient d'ailleurs annoncé, il y a quelques mois, leur intention de récupérer l'audience kabyle. Cette tâche pourrait se compliquer à cause de la concurrence de nouvelles chaînes kabyles telles que Taqbaylit TV.