

Le sport à la télévision : une offre toujours plus variée

Alors que les chaînes payantes s'arrachent les compétitions sportives les plus prestigieuses (Ligue des champions, Ligue Europa, Formule 1, etc.) avec toujours comme objectif de conquérir et fidéliser leurs abonnés, la bataille des droits de diffusion du sport fait également rage auprès des chaînes gratuites. NPA Conseil fait le bilan de l'offre et de la consommation de sport sur la télévision gratuite française.

Saison 2016-2017 : une offre de retransmissions sportives de plus en plus diversifiée

Alors que le volume d'heures de diffusion du sport sur les chaînes gratuites (en excluant de l'analyse la chaîne L'Equipe) reste quasi stable de septembre à avril entre la saison précédente et l'actuelle (554 heures pour la saison 2015-2016 vs 537 heures pour 2016-2017), l'offre de retransmissions a quant à elle largement évolué selon les sports et les compétitions.

- En effet, l'offre de matchs de **football** a diminué de 23 heures en 1 an (166h à 143h), avec une baisse notable du football masculin (-22h) notamment en raison de l'achat de la totalité des droits de diffusion de la Coupe de la Ligue par Canal+ pour la période 2016-2020, auparavant sur France Télévisions. Ce dernier reste tout de même co-diffuseur de la compétition, mais ne peut couvrir qu'un match par journée à partir des 1/16^{ème} de finale. Du point de vue des audiences, les matchs qualificatifs de l'Equipe de France pour la prochaine Coupe du Monde de cette saison attirent davantage que les matchs amicaux disputés il y a un an (6,2M vs 5,5M de téléspectateurs), tous diffusés sur TF1[1]. Quant à l'Europa League, dont les droits pour la période 2018-2021 ont basculé du groupe M6 à SFR Sport, sa diffusion sur W9 réunit en moyenne 1,3M de téléspectateurs cette saison contre 1M lors de la saison précédente, du fait de la qualification de l'Olympique Lyonnais en demi-finale. La consommation des rencontres de football féminin diffusées sur C8, CStar et France 4 restent relativement stables entre les 2 saisons (360 800 téléspectateurs pour la saison précédente vs 335 428 pour l'actuelle).
- Le deuxième sport le plus diffusé à la télévision gratuite reste le **rugby** malgré une diminution du volume de 34 heures entre les deux saisons et ce en raison de la Coupe du monde de Rugby ayant eu lieu en septembre-octobre 2015 et diffusée sur TF1. La compétition a attiré en moyenne 5,8M de téléspectateurs sur TF1, soit deux fois plus que le Tournoi des Six Nations qui s'est déroulé il y a deux mois avec 2,7M sur France 2.
- Le volume de diffusion du **tennis** sur la période concernée est dépendant du parcours


de l'Equipe de France lors de la Coupe Davis et de la Fed Cup. Ainsi, l'offre de tennis a été multipliée par 2 entre les deux saisons, en raison du meilleur parcours des équipes nationales masculines et féminines lors de ces compétitions avec l'élimination en demi-finale pour les hommes en septembre 2016 (vs élimination en juillet 2015 en quarts de finale pour l'édition précédente) et la qualification en finale pour les dames en novembre 2016 (vs élimination en avril 2015 lors de la demi-finale pour l'édition précédente). Le record d'audience de tennis pour la période étudiée revient à la finale de la Fed Cup de novembre 2016 qui a attiré en moyenne plus d'un million de téléspectateurs, celle-ci ayant été diffusée sur 2 jours sur France 2 et France 4.

- Cette saison, le **handball** a fait son apparition dans la grille des programmes du groupe TF1 avec la Coupe du monde disputée en France en janvier dernier. La compétition, dont Bein Sports a diffusé l'intégralité, a en effet pu être visionnée à partir du quart de finale de l'Equipe de France sur TMC et TF1 par 6M de téléspectateurs en moyenne (8,3M pour la finale diffusée sur TF1, faisant de ce match la meilleure audience de retransmission sportive depuis la rentrée, toutes chaînes confondues).



- Les **sports de combat** ont également fait leur arrivée sur France Ô avec 2 soirées dédiées au championnat de France de boxe masculin et féminin les 11 et 18 février dernier (73 000 téléspectateurs en moyenne).
- Le **basketball** a également fait une percée spectaculaire, passant de 2h24 de diffusion la saison précédente à plus de 33h pour la saison en cours, Numéro 23 ayant la possibilité de programmer 13 matchs du championnat de France (61 000 téléspectateurs en moyenne), les droits appartenant au groupe Altice, ainsi que les rencontres de l'Equipe de France féminine et le All Star Game LNB.
- Outre les traditionnels championnats de patinage artistique, les **sports d'hiver** sont également beaucoup plus présents à l'antenne cette année grâce au championnat du monde de ski et de ski nordique diffusés sur France 3 et France 4 en février et mars dernier. Les championnats du monde de ski ont ainsi été vus par 435 000 téléspectateurs en moyenne sur France 3 et 247 000 sur France 4. Le ski nordique a un peu moins fédéré avec 146 000 téléspectateurs uniquement sur France 4. A titre de comparaison, le biathlon, dont les compétitions sont exclusivement diffusées sur L'Equipe (non prise en compte dans l'analyse), a permis à la chaîne d'enregistrer une moyenne de 530 000 téléspectateurs sur la saison 2016-2017, le double par rapport à la précédente. Raison pour laquelle L'Equipe a renouvelé en avril dernier les droits des différentes compétitions de ce sport jusqu'en 2022.
- Enfin, l'arrêt de l'émission quotidienne *En course* diffusée sur France 3 en décembre 2015 qui retransmettait les **courses hippiques** du jour, a fait plonger le volume de diffusion de ce sport, passant de 8h14 en 2015-2016 à 45 minutes seulement pour 2016-2017. Les seuls événements de ce sport sont aujourd'hui sur TF1, tels que le Prix d'Amérique ou celui de l'Arc de Triomphe.

A noter également la nette diminution de la diffusion des **autres sports** (voile, poker,

volley, football américain, aviron, marathon) entre 2015-2016 et 2016-2017. NRJ 12 a notamment réduit de 63h sa programmation de poker entre les deux saisons (89h en 2015-2016 / 26h en 2016-2017).

La perte progressive des téléspectateurs de magazine sportif

Depuis la disparition de *Touche pas à mon sport* de l'antenne de C8 en novembre 2016, le groupe France Télévisions est le seul aujourd'hui à proposer des magazines sportifs non-spécialisés dans une discipline particulière avec une émission hebdomadaire *Stade 2* (à l'antenne depuis 1975 tous les dimanches sur France 2) et quotidienne : *Tout le sport* (depuis 1993 tous les soirs sur France 3). Longtemps diffusée à 17h30, *Stade 2* a changé d'horaire à partir du 28 août 2016 pour commencer à 16h30, ayant pour conséquence la diminution de ses audiences (803 000 téléspectateurs pour 6,8% PdA du 28 août 2016 au 18 décembre 2016 vs 1,2M de téléspectateurs pour 9,1% PdA la saison précédente). Reprogrammé à son horaire historique depuis le 8 janvier dernier, *Stade 2* retrouve progressivement ses téléspectateurs pour une audience moyenne à 1,07M de téléspectateurs et 7,8% de PdA depuis cette date. L'émission *Tout le sport* est diffusée tous les soirs de la semaine et du week-end à partir de 20h05. Cette saison, l'émission réunit 1,6M de téléspectateurs en moyenne pour une PdA de 7%, en très léger retrait comparé à la saison précédente où elle attirait 1,7M de téléspectateurs pour 7,7% de PdA.

Quant aux magazines sportifs spécialisés dans les sports les plus populaires comme le football, le *Canal football Club* connaît un léger recul de ses audiences depuis la rentrée (1,2M tvsp / 5% PdA vs 1,5M tvsp / 6,1% PdA la saison précédente). Quant à sa concurrente sur TF1, *Téléfoot* réunit cette saison 1,2M téléspectateurs pour 14,7% PdA, en légère baisse aussi comparé à la saison précédente (1,3M tvsp / 15,9 % PdA).

Arrivée sur Canal+ en novembre 2015 juste avant le *CFC* le dimanche soir en clair, *Canal Rugby Club* connaît quant à lui une augmentation progressive de ses audiences passant de 449 000 téléspectateurs en moyenne (2,5% de PdA) la saison précédente, à 496 000 téléspectateurs aujourd'hui (3,1% de PdA).

Enfin, diffusé les dimanches de week-end de grand prix de Formule 1, *Formula One : le magazine de la Formule 1* diffusé sur Canal+, voit également ses audiences progresser depuis la saison dernière de 341 000 à 348 000 téléspectateurs en moyenne (2,1 à 2,8% de PdA).



[1] Le match amical des Bleus contre le Paraguay du 2 juin prochain sera diffusé sur TMC.