

Lundi 05 Février 2007

CANAL MOINS CRÉDIBLE

Par Jean-Marie DARMIAN

Canal + a placé beaucoup d'argent de ses abonnés dans la L1 de football. Sa récente fusion avec TPS filiale des groupes TF1 et M6 vient de donner à la chaîne payante française une justification à cet investissement colossal. Grâce à cette union, elle a en plus repoussé une ouverture du marché de quelques années. Le métier de la télévision payante est très particulier. Il consiste à investir des sommes considérables dans l'achat de droits premium, dont le football (600 millions d'€ par an sur trois ans), le cinéma de première exclusivité français et étranger et les programmes décalés qui tranchent par leur ton et leur impertinence avec les émissions de flux disponibles sur les chaînes gratuites. Résultat, le coût de grille d'une chaîne comme Canal + est pratiquement 1,5 fois supérieur à celui de TF1, alors que son audience plafonne à 3 %, contre 33 % pour TF1.

Mais l'important pour une chaîne de télévision payante n'est pas de rassembler une large audience, c'est de *"s'assurer une large base d'abonnés prêts à payer pour des contenus qu'ils ne trouvent nulle part ailleurs"*. L'équation économique est alors simple : il faut amortir sur un nombre toujours plus grand d'abonnés les coûts fixes de la grille. C'est le but du rachat du 1,7 million d'abonnés de TPS. Avec 8 millions d'abonnés actuellement, le coût d'une saison de football est de 75 € par abonné et par an pour Canal+. Avec plus de 10 millions d'abonnés, ce même coût descendrait à 60 €. En janvier on a donc fait du gringue aux accros éventuels des soirées "ballon rond" en faisant des tarifs très alléchants. L'essentiel du dispositif réside dans la volonté de faire entrer les téléspectateurs dans le dispositif de telle manière qu'ils goûtent à une autre télé que celle qui les ennuie profondément par son manque total d'initiative.

En s'assurant un quasi monopole (même à perte) le calcul est tout simple : rafler sur le marché tous les abonnés potentiels pour empêcher tout prétendant sérieux de tenter une nouvelle percée. L'unique câblo-opérateur français, NCNuméricable-Noos, dispose bien de 4 millions d'abonnés mais il n'a jamais été éditeur de chaînes et, d'ailleurs, avant de penser à le devenir, il doit consacrer de lourds investissements pour moderniser son réseau. Du côté des fournisseurs d'accès ADSL, la base d'abonnés à des bouquets de TV ADSL de chacun d'entre eux est trop faible pour amortir les coûts de l'exclusivité du football et du cinéma. Par exemple, pour Orange, qui dispose de... 310.000 abonnés à son service de télévision par ADSL, le coût du football serait de 2.000 € par abonné et par an. Impensable. Et même si on y ajoute les 2 millions d'abonnés à la téléphonie mobile 3 G, cela ne passe toujours pas. Dans ce contexte là il faut bien en convenir, Canal + a mis la main sur ce qui reste de spectaculaire dans le football national.

Et, hier soir, la chaîne diffusait le fameux Marseille-Paris Saint Germain. Un must de "seconde division" comparé à un certain Barça-Réal, c'est à dire un affrontement entre le club provincial mythique et celui de la capitale à la dérive ! Il y a dans le monde du ballon rond une part de symbolique sociale reflétant la réalité d'une période. Aucun match ne ressemble à un autre même si les clubs demeurent puisqu'un stade constitue le condensé d'une région en temps T. Un public donne la température réelle.

UN EXTRAORDINAIRE CONDENSÉ D'UNE AGGLOMÉRATION

Marseille a investi le football pour se donner une identité. Ville carrefour où se sont rencontrées, à toutes les époques, des civilisations différentes, elle fusionne dans un amour irraisonné pour une activité qui lui permet de justifier son statut de ville réfractaire à tout pouvoir central. Au stade qui n'est plus du tout vélodrome, on tente de se donner un rôle de Zorro irrespectueux de l'ordre supposé établi. Vivre une rencontre dans les travées marseillaises n'a pas son pareil dans

l'hexagone. Un extraordinaire condensé d'une agglomération garnit les tribunes pour non pas obtenir une victoire mais surtout pour voir mettre à genoux un adversaire.

Paradoxalement à Marseille on n'aime pas...perdre et pas nécessairement gagner. Il y règne un parfum de fierté collective malsaine qui fait que chaque spectateur fait une affaire personnelle de la mise mal de l'adversaire. L'ambiance délirante conforte, dans une immense cohésion sur cet objectif, un positionnement différent de bien d'autres enceintes sportifs. D'ailleurs, hier soir, une immense banderole illustre parfaitement cette spécificité : " pas de pitié, écrasez les ! " comme un slogan de jeux du cirque. Si la notoriété de l'O.M. dépasse les frontières marseillaises il faut en chercher les explications dans cette fierté basée sur la seule capacité à damer le pion à ceux qui viennent pour donner la leçon.

La chance des Parisiens hier soir reposait dans leur situation actuelle. Il n'y avait pas d'idoles à déboulonner comme l'autre soir face à Lyon. En entrant sur la pointe des crampons et en se présentant comme des victimes faussement résignées, les troupes de Paul Le Guen espéraient diminuer la pression potentielle et justement de priver le public phocéén d'une motivation décuplée par l'esprit de vengeance. D'ailleurs lentement le stade décrit comme en fusion s'apaisa et baissa d'un ton. Paris mettait tactiquement le couvercle sur le bouillonnement potentiel ou jetait de l'eau froide sur ce qui aurait pu être de la lave. En faisant profil bas les joueurs de la capitale transformaient ce qui devait être un affrontement musclé en rencontre bon chic bon genre, ce que le public olympien ne supporte pas longtemps. Il dut même patienter un bon quart d'heure pour se réveiller pour un spasme d'espoir consécutif à une prompte escapade de la mobylette Ribéry.

BONIMENTEURS DE FOIRES DE PROVINCE

L'armada de commentateurs VRP de Canal + s'efforça de trouver un intérêt à une rencontre qui devait entrer dans la catégorie des tragédies alors qu'elle ressemblait à une comédie à la guimauve. Leur rôle ressemble depuis quelque temps à celui de ces bonimenteurs des foires de province devant vanter les mérites d'un produit pour faire briller les cuivres des cheminées de fermes. Ce rôle, bien rémunéré si l'on en croit les informations du milieu du ballon rond, tient de la prouesse comparable à celle d'un critique d'art devant apprécier une peinture de Rika Zarai. Ils le savent tous en signant leur contrat : ils devront transformer en bijou télévisuel du plaqué or de venta espagnole.

Le sport spectacle exige que l'on modère ses propos et que l'on valorise au maximum les miettes d'un festin annoncé mais vite oublié. Et ce d'autant que le producteur vous assure une rente de notoriété. Il va ainsi dans de multiples domaines : la formule 1 qui paie les voyages aux envoyés spéciaux des journaux qui n'ont pas les moyens, l'athlétisme et ses meetings pour villes riches qui invite les journalistes, les stations de ski ne se gênent pas pour organiser des compétitions bidons avec séjours gratuits pour les médias intéressés, les fédérations qui organisent des voyages de presse pour arracher une part de traitement médiatique.

Cette propension à transformer une compétition en moyen de promotion à tout prix tend à transformer si l'on y met les moyens, un événement ordinaire en événement extraordinaire. C'est ainsi qu'à la mi-temps dans un stade muet, après un triste zéro à zéro, l'art de la cerise sur la masse pain se pratiquait avec un talent digne des débats politiques même si Christophe Dugarry fut le plus honnête dans ses commentaires.

LETTRES DE NOBLESSE ET APPELLATION ORDINAIRE

L'avantage pour Canal + réside dans ses moyens techniques. La multiplicité des ralents donne l'impression que les faits exceptionnels ont été très nombreux. Disséqués sous des angles différents, présentés à chaud et représentés en intermèdes ils donnent ses lettres de noblesse à un produit d'appellation ordinaire incontrôlée. Un poteau devient criminel, un pied en avant se

révèle coupable, un hors-jeu inexistant relève de l'erreur judiciaire, un coup franc paraît tordu : le match se résume à des faits divers qui se succèdent pour un public affamé.

Les bonnes intentions ne suffisent pas au bonheur du peuple de la principauté du stade vélodrome. Il n'adore que les pétards donnant le départ des fêtes. Djibril Cissé venu du diable vauvert se chargea donc de faire parler la poudre pour donner une poignée de minutes de fierté aux Marseillais. Juste le temps de s'y croire et de faire surgir une bordée de superlatifs qui étaient en réserve. Elle ressurgit quand Pedro Miguel Pauletta tel un larron en maraude vola la gloire de son homologue marseillais. Le club de Canal (comme l'on dit chez les branchés) allait mieux car il y avait eu au moins deux moments forts. Marseille ruminera cette semaine sa désillusion. La bastille a tenu sans grande difficulté.

Cette résistance permettra de revenir sans cesse sur un spectacle qui ne vaut pas nécessairement le prix que l'on y met. Il faudra chaque fois regarder, avec les yeux de Chimène, ces rencontres dont le niveau est très éloigné de ceux de l'Espagne, de l'Angleterre ou de l'Italie. Hier soir, la montagne a accouché de deux souris. Elles ont été passées sous la loupe Canal et sont devenues des monstres sacrés dont raffolent les supporters qui s'étaient déjà bien évidemment distingués à leur manière en attaquant le bus des joueurs du PSG. L'incident aurait pu être grave puisque le véhicule a été caillassé à son arrivée. Une vitre située sur l'un des côtés de l'autocar a explosé sous l'impact. Mais cet incident a été soigneusement passé sous silence pour éviter de ternir l'affiche du jour... Dommage pour la vérité!

Mais dans le fond payer aussi cher des confrontations entre des équipes de nains dorés relève de l'œuvre de bienfaisance. Vivement Barça-Real pour voir du football.

Mais je déblogue...

publié par **Jean-Marie DARMIAN** dans: POLITIQUE ET SOCIETE