

02

LA LIGUE 1 SUR TOUS LES CONTINENTS

2.1 LES DROITS AUDIOVISUELS	24
2.2 LE TROPHÉE DES CHAMPIONS EN TUNISIE	26
2.3 LE TRANSFERT DE COMPÉTENCES	28







2.1 LES DROITS AUDIOVISUELS

En 2008-2009, la LFP avait remis l'ensemble des droits audiovisuels de ses compétitions sur le marché international, suite à la signature d'un contrat avec l'agence de commercialisation Canal+ Events. Un franc succès a été rencontré, puisque le montant généré a atteint 17,5 M€, soit un quasi doublement du montant perçu en 2007-2008. La Ligue 1 est désormais diffusée dans plus de 150 pays. Accessibles à plus de 200 millions de foyers TV, les programmes liés à la Ligue 1 sont traduits dans plus de 50 langues dans le monde.

Il convenait en 2009-2010 de confirmer ces

résultats, en complétant la couverture de la Ligue 1 dans le monde. En particulier, le continent asiatique avait pâti d'une couverture relativement faible en 2008-2009, Canal+ Events ayant concentré ses efforts en priorité sur l'Europe, l'Afrique et le Monde arabe.

Afin d'augmenter la présence du football français sur un continent où le football s'est définitivement installé comme le sport majeur, Canal+ Events avait souhaité utiliser les services de deux agences de représentation locale : MP&Silva représenterait la Ligue 1 pour la Chine, le Japon, Hong Kong, Macao, Singapour et Taïwan, alors

que Total Sports Asia serait en charge du Cambodge, l'Indonésie, le Laos, la Malaisie, les Philippines, la Thaïlande et le Vietnam.

Cette représentation locale a rapidement porté ses fruits, dix contrats audiovisuels ayant été signés dans les 6 mois qui ont suivi ces accords. En Chine, CCTV Football Channel a acquis les droits de la Ligue 1 pour une saison, alors qu'en Corée les matches sont désormais disponibles sur SBS - qui compte 2 millions d'abonnés en Corée du Sud. En Indonésie, c'est la chaîne nationale TVRI qui a acquis la Ligue 1 : disponible auprès de 40 millions de foyers, elle offrira une forte exposition et des perspectives de développement intéressantes pour les prochaines années.

Au Japon, des accords ont été trouvés avec les chaînes hertziennes TV Asahi et NTV pour la diffusion de résumés hebdomadaires de la Ligue 1. En Malaisie, Astro Supersports disponible auprès de 2 millions de foyers, diffuse désormais la Ligue 1 dont elle fait la promotion croisée avec les trois autres grandes ligues européennes qu'elle diffuse (Angleterre, Italie, Allemagne). A Taïwan, Sportcast compte 200.000 abonnés. En Thaïlande, Football Plus, la chaîne nouvellement créée du groupe Live TV, a pu lancer son offre avec un Championnat européen phare. Enfin, au Vietnam, les droits ont été partagés entre la nouvelle filiale du groupe Media Overseas K+ et VCTV (Vietnam Cable Television).

En dehors du continent asiatique, la Ligue 1 continue de s'installer dans les foyers du monde entier. En Europe, un accord a pu être trouvé avec Sportitalia, chaîne diffusée en TNT gratuite auprès de 16 millions de foyers, après une saison sans exposition sur ce territoire. Des accords complémentaires ont été conclus en Suisse

germanophone avec Teleclub, et en Islande avec 365 Media.

En termes qualitatifs, on observe la montée en puissance des diffuseurs qui reprennent les matches de Ligue 1 en Haute Définition : 150 matches ont été repris dans ce format à l'international en 2009-2010. Cinq diffuseurs reprennent régulièrement les matches en HD : Gol TV (Espagne), NTV+ (Russie), Viasat (Suède et Etats Baltiques), Sport TV (Portugal), et Telenet (Belgique). Le passage au « tout HD » est envisagé sur le continent américain dès la saison 2010-2011, ce qui préfigure une distribution mondiale en HD pour la saison 2012-2013.

Afin de toujours mieux servir ses diffuseurs pour faire grandir la compétition auprès des fans du monde entier, la LFP propose désormais de nouveaux services complémentaires aux diffuseurs internationaux. Elle a mis en place un extranet avec mise à disposition de photos libres de droits et d'un compte-rendu de la journée écoulée de Ligue 1 chaque lundi, en anglais. Ainsi, les diffuseurs peuvent alimenter leurs pages web avec du contenu frais et régulièrement renouvelé.

En dehors des matches et magazines, le contenu proposé aux diffuseurs a été enrichi, notamment avec la mise en place de « teasers » où les stars de la Ligue 1 invitent les téléspectateurs à suivre la Ligue 1 dans leur pays, en français et dans la langue de chacune des stars : par exemple, TV5Monde en a fait un programme court intitulé « Portraits de Ligue 1 », diffusé sur son antenne au cours de la deuxième partie de saison.

Par ailleurs, des programmes courts sont régulièrement mis à disposition des diffuseurs (comme le top-buts) afin de permettre aux téléspectateurs de revoir les plus beaux gestes de la compétition.



2.2 LE TROPHÉE DES CHAMPIONS EN TUNISIE

57.000 spectateurs enthousiastes au Stade de Radès, 30% de parts de marché sur Nessma TV (la chaîne tunisienne), diffusion record dans 52 pays : la 15e édition du Trophée des Champions a été un succès total, démontrant la montée en puissance de l'événement à l'international.

Après Montréal en 2009, le Trophée des Champions s'est déroulé pour la deuxième année consécutive à l'étranger. Cette délocalisation a pour objectif de faire la promotion du football français de club à l'international, et s'inscrit dans la stratégie de développement international de la LFP. Dans une période où les Supercoups (Espagne, Italie, Allemagne, Angleterre) et tournois amicaux

(Wembley et Emirates Cup, Trophée Berlusconi) occupent le temps d'antenne des chaînes de sport, le Trophée des Champions trouve peu à peu sa place auprès des diffuseurs de la Ligue 1, mais il est aussi l'occasion pour la LFP de contracter avec des grandes chaînes généralistes, en particulier dans les pays où la compétition est organisée, comme ce fut le cas avec radio Canada en 2009.

Le Conseil d'Administration de la LFP avait décidé d'exporter la rencontre en Europe ou au Maghreb afin d'éviter un décalage horaire trop important aux clubs dans une période de pré-saison raccourcie en raison de la Coupe du Monde en Afrique du Sud. Ce succès n'a pu être obtenu sans un fort soutien de la partie tunisienne, et en particulier du Président de la Commission Marketing de la

Fédération Tunisienne de Football, M. Khelil Chaïbi. En effet, à l'occasion de la tournée de l'Olympique Lyonnais en Tunisie en janvier 2010, ce dernier s'était montré immédiatement convaincu que la Tunisie devait accueillir le Trophée des Champions, et était intervenu au plus haut niveau de l'Etat Tunisien pour que l'organisation de l'événement réponde pleinement aux attentes de la LFP et des Clubs. En l'espace de deux mois, M. Chaïbi avait ainsi obtenu le plein accord des autorités sportives et politiques tunisiennes. C'est ainsi qu'au début du mois d'avril 2010, M. Ali Hafsi, Président de la Fédération Tunisienne de Football signait le contrat avec Frédéric Thiriez, scellant le lieu du Trophée des Champions 2010 : le président de la Fédération Tunisienne de Football mettra tout en œuvre pour que cet événement soit un succès.

Dans un pays qui vibre football, le Trophée des Champions s'est déroulé dans une grande ambiance. Les 57.000 spectateurs ont notamment fêté l'enfant du pays Hatem Ben Arfa lorsqu'il a fait son entrée sur le terrain. Un nouveau record d'affluence pour le Trophée des Champions, un an après le précédent record à Montréal (34.000 spectateurs), démontrant une fois de plus l'engouement suscité par la délocalisation de l'événement. Autre preuve de l'attractivité de l'événement à l'international, ce Trophée des Champions a été diffusé par 29 télévisions dans 52 pays, contre 9 seulement en 2009, et par TV5 Monde dans le monde entier en langue française. Retransmis en France par M6 (qui a également acquis les droits pour 2011 et 2012), dans les trois pays du Maghreb par Nessma TV qui a largement contribué à la promotion de l'événement (100 spots promotionnels diffusés, affiches 4X3 dans Tunis), le match a été diffusé sur quatre continents. Le Trophée des Champions poursuit sa progression, et continuera à s'exporter lors des prochaines saisons.

Couverture du Trophée des Champions 2010 dans le monde

● EUROPE

Angleterre	Liverpool TV
Espagne	Gol TV
France	M6
Italie	Sportitalia
Russie	NTV+
Turquie	KanalTürk
Grèce	Nova Sports
Albanie	Supersports
Ukraine	TRK

● MONDE ARABE

Algérie, Tunisie, Maroc	Nessma TV
Egypte	Nile Sat
Émirats	Dubaï Sports Channel
Koweït	Kuwait Sport

● AFRIQUE SUB-SAHARIENNE

Afrique du Sud	Supersport
Cameroun	Canal 2
Congo démocratique	RTNC 1
Ethiopie	E-TV
Ghana	Multi TV
Maurice	MBC
Sénégal	RTS
Tanzanie	ITV
Zimbabwe	ZBC

● CONTINENT AMÉRICAIN

Etats-Unis	ESPN3
Amérique Latine	ESPN Latin America
Bésil	Sport TV

● ASIE

Hong-Kong	PCCW
Malaisie	Astro Supersports
Singapour	Star Hub
Thaïlande	Live TV



2.3 LE TRANSFERT DE COMPÉTENCES

Au mois d'avril 2009, la LFP s'était associée à Canal France International et Canal+ Africa pour préparer des journalistes sportifs africains à la couverture de la Coupe du Monde 2010. Ces actions se sont poursuivies en 2009/2010, toujours dans l'objectif de la Coupe du Monde. Le choc opposant le Paris Saint-Germain à l'Olympique de Marseille a été offert à 25 télévisions d'Afrique sub-saharienne et commenté par les bénéficiaires de ces formations.



En avril 2009, quatorze journalistes africains se sont rendus à Paris pour suivre un stage de perfectionnement aux commentaires de direct. Organisée en partenariat avec Canal France International (CFI) et Canal+ Africa, cette formation avait pour objectif de préparer les commentateurs des télévisions africaines à couvrir la Coupe du Monde 2010, en s'appuyant sur l'organisation et la qualité de production audiovisuelle de la Ligue 1.

Ce type de stage a été renouvelé au mois d'octobre 2009 avec des journalistes anglophones et lusophones d'Afrique sub-saharienne, et au mois de mai avec des journalistes algériens de l'ENTV (télévision nationale algérienne). Les stagiaires

ont pu bénéficier des conseils avisés de spécialistes comme Philippe Doucet sur la préparation d'un commentaire de match, de François-Charles Bideaux sur la réalisation des matches (savoir décrypter les images d'avant-match, d'après-match et la manière de commenter un ralenti), ou encore de Gérard Houllier venu leur expliquer le rôle du consultant en télévision.

Ces journalistes se sont ensuite rendus dans des clubs de Ligue 1 pour suivre une journée de Championnat : participant aux conférences de presse d'avant-match à Marseille, Bordeaux, Rennes et Saint-Etienne, chacun a ensuite réalisé le portrait d'un joueur de Ligue 1 qu'il a pu faire diffuser sur sa télévision.

Enfin, un stage final a été organisé au mois de février 2010, à l'occasion duquel avaient été sélectionnés les commentateurs de la Coupe du Monde 2010 pour les télévisions d'Afrique. Pour ce dernier perfectionnement, une mise en situation grandeur nature a été organisée au Parc des Princes, puisque ces journalistes ont pu commenter le Classico PSG / OM en direct depuis le stade, en trois langues (français, anglais, portugais).

A l'occasion d'une conférence de presse à Dakar, ce match a été offert par Canal+ Africa et la LFP à 25 télévisions africaines qui avaient émis leur volonté de diffuser le match en direct.

Ces stages de transfert ont des conséquences directes pour la couverture de la Ligue 1, puisque deux accords ont été signés dans la foulée pour la saison 2010/11 au Cameroun et en République Démocratique du Congo, qui avaient participé aux différentes sessions de formation.