



MÉDIAS et PUBLICITÉ

Maxime Saada : « La Ligue 1 revient comme promis sur Canal+ »

Le président du directoire de la filiale de Vivendi a signé un accord avec beIN Sports.

PROPOS RECUEILLIS PAR
CAROLINE SALLÉ @carolinesalle
ET E. R.

TÉLÉVISION Après avoir remporté les matchs premiums de la Champions League pour les saisons 2021-2024, Maxime Saada, président du directoire de Canal+, annonce avoir racheté une partie de la Ligue 1.

LE FIGARO. - Avec les droits de la Ligue des champions, Canal+ revient dans la course ?
Maxime SAADA. - C'est une grande joie. La Ligue des champions sera de retour sur Canal+ dès août 2021 puisque nous venons de remporter les deux lots premium du récent appel d'offres. Une situation inédite puisque, pour la première fois depuis la création de la compétition en 1992, nous diffuserons les deux plus belles affiches de chaque journée. Je suis frappé par la multitude de réac-

tions positives qui saluent le retour de la Champions League sur nos antennes. C'est une vraie reconnaissance de la plus-value éditoriale de notre rédaction des sports.

À quand votre retour en Ligue 1 ?

Je m'y étais engagé au lendemain de l'appel d'offres, et l'engagement est tenu : Canal+ continuera à diffuser la Ligue 1 jusqu'en 2024 ! Je viens de signer un accord avec Youssef al-Obaidly, CEO de beIN Sports, soumis à l'avis de leurs instances représentatives du personnel, qui nous permettra de diffuser en exclusivité 76 matchs par saison dont 28 des 38 meilleures affiches. Canal+ les rachète à prix coûtant, soit 330 millions d'euros. C'est très inférieur à ce que nous payons aujourd'hui pour la Ligue 1. Concrètement, trois

semaines sur quatre, nous proposerons le meilleur match de Ligue 1, et ce dès août 2020. Cet accord s'accompagne d'un mandat de distribution exclusif confié à Canal+ par beIN Sports pour cinq ans et renouvelable une fois. Nous sommes très honorés de la confiance que nous accorde beIN Sports pour commer-

cialiser ses chaînes en France sur tous les modes de diffusion et auprès de tous les opérateurs télécoms et internet.

Quel intérêt avez-vous à devenir le distributeur exclusif de beIN Sports ?

Canal+ est aujourd'hui le premier distributeur de beIN en France, ainsi que d'Eurosport, avec lequel nous



venons de reconduire un accord pour cinq ans, ou d'OCS. Nous sommes persuadés que notre expertise dans la distribution sera créatrice de valeur pour les deux groupes. Pour nos abonnés, c'est la garantie de leur faire vivre les plus grandes rencontres européennes de football présentes chez beIN : Real Madrid, Barça, Juventus, etc. Mais également les prochaines Coupes du monde de football, la NBA ou encore le handball. beIN a incontestablement réussi à s'imposer en France.

Cet accord est-il la préfiguration d'une consolidation ?

Absolument pas. Pendant plus d'un an, nous avons discuté de tous les

scénarios possibles avec beIN. Et nous avons conclu ensemble que cet accord commercial était la meilleure façon d'avancer pour nos deux groupes.

Avez-vous aussi discuté avec Mediapro, qui détient la majorité des droits de la Ligue 1 ?

Effectivement, nous avons entamé des négociations à peu près similaires avec nos amis hispano-chinois. Mais elles ont achoppé sur des questions financières.

Craigniez-vous Mediapro ?

Mediapro est un acteur sérieux et manifestement déterminé. Mais je m'interroge sur la capacité à vendre

une chaîne coutant 25 euros et ne détenant qu'une partie des droits de la Ligue 1. Canal+ est aujourd'hui accessible dès 19,99 euros et inclut les trois meilleures rencontres de la Ligue 1, la Premier League, le Top 14, la Fl, du cinéma, la création originale, etc.

Craignez-vous que Mediapro conteste le résultat de l'appel d'offres de la Champions League ?

Nous sommes totalement sereins. Nous avons respecté à la lettre les règles de l'appel d'offres fixées par l'UEFA. Nous avons apporté une garantie bancaire en soutien de no-

tre engagement financier, critère déterminant pour l'UEFA. Ce sujet a

semblé-t-il déjà pesé sur d'autres marchés pour Mediapro.

Au total, combien allez-vous investir dans les droits sportifs ?

Le plan d'économies engagé il y a trois ans et qui se poursuivra nous a permis de dégager de nouvelles marges de manœuvre pour investir dans les contenus. Le partenariat avec beIN s'inscrit dans une dynamique d'investissement qui s'est illustrée par l'acquisition de la Premier League, celle de l'acteur de télévision payante M7, d'un accord avec Netflix et du retour de la Champions League sur Canal+. L'engagement de notre actionnaire Vivendi est total. Les preuves sont là.

Cela va-t-il permettre d'améliorer la situation de Canal+ ?

Le groupe Canal+ est en cours de transformation. Plus international, plus digital et plus compétitif avec un coût d'accès à nos offres divisé par deux à moins de 20 euros. Malgré tout, la croissance du portefeuille d'abonnés de Canal+ en France reste un sujet. La Ligue 1 et la Ligue des champions devraient contribuer positivement au virage stratégique que nous avons entrepris.

La loi audiovisuelle vous aidera-t-elle à redresser la situation ?

Dans le projet de loi, à l'exception des mesures envisagées contre le piratage, il n'y a rien qui nous aiderait à conforter notre modèle. En dépit d'un dialogue constant avec le ministre de la Culture, nous ne nous sentons globalement pas soutenus à la mesure de notre implication auprès de la création et de notre ambition d'exportation des cultures française et européennes à l'international.

Vous pourriez aller jusqu'au retrait de la TNT payante ?

La question commence à se poser. Nous avons d'ailleurs lancé une étude à ce sujet. Au moment où

la fréquence doit être renouvelée fin 2020, il restera moins de 400 000 abonnés TNT payante. Nous pourrions leur proposer d'autres moyens de réception à échéance plus ou moins brève. ■



**Maxime Saada, président
du directoire de Canal+ :**
*« L'accord signé
avec Youssef
al-Obaidly, CEO
de beIN Sports, nous
permettra de diffuser
en exclusivité 76 matchs
par saison. »*

PHILIPPE MAZZONI/CANAL+