

L'économie des chaînes en 2010

Comme chaque année, le CSA a dressé le bilan financier de l'ensemble des chaînes autorisées et conventionnées, en accordant une attention particulière aux nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT (premier chapitre) ainsi qu'aux chaînes payantes, hors Canal+ (deuxième chapitre).

Le chiffre d'affaires total réalisé par l'ensemble des chaînes autorisées ou conventionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel¹ s'élève en 2010 à 8 840 M€, répartis de la façon suivante :

- 79 % est réalisé par les chaînes privées TF1, M6 et Canal+ ainsi que l'ensemble des chaînes du groupe France Télévisions (France 2, France 2, France 3, France 5 et France Ô) ;
- 16% % est réalisé par les chaînes payantes diffusées sur le câble, le satellite, l'ADSL et la TNT payante ;
- 5% est réalisé par les neuf nouvelles chaînes gratuites privées de la TNT, BFM TV, Direct 8, Direct Star, Gulli, I-Télé, NRJ 12, NT1, TMC et W9².

Chiffre d'affaires total et chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble des chaînes en 2010

<u>(en M€)</u>	Chiffre d'affaires (en M€)	Part du total (en %)	Chiffre d'affaires publicitaire (en M€)	Part du total (en %)
Total TF1, France Télévisions, M6 et Canal+ dont :	6 994	79 %	2 750	82 %
<i>TF1</i>	1 485	17%	1 474	44%
<i>France Télévisions</i>	3 042	34%	454	14%
<i>M6</i>	680	8%	674	20%
<i>Canal+</i>	1 787	20%	148	4%
Total chaînes payantes (hors C+)	1 395	16 %	173	5 %
Total nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT³	451	5 %	424	13 %
Total	8 840	100 %	3 347	100 %

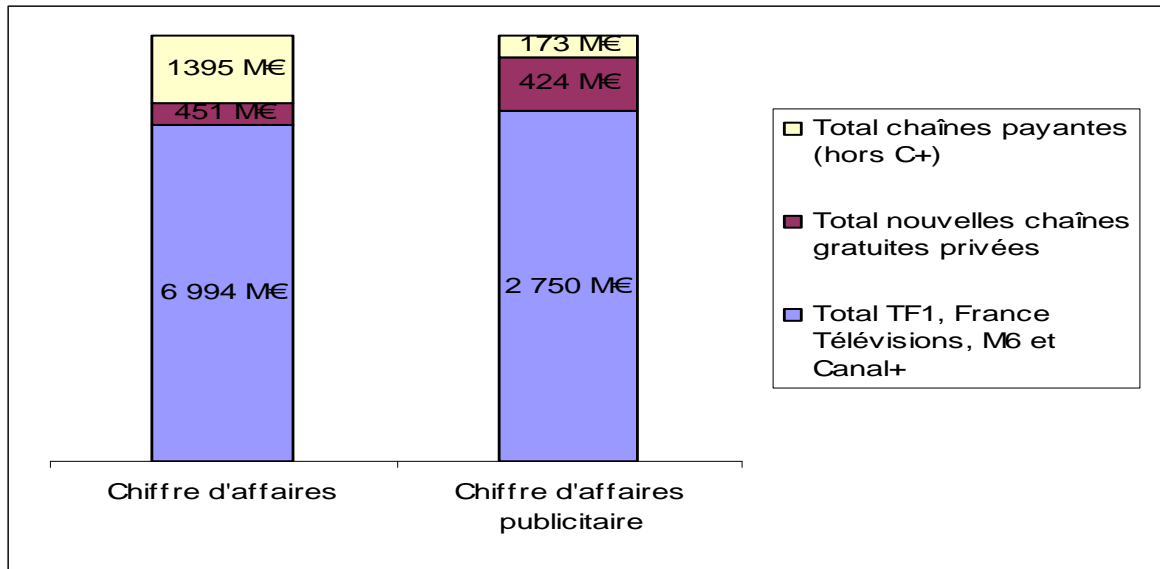
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs / Ce tableau contient des arrondis

¹ Ce chapitre « économie des chaînes numériques » est réalisé sur la base des données financières communiquées par les chaînes au Conseil supérieur de l'audiovisuel. Les chiffres d'affaires de la chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) ainsi qu'Arte ne sont pas pris en compte dans cette étude. En effet, le CSA ne dispose d'aucun élément financier les concernant, ces services ne s'inscrivant pas dans son champ de compétences. Par ailleurs, les chaînes locales sont hors du champ d'étude du Guide des chaînes numériques.

² France 4 n'est plus comptabilisé avec les « nouvelles chaînes de la TNT », le CSA ne disposant plus d'éléments financiers propres à chacun de services de France Télévisions depuis la constitution de ce groupe en société unique.

³ Les neuf nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT sont : BFM TV, Direct 8, Direct Star, Gulli, I-Télé, NRJ 12, NT1, TMC et W9.

Répartition du chiffre d'affaires et du chiffre d'affaires publicitaire selon le type de chaînes en 2010 (en M€)

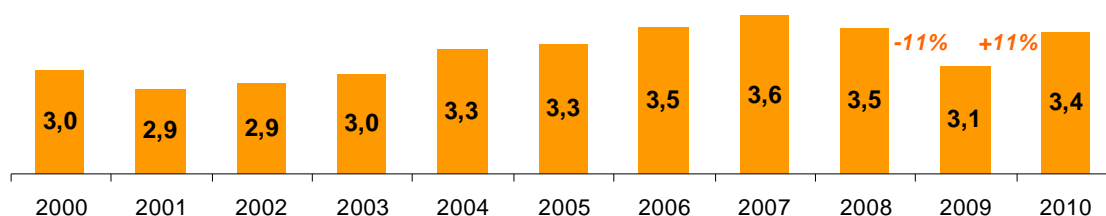


Source : CSA

CHAPITRE 1 – RESULTAT FINANCIER DES NOUVELLES CHAÎNES GRATUITES PRIVEES DE LA TNT

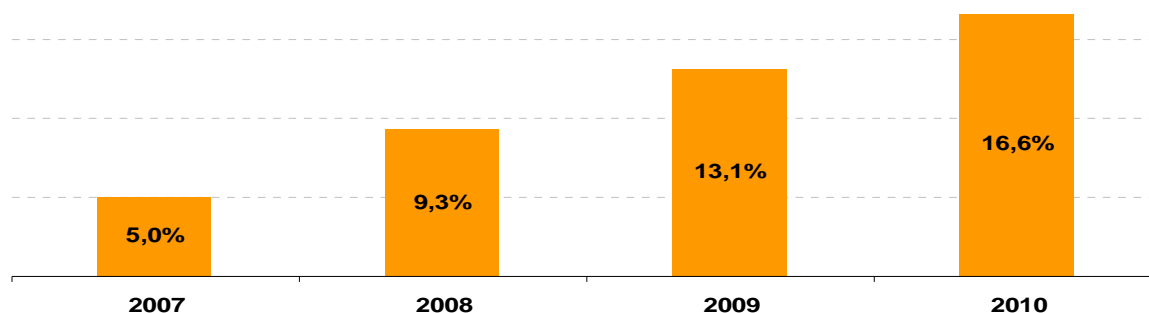
Données de cadrage

Recettes publicitaires nettes de la télévision entre 2000 et 2010



Source : IREP (milliards d'euros nets).

Evolution de la somme des part d'audience annuelles des nouvelles chaînes privées gratuites



Source : Médiamétrie / Médiamat / Individus de 4 ans et plus, équipés de téléviseurs

Un chiffre d'affaires des nouvelles chaînes gratuites toujours en forte croissance...

La croissance entre 2009 et 2010 du chiffre d'affaires des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT reste toujours fortement positive (+31%). Toutefois, ce taux de croissance est moins important que pendant la phase de lancement des nouvelles chaînes de la TNT : 2007 (+100%) ou 2008 (+89%).

Le chiffre d'affaires cumulé de l'ensemble des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT (recettes publicitaires et diversification) atteint 451 M€ en 2010, soit une augmentation de plus de 107 M€ par rapport à 2009.

Progression du chiffre d'affaires des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT (en M€)

	2008	2009	2010
Total chiffres d'affaires	248,4	343,8	451,1
(croissance par rapport à l'année précédente)	(89%)	(38%)	(+31%)

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs

Cependant, de fortes disparités existent entre les chaînes en matière de niveau de chiffre d'affaires.

Répartition du chiffre d'affaires 2010 des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT

CA supérieur à 20 M€ et inférieur à 40 M€	CA supérieur à 40 M€ et inférieur à 80 M€	CA supérieur à 80 M€
Direct Star BFM TV Gulli NT1	I-Télé Direct 8 NRJ 12	TMC W9

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs

Leur chiffre d'affaires publicitaire croît de 107 M€ soit une augmentation de +34% par rapport à 2009. Ces chaînes ont su tirer partie de la croissance de leur audience ainsi que de la reprise du marché publicitaire constatée en 2010. Cette croissance bénéficie à toutes les chaînes sans exception.

Evolution du chiffre d'affaires publicitaires des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT entre 2008 et 2010 (en M€)

Chiffre d'affaires publicité			Part Publicité /CA en 2010	Évolution 2010/2009
2008	2009	2010		
218,4	317,3	424,2	94 %	34 %

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs

... mais des résultats d'exploitation toujours négatifs.

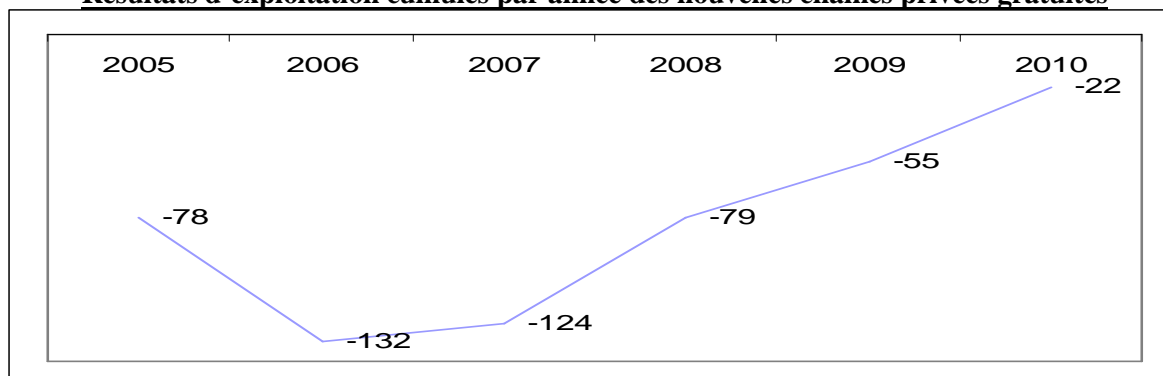
En 2010, le résultat d'exploitation des nouvelles chaînes gratuites privées demeure négatif (-22,3 M€) mais le niveau de ce déficit est sans commune mesure avec celui constaté il y a encore trois ans (-123,6 M€ en 2007). En 2010, les pertes d'exploitation ont diminué de plus de moitié par rapport à l'exercice précédent.

Evolution de la situation financière des nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT (en M€)

Résultat d'exploitation				Résultat net			
2008	2009	2010	Évolution 2010/2009	2008	2009	2010	Évolution 2010/2009
-78,8	-54,7	-22,3	-59 %	-72,5	-37,8	-27,3	-28 %

Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs

Résultats d'exploitation cumulés par année des nouvelles chaînes privées gratuites



Source : CSA sur la base des déclarations des éditeurs

Examinée individuellement, la situation des nouvelles chaînes privées gratuites est contrastée : deux chaînes présentent un résultat d'exploitation et un résultat net positif en 2010 (W9 et TMC⁴) contre trois en 2009 (W9, TMC et NT1). Toutes les autres affichent encore des résultats d'exploitation négatifs. Cependant, toutes ces chaînes voient, en 2010, leur situation financière s'améliorer et deux d'entre elles, Gulli et NT1, sont proches de l'équilibre.

Le poids économique des nouvelles chaînes privées gratuites dans le secteur reste limité

La part de nouvelles chaînes gratuites privées dans le chiffre d'affaires total du secteur de l'édition de chaînes gratuites et payantes reste faible en 2010 et s'établit à 5%. A titre de comparaison, les chaînes payantes représentent 16% de ce total.

Le chiffre d'affaires publicitaire des nouvelles chaînes gratuites privées représente 13% des recettes publicitaires toutes chaînes confondues. Les chaînes hertziennes « historiques » réalisent 82% des recettes publicitaires collectées en 2010.

⁴ Ces deux chaînes⁴ ont été lancées sur le câble et le satellite en 1998 et existaient donc préalablement à leur diffusion sur la TNT. W9 s'appelait alors M6 Music.

CHAPITRE 2 – RESULTATS FINANCIERS DES CHAINES PAYANTES (HORS CANAL+)

Remarques méthodologiques

L'étude porte sur 96 chaînes payantes, éditées par 54 sociétés.

Seuls les services payants conventionnés ou autorisés à vocation nationale diffusés en France métropolitaine en langue française ont été retenus dans cette étude, et cela quel que soit leur support de diffusion (TNT, satellite, câble, ADSL, téléphone mobile).

Cependant, les services diffusés exclusivement sur internet n'ont pas été pris en compte, ni les services temporaires ou à caractère événementiel. De même, ni Canal+, ni TV5 n'ont été retenus dans le périmètre de cette étude, compte tenu de leur statut particulier.

Au titre de la présente étude, on entend par chaîne payante tout service qui n'est accessible que par le biais d'un abonnement que ce soit dans une offre globale, couplée ou non avec d'autres services (internet, téléphone), ou pour des services vendus à l'unité. Cette définition ne tient donc pas compte du financement des services.

Il est à noter :

- que trois services n'ont pas fournis leur bilan et n'ont donc pas pu être intégré dans cette étude (Demain, Africa 24 et Beur TV) ;
- que deux services sont sortis du périmètre de l'étude : Pinx TV et Amor TV ;
- deux nouveaux services ont été pris en compte : Ma chaîne Sport Extrême et Africa Box ;

Cette étude a été réalisée à partir des données financières des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2010 des 54 sociétés éditant les 96 chaînes étudiées.

En effet, 12 sociétés éditent plusieurs services :

- Canal J (6 chaînes) : *Canal J, June, Tiji, MCM, MCM TOP et MCM POP* ;
- Disney Channel (3 chaînes) : *Disney Channel, Playhouse Disney et Disney XD (ex Jetix)* ;
- Eurosport France SA (2 chaînes) : *Eurosport France et Eurosport 2* ;
- Jimmy Comédie ! (2 chaînes) : *Jimmy et Comédie +* ;
- M6 Communication (3 chaînes) : *M6 Music Club, M6 Music Hit et M6 Music Black* ;
- Ma chaîne Sport (2 chaînes) : *Ma Chaîne Sport et Ma chaîne Sport Extrême* ;
- Multithématiques (11 chaînes) : *Ciné + Premier, Ciné + Emotion, Ciné + Frisson, Ciné + Classics, Ciné + Famiz, Ciné + Culte, Ciné + Star, Seasons, Piwi +, Télétoon + et TPS Foot* ;
- Planète Câble (4 chaînes) : *Planète +, Planète + No Limit, Planète + Thalassa et Planète+ Justice* ;
- Orange Cinéma Séries (5 chaînes) : *Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Géants et Orange Cinéma Novo* ;
- Orange Sports SA (2 chaînes) : *Orange Sport et Orange Sport Info* ;
- Trace TV (2 chaînes) : *Trace TV et Trace Tropical* ;
- AB Thématiques (12 chaînes) : *AB Moteurs, AB1, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Encyclopédie, Escales, Mangas, Toute l'Histoire et XXL*.

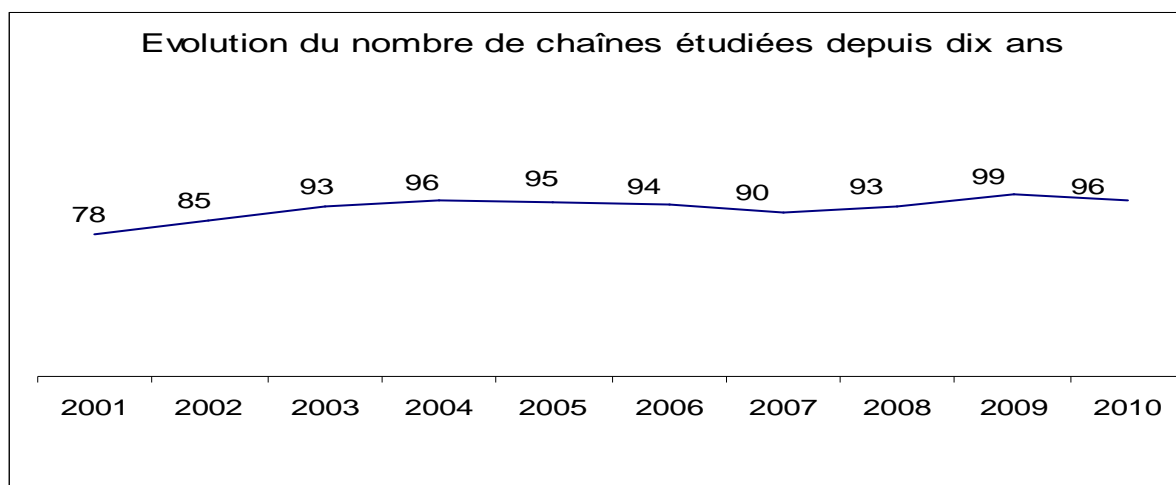
Cependant, conformément à leur engagement conventionnel, les sociétés éditant plusieurs services fournissent au Conseil des éléments de comptabilité analytique service par service, nécessaires à la réalisation de cette étude.

Données de cadrage

Périmètre des services payants (hors Canal+) retenus dans l'étude

Chaînes conventionnées				Chaînes autorisées
13 ^{EME} RUE	CUISINE TV	MA CHAINE SPORT	PLANETE+ NO LIMIT	EUROSPORT
3A TELESUD	DISNEY CHANNEL	MA CHAINE SPORT EXTREME	PLANETE + THALASSA	LCI
AB1	DISNEY XD	MANGAS	PLAYHOUSE DISNEY	PARIS PREMIERE
AB MOTEURS	ENCYCLOPEDIA	MCM	SEASONS	PLANETE
ACTION	EQUIDIA	MCM POP	SERIE CLUB	TF6
AFRICA BOX	ESCALES	MCM TOP	STYLIA	TPS STAR
ANIMAUX	EURONEWS	MEZZO	SPORT +	
ASTROCENTER TV	EUROSPORT 2	MOTORS TV	TELE MAISON	
BERBERE TELE.	JUNE	NOLIFE	TELE MELODY	
BEST OF SHOPPING	FRANCE 24 (EN FRANÇAIS)	NRJ HITS	TELETOON +	
CANAL J	GAME ONE	OL TV	TEVA	
CHASSE ET PECHE	GIRONDINS TV	OMTV	TIJI	
CINE +	HISTOIRE	ONZEO	TOUTE L'HISTOIRE	
C + CULTE	INFOSPORT +	ORANGE CINE CHOC	TPS FOOT	
C + CLASSICS	JIMMY	ORANGE CINE GEANTS	TRACE TV	
C + EMOTION	KIOSQUE SPORT	ORANGE CINE HAPPY	TRACE TROPICAL	
C + FAMIZ	KTO	ORANGE CINE MAX	TV BREIZH	
C + FRISSON	L'EQUIPE TV	ORANGE CINE NOVO	USHUAÏA TV	
C + PREMIER	LA CHAINE METEO	ORANGE SPORTS	VIVOLTA	
C + STAR	M6 BOUTIQUE LA CHAINE	ORANGE SPORTS INFO	VOYAGE	
CINE FX	M6 MUSIC BLACK	PINK TV	XXL	
CINE POLAR	M6 MUSIC CLUB	PIWI		
COMEDIE +	M6 MUSIC HITS	PLANETE + JUSTICE		
90 chaînes				6 chaînes
96 chaînes				

Source : CSA



Source : CSA

Nombre de foyers abonnés à une offre multichânes payante

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel estime que le nombre de foyers de France métropolitaine qui accèdent à une offre de télévision payante comprenant plusieurs chaînes atteint, à la fin de l'année 2010, 13,8 millions, soit 51 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur.

Leur répartition s'effectue de la manière suivante :

- 6,4 millions de foyers reçoivent la télévision par ADSL (avec une offre télévisuelle éventuellement limitée aux services inclus dans une offre multiservices de base) ;
- 4,1 millions de foyers sont abonnés à une offre de télévision par satellite ;
- 2,2 millions de foyers sont abonnés au câble (abonnements aux particuliers ou collectifs, en numérique ou en analogique) ;
- 1,1 million de foyers sont abonnés à l'offre payante de la TNT (y compris Canal+) dont 0,5 millions d'abonnés au mini pack.

Répartition par support des abonnés à une offre payante de télévision **au 31 décembre 2010**

	Nombre d'abonnés par support (en million)	Part du total (en %)
Câble	2,2	16%
Satellite	4,1	30%
ADSL	6,4	46%
TNT payante	1,1	8%
Total	13,8	100 %

Sources : Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique et estimations CSA à partir des déclarations des éditeurs

I - Analyse des résultats financiers des chaînes payantes

En 2010, le chiffre d'affaires total des chaînes payantes s'élève à 1 395 M€ Il représente 16% du chiffre d'affaires total du secteur de la télévision (8 840 M€).

Croissance du chiffre d'affaires total des chaînes payantes en 2010

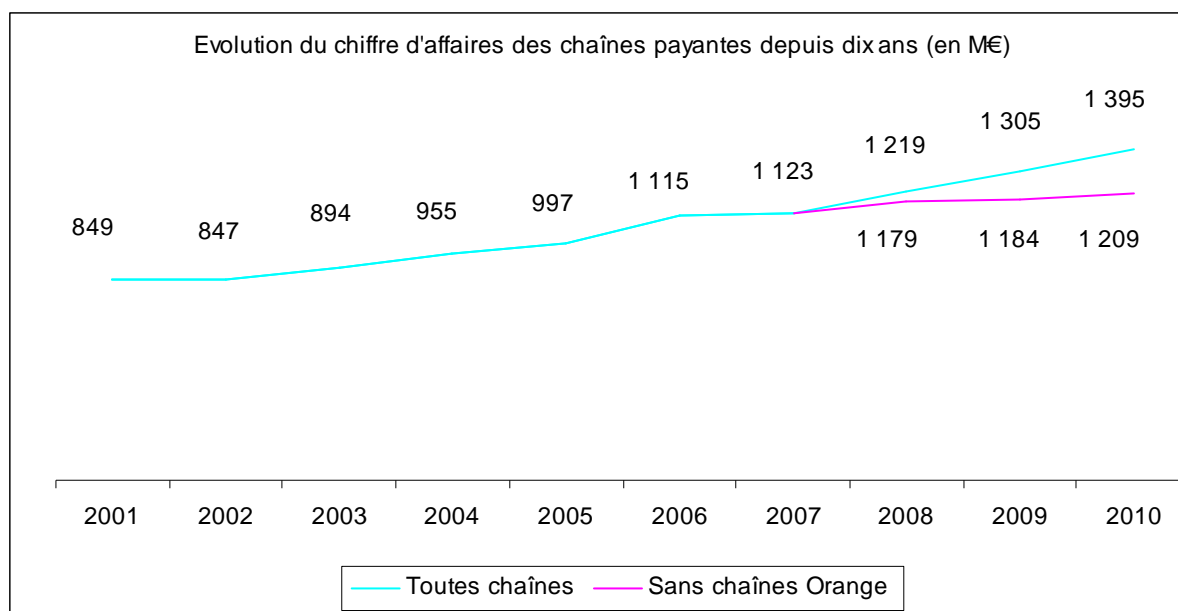
En hausse de 7% par rapport à 2009, cette progression du chiffre d'affaires total des chaînes payantes en 2010 est essentiellement liée à l'augmentation significative du chiffre d'affaires des chaînes éditées par Orange : *Orange Sport* (+ 41 M€) et *Orange Cinéma Séries* (+25 M€). Sans ces chaînes, la progression du secteur n'aurait été que de 2% en 2010.

La progression constatée entre 2009 et 2010 n'est donc pas répartie de façon équilibrée entre les 96 services étudiés : outre les chaînes éditées par Orange, 44 chaînes ont vu leur chiffre d'affaires progresser en 2010, mais souvent de façon modérée puisque pour 24 d'entre elles, la progression a été inférieure à 10%.

Evolution du chiffre d'affaires des chaînes payantes depuis dix ans

En l'espace de dix ans, le chiffre d'affaires des chaînes payantes a progressé de 64%⁵. Cette progression est continue sur la période étudiée à l'exception de l'année 2002 qui connaît une faible baisse (-2 M€) due à un fléchissement cette année à des recettes publicitaires (-2%).

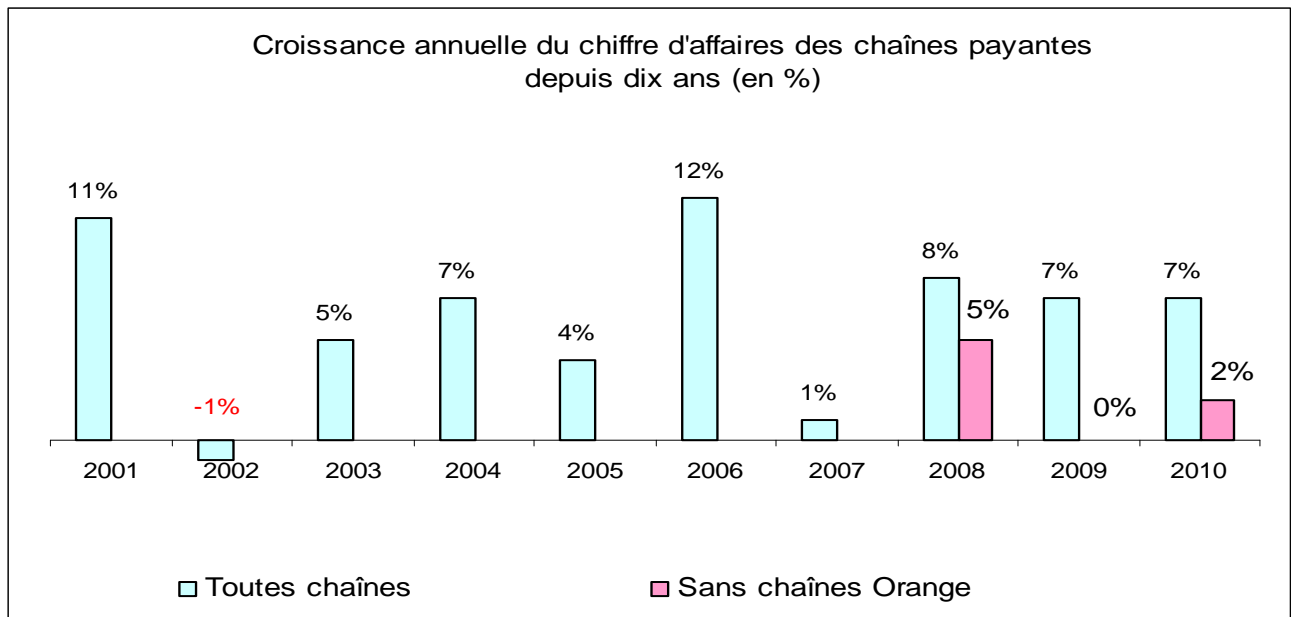
De 2001 à 2007, l'évolution du chiffre d'affaires est sporadique. A partir de 2008 elle devient plus régulière et à un niveau relativement soutenu. Cependant, cette croissance est essentiellement liée au lancement par Orange de nouvelles chaînes en 2008, deux chaînes sportives, *Orange Sport* et *Orange Sport Info* et cinq chaînes cinéma (bouquet *Orange Cinéma Séries*)⁶. Sans ces chaînes, la croissance du secteur depuis trois ans est faible comme l'indiquent les deux graphiques ci-dessous.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

⁵ Cette croissance est cependant à relativiser puisque le nombre de chaînes étudiées et prises en compte dans l'analyse a augmenté parallèlement de 23%. (cf. graphique « Evolution du nombre de chaînes étudiées depuis 10 ans »).

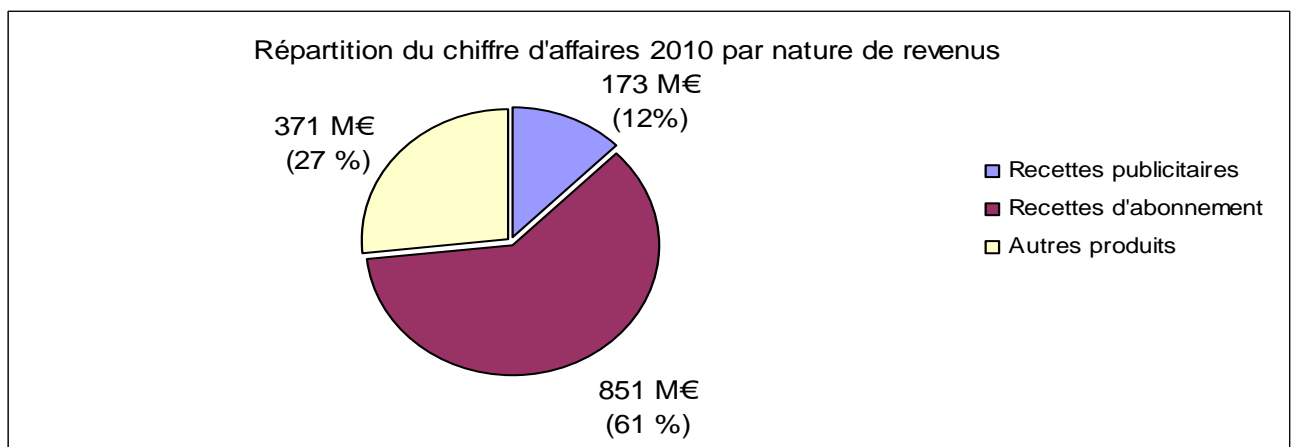
⁶ Lancées en fin d'année 2008 (novembre), les éléments financiers de ces chaînes cinéma sont pris en compte dans l'étude à partir de 2009.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Décomposition du chiffre d'affaires des chaînes payantes

Les recettes d'abonnement représentent la part la plus importante du chiffre d'affaires des chaînes payantes (61%) comme l'indique le graphique ci-dessous.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

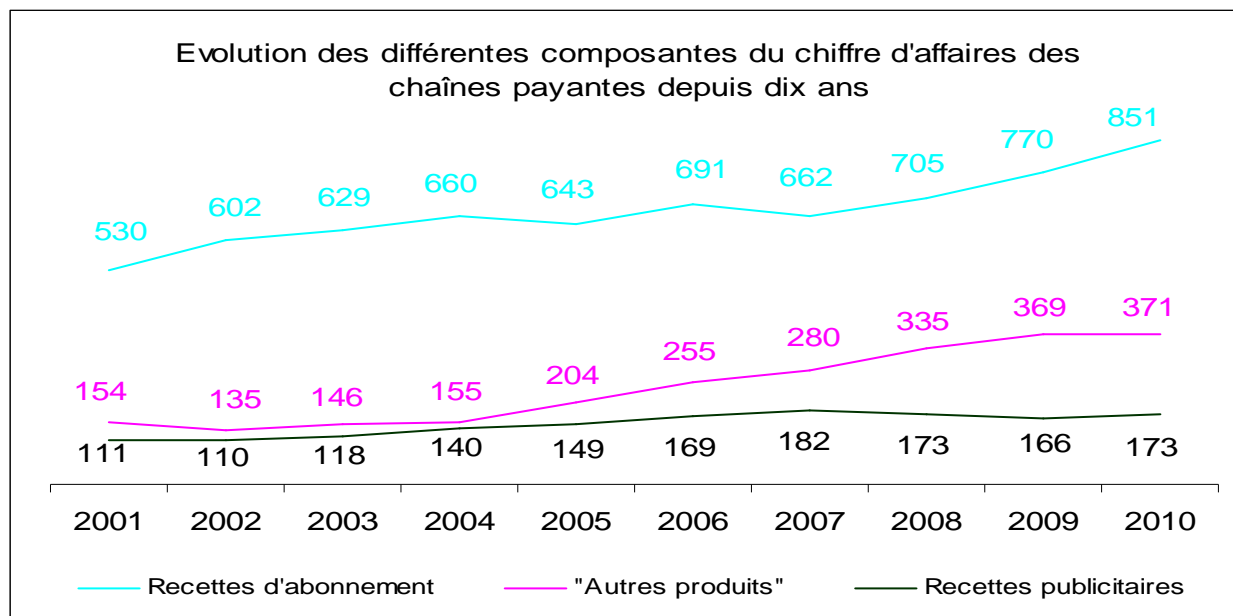
L'analyse de l'évolution des différentes composantes du chiffre d'affaires des chaînes payantes depuis 10 ans, montre que les recettes d'abonnements et de publicité ont augmenté dans des proportions comparables (respectivement 60 et 56%) alors que les « autres produits » ont plus que doublé sur la période :

- en l'espace de 10 ans, les recettes d'abonnement ont connu une croissance de plus de 60%. Cette croissance est assez régulière sur la période à l'exception de deux années pendant lesquelles ces recettes ont diminué, 2005 et 2007. Ces baisses s'expliquent notamment par le fait que certaines chaînes importantes sont sorties du périmètre de l'étude : en 2005, I-Télé, TMC et France 4 à la suite de leur autorisation en TNT gratuite ; en 2007, l'exploitation de certaines chaînes du bouquet TPS a été arrêtée (notamment quatre chaînes cinéma) à la suite de la fusion entre TPS et CanalSat ;

- de 2001 à 2010, les recettes publicitaires ont augmenté de 56%, passant de 111 M€ à 173 M€. Leur progression n'a pas été constante sur la période, puisque elles ont enregistré en

2008 et 2009 une baisse après trois années de croissance importante (+44% entre 2003 et 2006) ;

- les « autres produits » connaissent une croissance constante depuis 2002 (+140%). Cette croissance est due aux services de paiement à la séance et de téléachat dont les ventes de programmes ou de produits constituent l'essentiel des « autres produits ».



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Croissance significative en 2010 des recettes d'abonnement mais circonscrite à quelques services

L'augmentation du chiffre d'affaires constatée en 2010 est principalement liée à un accroissement de 10,4% des recettes d'abonnement versées par les distributeurs aux chaînes payantes (soit 80 M€). Si l'on exclut du périmètre les chaînes d'Orange, dont l'augmentation du niveau de redevances est très significatif en 2010 (+66 M€), la croissance des recettes d'abonnement n'est plus que de 2%.

A l'exception de ces chaînes, l'année 2010 n'a pas connu d'évolution significative dans le niveau de rémunération versé par les distributeurs aux chaînes payantes : 42 chaînes ont vu leur rémunération augmenter alors que 39 chaînes ont vu la leur diminuer.

Croissance des recettes publicitaires en 2010 inférieure à la croissance moyenne des autres chaînes

En 2010, les recettes publicitaires des chaînes payantes ont augmenté de 7 M€ soit une croissance de 4,5%, et cela après deux années de baisses consécutives (- 5% en 2008 et - 4% en 2009). Cependant, avec un total de 173 M€ réalisé en 2010, les chaînes payantes n'ont pas encore retrouvé le niveau atteint en 2007 (181,5 M€). Elles ont moins bien profité de la reprise du marché publicitaire que les autres chaînes du secteur. En effet, les « nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT⁷ » ont connu une croissance de leurs ressources publicitaires de 34 % et les « chaînes hertziennes historiques⁸ » de 9,8 %. La chaîne payante Canal+ a enregistré une augmentation de 12 % de ses recettes publicitaires en 2010.

⁷ Les « nouvelles chaînes privées gratuites de la TNT » sont : BFM TV, Direct 8, Direct Star (ex Virgin 17), Gulli, I Télé, NRJ 12, NT1, TMC, et W9.

⁸ Les « chaînes hertziennes historiques » considérées ici sont : TF1, France 2, France 3, France 5, M6 et Canal+ ainsi que France 4 et France Ô pour lesquels le Conseil ne dispose pas de bilans séparés des autres chaînes nationales du groupe France Télévisions.

Si la part moyenne des recettes publicitaires en 2010 dans le chiffre d'affaires des chaînes payantes est de 12%, l'examen service par service fait apparaître une grande variété de situations :

- pour six chaînes, *France 24*⁹, *NRJ Hits*, *Teva*, *Game One*, *TV Breizh* et *l'Equipe TV*, les recettes publicitaires représentent plus de 50% de leur chiffre d'affaires ;
- pour 49 chaînes, les recettes publicitaires représentent moins de 5% du chiffre d'affaires ;
- 13 chaînes n'ont enregistré aucune recette publicitaire en 2010, comme les cinq chaînes cinéma d'Orange et les deux services de paiement à la séance, *Ciné +* et *Kiosque Sport*.

Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de services. Sept chaînes, *Euronews*, *L'Equipe TV*, *Paris Première*, *Téva*, *TV Breizh*, *Eurosport* et *France 24*, réunissent plus de 50% des ressources publicitaires perçues par les chaînes payantes.

Une augmentation constante des « autres produits »

Les « autres produits » sont composés de recettes de nature diverses : ventes de programmes, interactivité, prestations techniques, diversification... En 2010, ils représentent 371 M€, soit 27% du chiffre d'affaires total.

Ces recettes sont réalisées à hauteur de 73% par les ventes à l'unité ou par abonnement de programmes ou de biens par les services de paiement à la séance *Kiosque Sport* et *Ciné+* et par les chaînes de téléachats *M6 Boutique la Chaîne* et *Best of shopping*, ces deux types de services ne percevant pas de rémunérations de la part des distributeurs et ne diffusant pas de publicité.

Répartition des sociétés éditrices par chiffre d'affaires

Les 54 sociétés éditrices de chaînes payantes ont des économies très contrastées. Celles qui réalisent les chiffres d'affaires les plus élevés éditent souvent plusieurs services comme AB Thématiques (12 chaînes) et Multithématiques (11 chaînes), filiale de Groupe Canal+.

Classement des sociétés éditrices par chiffre d'affaires						
CA < 1 M€	1 ≤ CA < 5 M€	5 ≤ CA < 15 M€		15 ≤ CA < 40 M€	40 ≤ CA < 80 M€	CA ≥ 80 M€
Africabox TV	3A Télésud	Ciné +	Motors TV	13 ^{ème} Rue	AB Thématiques (12 chaînes)	Kiosque Sport
Astrocenter	Best of shopping	Cuisine tv	OLTV	Jimmy/Comédie (2 chaînes)	Canal J (6 chaînes)	Multithématiques (11 chaînes)
No Life	Berbère TV	France 24	OMTV	L'Equipe TV	Disney Channel (3 chaînes)	Orange Sports (2 chaînes)
	Equidia	Game One	Série Club	M6 Boutique	Euronews	
	Girondins TV	Histoire	Stylia	Paris Première	Eurosport (2 chaînes)	
	La Chaîne Météo	Infosport	Télé maison	Planète Câble (4 chaînes)	LCI	
	Mélody	KTO	Trace TV (2 chaînes)	Sport+	Orange Cinéma Séries (5 chaînes)	
	NRJ Hits	M6 Music (3 chaînes)	Ushuaïa TV	TF6	TPS Star	
	Onzéo	Ma chaîne sport	Vivolta	Téva		
	Pink TV	Mezzo	Voyage	TV Breizh		

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs

⁹ Le chiffre d'affaires de France 24 n'intègre pas la subvention d'exploitation versée en 2010 par l'Etat à cette chaîne. Les recettes publicitaires de France 24 ne proviennent pas exclusivement d'annonceurs établis en France.

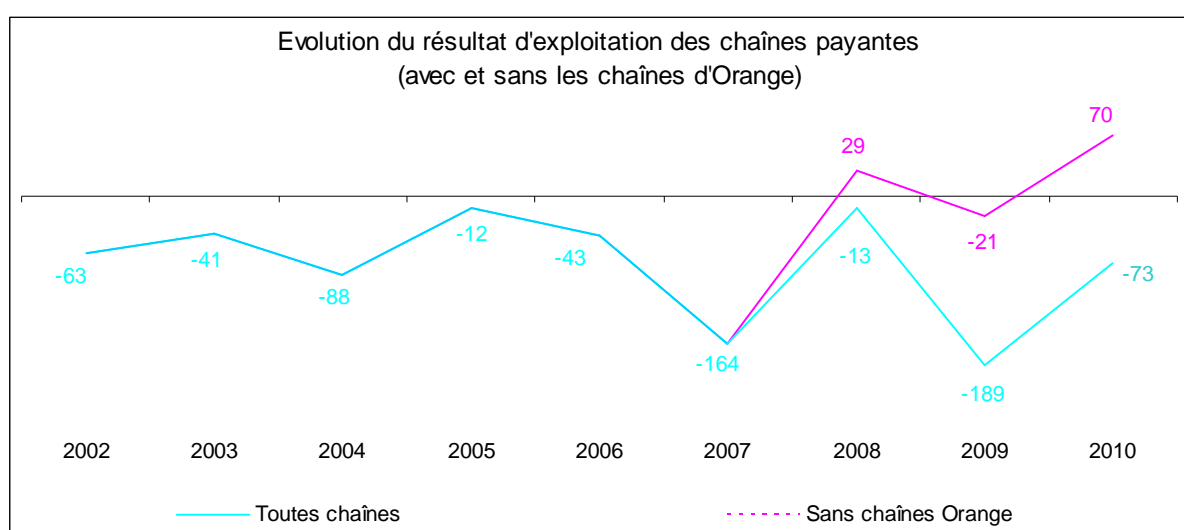
Un secteur déficitaire mais très contrasté

En 2010, le secteur des chaînes payantes reste toujours globalement déficitaire et affiche une perte d'exploitation de 73 M€. Le cumul des résultats nets des 96 chaînes étudiées s'établit à -386 M€.

Si l'on exclut les chaînes d'Orange, toutes déficitaires en 2010, du périmètre de l'étude, le secteur serait bénéficiaire et afficherait un résultat d'exploitation de 70 M€ et un résultat net de 33 M€.

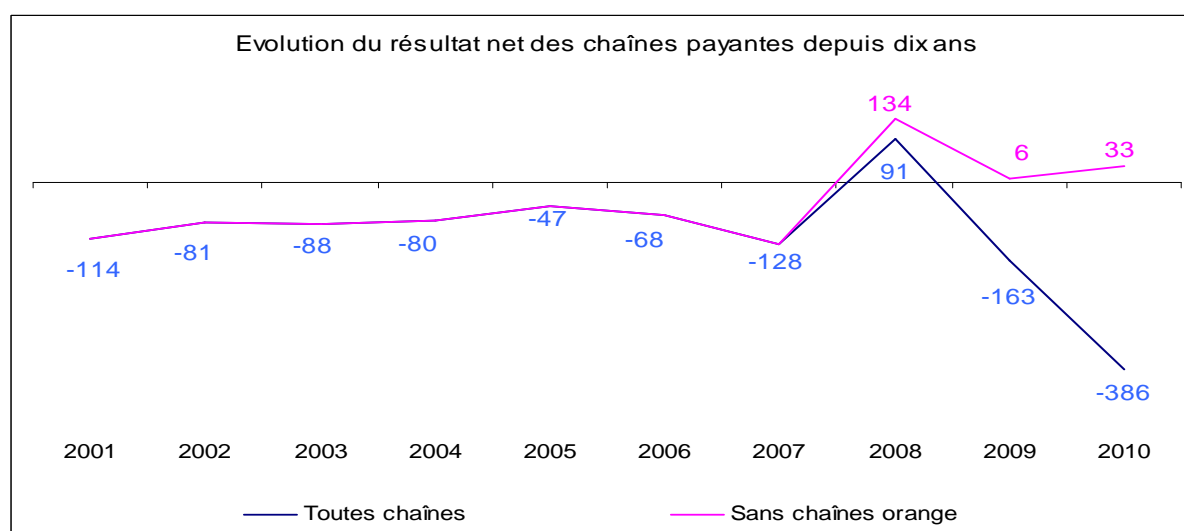
Concernant les résultats d'exploitation, 38 sociétés présentent des résultats positifs ou en équilibre et 15 sociétés enregistrent des pertes en 2010¹⁰.

Les chaînes éditées par Orange sont encore déficitaires en 2010, même si leur situation s'est améliorée depuis 2009. Sans ces chaînes, le résultat opérationnel de l'ensemble des chaînes payantes serait globalement positif comme l'indique le graphique ci-dessous.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Concernant les résultats nets, sur les 54 sociétés étudiées, seules 13 ont un résultat net négatif.



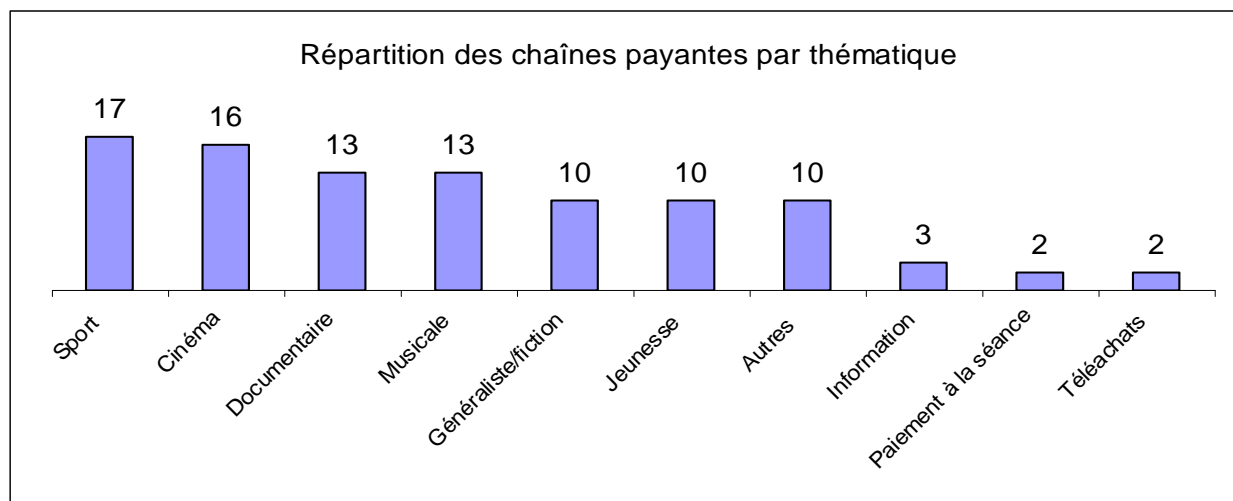
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

¹⁰ Le Conseil ne dispose pas du résultat d'exploitation ni du résultat net pour l'exercice 2010 de la société éditant la « Chaîne Météo ».

Analyse de la situation financière des chaînes payantes selon leur thématique¹¹

Poids respectif de chacune des thématiques

Les thématiques les mieux représentées en nombre de chaînes sont celles relatives au sport (17 chaînes), au cinéma (16 chaînes) puis à la musique et aux documentaires (13 chaînes). Malgré le nombre déjà important de chaînes existantes dans les thématiques « sport » et « musique », une chaîne nouvelle a été lancée en 2010 dans chacune de ses thématiques, *Ma chaîne Sport Extrême* et *Africa Box TV*.



Source : CSA

Le chiffre d'affaires de chaque thématique n'est pas toujours proportionnel au nombre de chaînes présentes dans chaque thématique, comme l'indique le tableau ci-dessous.

¹¹ Pour la première fois dans cette étude, les chaînes éditées par AB Thématiques sont classées individuellement par thématique.

Chiffre d'affaires des chaînes payantes ventilé par thématique en 2010

Thématiques	Chaînes	Nombre de chaînes (part relative)	Chiffre d'affaires total de la thématique (en M€)	Part de chaque thématique dans le chiffre d'affaires total
Sport	AB Moteurs, Equidia, Eurosport France, Eurosport 2, Girondins TV, Infosport, L'Equipe TV, Ma chaîne Sport, Ma Chaîne Sport Extrême, Motors TV, OLTV, OMTV, Onzéo, Orange Sport, Orange Sport Info, Sport+, TPS Foot	17 (18 %)	307,0	22%
Cinéma	Action, Ciné Polar, Ciné FX, Ciné + Premier, Ciné + Emotion, Ciné + Frisson, Ciné + Culte, Ciné + Famiz, Ciné + Auteur, Ciné + Star ¹² , Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Novo, TPS Star	16 (17 %)	248,6	18%
Paiement à la séance	Ciné +, Kiosque Sport	2 (2 %)	231,4	16%
Généralistes / Fiction	13 ^{ème} Rue, AB 1, Comédie +, Jimmy, Paris Première, Série Club, TF6, Téva, TV Breizh, Vivolta	10 (10 %)	182,2	13%
Information	France 24, Euronews, LCI	3 (3 %)	108,3	8%
Documentaire	Animaux, Chasse et Pêche, Encyclo, Escapes, Histoire, Planète +, Planète + Justice, Planète + No Limit, Planète + Thalassa, Seasons, Toute l'Histoire, Ushuaïa TV, Voyage	13 (14 %)	94,2	7%
Jeunesse	Canal J, June, Tiji, Disney Channel, Mangas, Playhouse Disney ¹³ , Disney XD, Game One, Piwi +, Télétoon +	10 (10 %)	93,5	7%
Musique	Africabox TV, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, MCM, MCM Top, MCM Pop, Mélody, Mezzo, NRJ Hits, No Life, Trace Urban, Trace Tropical	13 (14 %)	44,1	3%
Téléachat	Best of shopping, M6 Boutique	2 (2 %)	38,8	3%
Autres	3A Télésud, Astrocenter, Berbère TV, Cuisine TV, KTO, La Chaîne Météo, Pink TV, Styliya, Télémaison, XXL	10 (10 %)	46,8	3%
Total		96	1 394,9	100%

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

¹² Avant le 17 mai 2011, ces chaînes étaient appelées Ciné cinéma.

¹³ Playhouse Disney s'appelle depuis mai 2011 Disney Junior.

Chiffre d'affaires moyen des chaînes payantes selon leur thématique

Le tableau ci-dessous indique le chiffre d'affaires moyen des chaînes payantes selon leur thématique.

Chiffre d'affaires moyen des chaînes payantes selon leur thématique en 2010

Thématiques	Nombre de chaînes dans la thématique	Chiffre d'affaires moyen par chaîne (en M€)
Paiement à la séance	2	115,7
Information	3	36,1
Téléachat	2	19,4
Généralistes / Fiction	10	18,2
Sport	17	18,1
Cinéma	16	15,5
Jeunesse	10	9,4
Documentaire	13	7,2
Musique	13	3,4
Autres	10	4,7
Total	96	14,5

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Des écarts importants existent dans le chiffre d'affaires moyen par chaîne selon les thématiques, qui oscille entre 115,7 M€ pour les chaînes de paiement à la séance et 3,4 M€ pour les chaînes musicales.

Cependant, une analyse plus fine sur certaines thématiques est nécessaire. En effet, certains services sont difficilement comparables : ainsi, des services exploitant des droits « premium », qu'ils soient de sport ou de cinéma (comme Sport + ou TPS Star), ne sont pas comparables à des chaînes de sport consacrées à un club de football (comme *OM TV*) ou diffusant des films de catalogue (comme *Action*). Cependant, le chiffre d'affaires moyen pour certaines thématiques plus homogène est éclairant, comme celui des chaînes d'information ou celui des chaînes musicales.

Poids de chaque thématique dans le chiffre d'affaires publicitaire réalisé en 2010 par les chaînes payantes

La ventilation par thématique du chiffre d'affaires publicitaire fait apparaître que les chaînes de la thématique « Généraliste / Fiction » captent plus du tiers du total des ressources publicitaires.

Chiffre d'affaires publicitaire des chaînes payantes ventilé par thématique en 2010

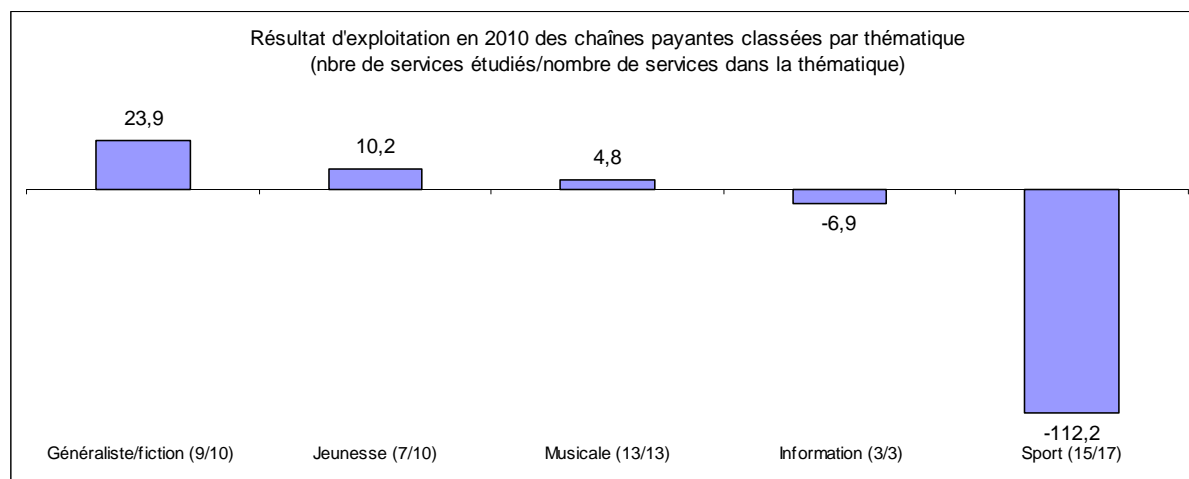
Thématiques	Nombre de chaînes dans la thématique	Chiffre d'affaires publicitaire (en M€)	Part de chaque thématique sur le total
Généralistes / Fiction	10	62,6	36%
Sport	17	41,5	24%
Information	3	31,2	18%
Jeunesse	10	17,5	10%
Documentaire	13	9,9	6%
Musique	13	6,2	3%
Cinéma	16	1,4	1%
Téléachat	2	0,0	0%
Paiement à la séance	2	0,0	0%
Autres	10	2,8	2%
Total	96	173,1	100%

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Résultats financiers des chaînes payantes selon leur thématique

Le tableau ci-dessous présente le résultat d'exploitation des chaînes payantes classées par thématiques^{14/15}.

Deux thématiques présentent des résultats financiers négatifs : l'information et le sport.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Depuis 10 ans, aucune des thématiques sport et information n'a présenté de résultats d'exploitation positifs, ni même proches de l'équilibre.

Toutes les autres thématiques ont, globalement, un résultat d'exploitation positif, même si dans chaque thématique toutes les chaînes ne sont pas bénéficiaires.

¹⁴ L'analyse des résultats d'exploitation (REX) et des résultats nets (RN) par thématique présentée dans cette partie de l'étude n'intègre pas les résultats de l'ensemble des chaînes présentes dans chaque thématique. En effet, alors que les sociétés qui éditent plusieurs services, comme la société Multithématiques (11 chaînes) ou la société AB thématiques (12 chaînes), isolent le chiffre d'affaires de chacun des services édités dans le cadre d'une comptabilité analytique, aucune information concernant le REX ou le RN par service n'est en revanche fournie. N'ont pu être intégrés dans l'analyse des REX par thématique, dans la thématique Sport, *AB Moteurs*, *TPS Foot*, dans la thématique Cinéma, les 7 chaînes *Ciné +*, *Action*, *Ciné Polar* et *Ciné FX*, dans la thématique Documentaire, *Animaux*, *Chasse et Pêche*, *Encyclo*, *Escales*, *Seasons* et *Toute l'histoire*, dans la thématique Jeunesse, *Piwi +*, *Mangas* et *Télétoon +* et dans la thématique Généraliste/Fiction, *ABI*.

¹⁵ Seules les thématiques les plus importantes ont été retenues, à l'exception des thématiques cinéma et documentaire pour lesquelles le nombre de services dont les résultats d'exploitation étaient connus était trop limité par rapport au nombre total de chaînes présentes dans la thématique.

Analyse financière des chaînes payantes par groupe ¹⁶

Analyse du poids respectif de chaque groupe en 2010

Le groupe Canal+ (hors Canal+ SA), avec 23 chaînes éditées par neuf sociétés différentes (Multithématiques, Jimmy/Comédie, Planète Câble, TPS Star, Canal+ Distribution (Sport+), Kiosque (Ciné+), Cuisine TV, TPS Sport (Infosport), Sport+ est toujours le premier groupe sur le marché de l'édition de chaînes payantes.

Chiffre d'affaires des chaînes payantes ventilé par groupe en 2010

Groupes	Chaînes	Nombre de chaînes par groupe	Part de chaque groupe dans le nombre total de chaînes	Chiffre d'affaires (en M€)	Part de chaque groupe dans le chiffre d'affaires total
Canal+France	Ciné + Premier, Ciné + Culte, Ciné + Emotion, Ciné + Frisson, Ciné + Famiz, Ciné + Auteur, Ciné + Star, Ciné +, Comédie +!, Cuisine TV, Jimmy, Infosport +, Kiosque Sport, Piwi +, Planète +, Planète + Justice, Planète + no Limit, Planète + Thalassa, Seasons, Sport +, Télétoon +, TPS Foot, TPS Star	23	24%	540,2	39%
Orange	Orange Sport Info, Orange Sport, Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Novo	7	7%	186,4	13 %
TF1	Eurosport France, Eurosport 2, Histoire, LCI, Styliia, TV Breizh, Ushuaïa TV / <i>Série Club / TF6</i> ¹⁷	8	8%	163,4	12 %
M6	Best of Shopping, Girondins TV, M6 Boutique la chaîne, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, Paris Première, Téva / <i>Série Club / TF6</i> ¹³	9	10%	113,9	8 %
AB	AB1, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Encyclopedia, Escales, Mangas, Toute l'histoire, XXL	12	13%	62,0	4 %
Lagardère	Canal J, June, MCM, MCM Top, MCM Pop, Mezzo, Tiji	7	7%	52,9	4 %
Autres chaînes	13ème Rue, 3A Télésud, Africabox TV, Astrocenter, Berbère TV, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Equidia, Euronews, France 24, Game One, KTO, L'Equipe TV, La Chaîne Météo, Ma Chaîne Sport, Ma chaîne Sport Extrême, Motors TV, No Life, NRJ Hits, OLTV, OMTV, Onzéo, Pink TV, Télé Maison, Mélody, Trace Urban, Trace Tropical, Vivolta, Voyage	30	31%	276,1	20 %
Total		96	100%	1 394,9	100%

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs Ce tableau comprend des arrondis.

¹⁶ Il s'agit du cumul des résultats chaîne par chaîne par groupe audiovisuel. Les chaînes n'appartenant pas aux groupes audiovisuels mentionnés sont regroupées dans la catégorie « Autres ». Cette catégorie regroupe des chaînes indépendantes, deux chaînes publiques (*Euronews et France 24*), des chaînes appartenant à des groupes audiovisuels internationaux.

¹⁷ Les chaînes *Série Club* et *TF6* sont détenues à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires cumulé de ces deux chaînes a été imputé pour moitié à chacun des groupes détenteur de leur capital. Les chaînes *Série Club* et *TF6* ont été comptabilisées pour chacun des groupes comme une chaîne supplémentaire.

Analyse des résultats publicitaires des chaînes payantes par groupe

Les recettes publicitaires représentent en moyenne 12% du chiffre d'affaires total des chaînes payantes en 2010, soit 173 M€. La ventilation par groupe de ces recettes permet de mesurer le poids respectif des différents acteurs sur le marché publicitaire. 36% des recettes publicitaires totales sont réalisées par les « Autres chaînes », parmi lesquelles trois, Euronews, L'Equipe TV et France 24, ont un poids prépondérant.

Les groupes TF1 et M6 réalisent de bonnes performances publicitaires au regard du nombre relativement limité de chaînes qu'ils éditent. A l'opposé, le groupe Canal+ édite un grand nombre de chaînes qui ne diffusent pas ou peu de publicités (chaînes cinéma ou de paiement à la séance) ce qui explique le niveau relativement faible des recettes publicitaires réalisées.

Chiffre d'affaires publicitaire des chaînes payantes ventilé par groupe en 2010

Groupes	Chaînes	Nombre de chaînes	Chiffre d'affaires publicitaire (M€)	Part de chaque groupe dans le chiffre d'affaires publicitaire total
TF1	Eurosport France, Eurosport 2, Histoire, LCI, Styilia, TV Breizh, Ushuaïa TV / <i>Série Club /TF6</i> ¹⁸	8	37,8	22%
M6	Best of Shopping, Girondins TV, M6 Boutique la chaîne, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Rock, Paris Première, Téva / <i>Série Club /TF6</i> ¹³	9	31,8	18%
Canal+France	Ciné + Premier, Ciné + Culte, Ciné + Emotion, Ciné + Frisson, Ciné + Famiz, Ciné + Auteur, Ciné + Star, Ciné +, Comédie +!, Cuisine TV, Jimmy, Infosport +, Kiosque Sport, Piwi +, Planète +, Planète + Justice, Planète + no Limit, Planète + Thalassa, Seasons, Sport +, Télétoon +, TPS Foot, TPS Star	23	31,4	18%
Lagardère	Canal J, June, MCM, MCM Top, MCM Pop, Mezzo, Tiji	7	6,5	4%
AB	AB1, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Encyclopedia, Escales, Mangas, Toute l'histoire, XXL	12	2,6	2%
Orange	Orange Sport Info, Orange Sport, Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max, Orange Cinéma Novo	7	0,8	0%
Autres chaînes ¹⁹	13ème Rue, 3A Télésud, Africabox TV, Astrocenter, Berbère TV, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Equidia, Euronews, France 24, Game One, KTO, L'Equipe TV, La Chaîne Météo, Ma Chaîne Sport, Ma chaîne Sport Extrême, Motors TV, No Life, NRJ Hits, OLTV, OMTV, Onzéo, Pink TV, Télé Maison, Mélody, Trace Urban, Trace Tropical, Vivolta, Voyage	30	62,1	36%
Total		96	173,0	100%

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs

¹⁸ Les chaînes Série Club et TF6 sont détenues à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires cumulé de ces deux chaînes a été imputé pour moitié à chacun des groupes détenteur de leur capital. De plus, il a été comptabilisé pour chacun des groupes TF1 et M6 une chaîne supplémentaire.

¹⁹ Les chaînes publiques comme France 24 ou Euronews sont comptabilisées dans les « Autres chaînes ».

Evolution du chiffre d'affaires des groupes depuis trois ans

Depuis trois ans, la croissance du chiffre d'affaires du secteur a été portée par le lancement par le groupe Orange de deux chaînes sportives en 2008 et de cinq chaînes de cinéma en 2009. Si l'on n'intègre pas le chiffre d'affaires de ces nouvelles chaînes dans le périmètre, la croissance en trois ans du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes n'est que de 2,6 %.

Evolution du chiffre d'affaires des grands groupes privés dans l'édition de chaînes payantes (en M€)

Groupes	2008	2009	2010	Croissance entre 2008 et 2010
Canal+ France	497,7	531,4	540,2	9%
Orange	40,4	120,3	186,4	361%
TF1	158,4	156,5	163,4	3%
M6	113,3	112,3	113,9	0%
AB	88,6	62,0	62,0	-30%
Lagardère	65,5	61,7	52,9	-19%
Autres chaînes	255,1	260,4	276,1	8%
Total	1 219,0	1 304,6	1 394,9	14%
Total sans Orange	1 178,6	1 184,3	1 208,5	2,6%

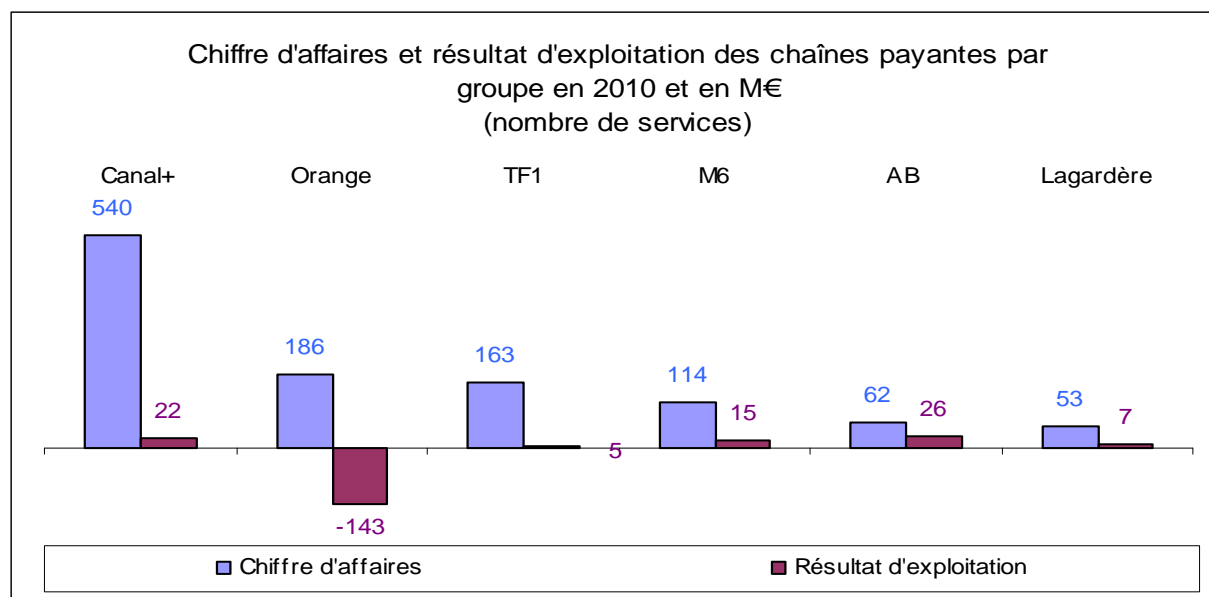
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

Deux groupes enregistrent depuis deux ans un recul significatif de leurs chiffres d'affaires, AB et Lagardère.

En revanche le groupe Canal+ et les « autres chaînes » voient leur chiffre d'affaires progresser de plus de 8%. La croissance de ces dernières est notamment liée à l'augmentation entre 2008 et 2010 des chiffres d'affaires d'Euronews, des chaînes Disney et de Trace TV.

Analyse de la rentabilité des chaînes payantes selon leur groupe

Le tableau ci-dessous, permet de visualiser le cumul des chiffres d'affaires et des résultats d'exploitation des chaînes payantes, regroupés par groupe.



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs – Ce tableau contient des arrondis

En 2010, les résultats nets des groupes Lagardère, TF1, Orange et des « autres chaînes » se sont dégradés par rapport à 2009. Seul le groupe Canal+ présente une situation en très forte amélioration, grâce notamment au résultat net positif de la chaîne *TPS Star*, et cela pour la première fois depuis la création de la société dédiée à cette chaîne en 2006²⁰.

Evolution du résultat net par groupe en M€

Groupes	2008	2009	2010	Evolution 2010/2009 (en %)
Canal+ France	-4,3	-47,8	17,6	NS
AB	12,3	16,9	16,8	-1%
M6	112,7	10,6	11,6	9%
Lagardère	4,6	7,0	4,9	-30%
TF1	-4,9	6,1	1,9	-69%
Autres	12,9	13,7	-19,8	NS
Orange	-42,5	-169,5	-419,3	- 147%
Total	90,9	-163	-386,3	- 137%

Source : CSA à partir des déclarations des éditeurs

* *
*

²⁰ Jusqu'en 2006, cette chaîne était éditée par la société TPS Cinéma.