



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

PANORAMA



Bilan financier 2018 des chaînes payantes

Mars 2020

Les collections CSA



Sommaire

Périmètre de l'étude	4
I - Analyse synthétique des évolutions constatées en 2018.....	6
Amélioration de l'économie des chaînes payantes en 2018.....	6
II - Analyse de l'évolution économique des chaînes payantes depuis 10 ans.....	8
Des chaînes payantes globalement excédentaires hors les chaînes beINSPORT.....	9
Amélioration depuis deux ans du résultat net des chaînes payantes.....	10
III - Analyse de la composition du chiffre d'affaires des chaînes payantes.....	12
Stabilité des recettes de distribution	12
Des recettes publicitaires faibles mais en augmentation	12
IV - Répartition des chaînes payantes par chiffre d'affaires	14
V - Analyse de l'économie des chaînes payantes par groupe	15
Recul des chiffres d'affaires réalisés dans l'édition de chaînes payantes des principaux groupes audiovisuels	16
Croissance importante du chiffre d'affaires des chaînes non éditées par les grands groupes audiovisuels français depuis 2011	18
Activité d'édition de chaînes payantes bénéficiaires pour les groupes audiovisuels français (hors Orange).....	19
Recettes de distribution des groupes audiovisuels en baisse	21
Recettes publicitaires des groupes audiovisuels en augmentation.....	21
VI - Analyse du secteur de l'édition de chaînes payantes par catégorie d'éditeurs.....	23
Annexe 1	26



Périmètre de l'étude

Cette étude a été réalisée à partir des données financières extraites des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2018 **de 79 chaînes payantes** (dont *Les Chaînes Canal+*) **éditées par 41 sociétés**¹.

Est ici considérée comme chaîne payante tout service de télévision accessible uniquement par la souscription à un abonnement à une offre de télévision payante, que ce soit à une offre globale, couplée ou non avec d'autres services (internet, téléphonie, etc.), ou à des services disponibles à l'unité. Seules les chaînes payantes conventionnées ou autorisées à vocation nationale diffusées en France métropolitaine en langue française sur une année entière sont retenues dans cette étude, quelle que soit leur plateforme de réception (TNT, satellite, câble, xDSL ou fibre)².

Ne sont pas incluses dans le périmètre de la présente étude les chaînes diffusées exclusivement sur internet, les chaînes temporaires ou à caractère événementiel, et *TV5 Monde* compte tenu de son statut particulier. Par ailleurs, ne sont pas comptabilisées les chaînes dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 0,4 M€³.

Il convient enfin de noter que :

- quatre chaînes nouvellement créées ont été prises en compte dans ce bilan : *CStar Hits France, Générations TV, Museum Channel* et *RT France* ;
- sept chaînes qui ne sont plus diffusées ne font plus partie du périmètre de cette étude : *Africa 24, Ciné FX, Ciné Polar, Disney XD, Girondins TV, OLV et QVC*.

Conformément à leur engagement conventionnel, les sociétés éditant plusieurs chaînes fournissent au Conseil des éléments de comptabilité analytique distinguant chaque chaîne, nécessaires à la réalisation de cette étude.

Dix sociétés éditent plusieurs chaînes :

- **Multithématiques** (12 chaînes) : *Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Classic, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club, Comédie +, CStar Hits France, Piwi+, Télétoon+, Seasons* et *Polar+* ;
- **AB Thématiques** (9 chaînes) : *AB1, AutoMoto, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Science & Vie TV, Trek, Mangas* et *Toute l'Histoire* ;
- **Lagardère Thématiques** (7 chaînes) : *Canal J, Elle Girls, Tiji, MCM, MCM TOP, RFM TV* et *Virgin Radio TV* ;
- **OCS** (4 chaînes) : *OCS Choc, OCS Max, OCS Géants* et *OCS City* ;
- **Planète Câble** (3 chaînes) : *Planète+, Planète+ Crime et Investigation* et *Planète+ A&E* ;
- **Trace TV** (3 chaînes) : *Trace Urban, Trace Africa* et *Trace Tropical* ;

¹ Les comptes de résultat ne permettent pas d'isoler l'activité réalisée hors France des chaînes étudiées.

² La liste des chaînes retenues dans ce bilan figure en annexe 1.

³ Par convention, et cela depuis la première édition de cette étude.



- **beINSPORTS France** (3 chaînes) : *beIN SPORTS 1*, *beIN SPORTS 2* et *beIN SPORTS 3* ;
- **Société d'édition de Canal Plus** (2 chaînes) : *Les Chaînes Canal+⁴* et *Infosport* ;
- **Game One SAS** (2 chaînes) : *Game One* et *J-One* ;
- **Home Shopping Service** (2 chaînes) : *M6 Boutique* et *Best of Shopping* ;
- **SPORCOTV** : (2 chaînes) : *RMC Sport 1* et *RMC Sport 3*.

⁴ L'appellation « *les chaînes Canal+* » regroupe les services suivants : *Canal+*, *Canal+ Cinéma*, *Canal+ Sport*, *Canal+ Family*, *Canal+ Séries* et *Canal+ Décalé*. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.



I – Analyse synthétique des évolutions constatées en 2018

Amélioration de l'économie des chaînes payantes en 2018

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 79 chaînes payantes étudiées s'établit en 2018 à 2 869,6 M€, en augmentation de 1 % (+14,4 M€), après trois années de baisse (-6 % en 2015, -1 % en 2016 et -2 % en 2017). Ce retournement de tendance s'explique par la hausse de 57,4 M€ du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+), qui compense la baisse de 42 M€ du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (soit -3 %), lequel s'établit en 2018 à 1 502 M€. Le poids des chaînes Canal+ dans l'économie globale des chaînes payantes reste toujours prépondérant : leur chiffre d'affaires représente 52 % du total du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes étudiées.

Figure 1 - Chiffre d'affaires des chaînes payantes en 2018

(en M€)	Rappel Chiffre d'affaires 2017 (80 chaînes)	Chiffre d'affaires 2018 (79 chaînes)	Évolution 2018/2017	Évolution en valeur	Part du total
Les chaînes Canal+	1 544,0	1 502,0	-3%	-42,0	52%
Autres chaînes payantes	1 310,2	1 367,6	4%	57,4	48%
Total	2 854,2	2 869,6	1%	15,4	100%

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

Le total des résultats d'exploitation de ces chaînes reste négatif à -39,8 M€. Toutefois, alors qu'il atteignait un niveau record de -186 M€ en 2016⁵, ce déficit se réduit nettement depuis deux ans.

En 2018, l'amélioration observée s'explique entre autres par le doublement du résultat d'exploitation des chaînes Canal+, dû notamment à une réduction de 8 % des charges d'exploitation (soit -142 M€), et par une réduction assez marquée du déficit des autres chaînes payantes.

⁵ Depuis la première édition de cette étude (2004), le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes payantes n'avait jamais atteint un déficit aussi prononcé que celui observé en 2016.



Figure 2 - Résultat d'exploitation des chaînes payantes en 2018⁶

(en M€)	Rappel Résultat d'exploitation 2017 (81 chaînes)	Résultat d'exploitation 2018 (79 chaînes)	Évolution en valeur	Évolution 2018/2017 (en %)
Les chaînes Canal+	7,0	15,0	8,0	114%
Autres chaînes payantes	-82,6	-54,8	27,8	-34%
Total	-75,6	-39,8	35,8	-47%

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

⁶ Remarque de présentation valant pour l'ensemble du document : une évolution entre 2018 et 2017, dont le taux est négatif en pourcentage entre deux situations déficitaires, traduit une amélioration de la situation en 2018 (qui reste toutefois déficitaire).

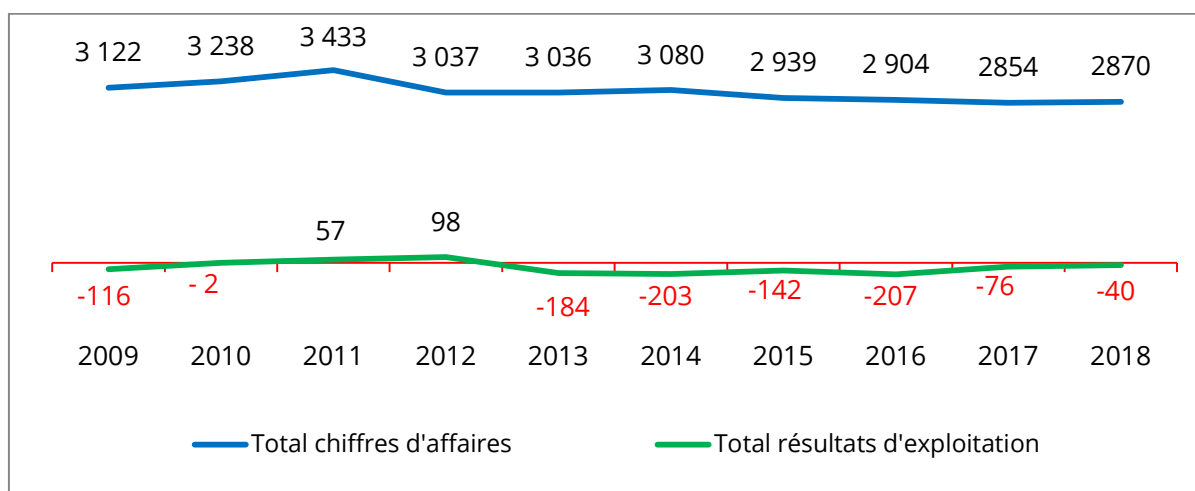


II – Analyse de l'évolution économique des chaînes payantes depuis 10 ans

Depuis 2012, le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes est en diminution. Cette tendance s'explique par la diminution régulière, depuis 2013, du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (-4 % en 2014 et en 2016, -5 % en 2017, -3 % en 2018), soit une baisse de 439 M€ sur la période. Depuis 2013, le chiffre d'affaires des chaînes Canal+ a ainsi diminué de 20 %.

Parallèlement, la situation économique des chaînes payantes, prises globalement, retient toujours l'attention : depuis 2009, elles n'ont été globalement bénéficiaires que deux années (2011 et 2012). Elles cumulent un fort déficit depuis 2013, année du lancement des chaînes beINSPORTS, qui présentent, année après année, des déficits d'exploitation qui se résorbent mais restent importants.

Figure 3 - Évolution du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes payantes (en M€)

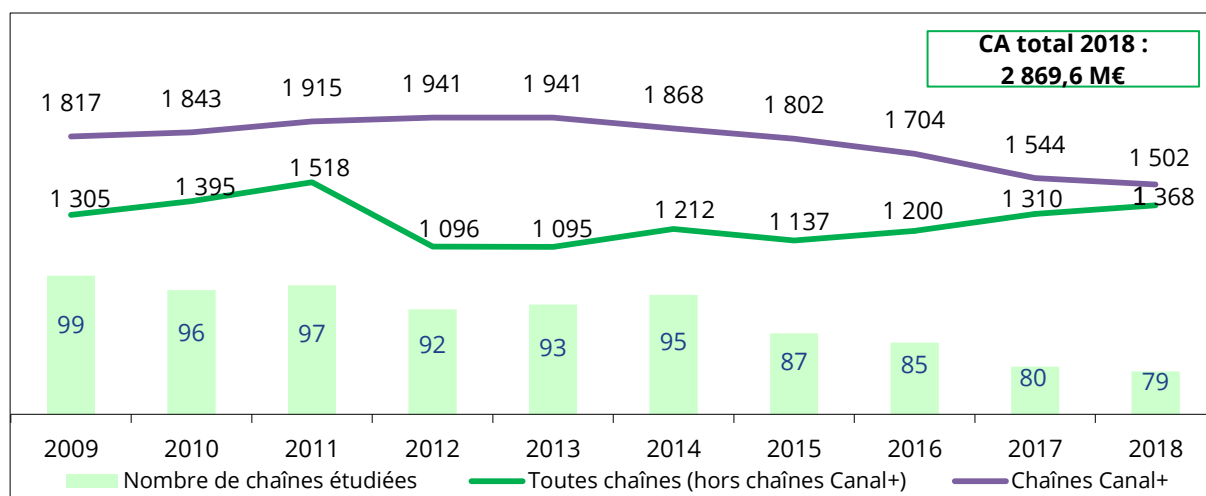


Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Une analyse par agrégat de chaînes permet de mesurer le poids important des chaînes Canal+.



Figure 4 - Évolution du chiffre d'affaires des chaînes payantes par agrégat de chaînes (en M€)



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

La croissance du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors *les chaînes Canal+*) est portée par le chiffre d'affaires des chaînes *beINSPORTS* en augmentation de 12 % par rapport à 2017.

Cependant, et cela pour la deuxième année consécutive, le chiffre d'affaires des chaînes payantes autres que les chaînes *beINSPORTS* et *les chaînes Canal+* augmente également (+ 4 %). Ce mouvement peut s'expliquer d'une part par le lancement de nouvelles chaînes en 2017 (notamment les deux chaînes sportives *RMC Sport 1* et *RMC Sport News*) et en 2018 (notamment *RT France*) qui réalisent dès leur première année d'exploitation des chiffres d'affaires non négligeables.

Cette augmentation du chiffre d'affaires des chaînes payantes s'accompagne parallèlement d'une diminution régulière du nombre de chaînes payantes. Une première vague de réduction du nombre de chaînes a été initiée par les groupes audiovisuels « historiques », TF1, M6 et GCP, avec la fermeture de huit chaînes⁷ en 2015. A partir de 2016, on assiste à la disparition pour raisons économiques d'une dizaine de chaînes non adossées à de grands groupes audiovisuels français ou internationaux et qui existaient pourtant depuis de nombreuses années⁸.

Des chaînes payantes globalement excédentaires hors les chaînes *beINSPORT*

Les résultats d'exploitation cumulés des chaînes payantes, hors les chaînes *beINSPORTS*, sont positifs depuis 2012. En effet :

- les chaînes *Canal+* présentent un résultat d'exploitation toujours positif sur la période (15 M€ en 2018), bien qu'en nette diminution depuis 2015 ;

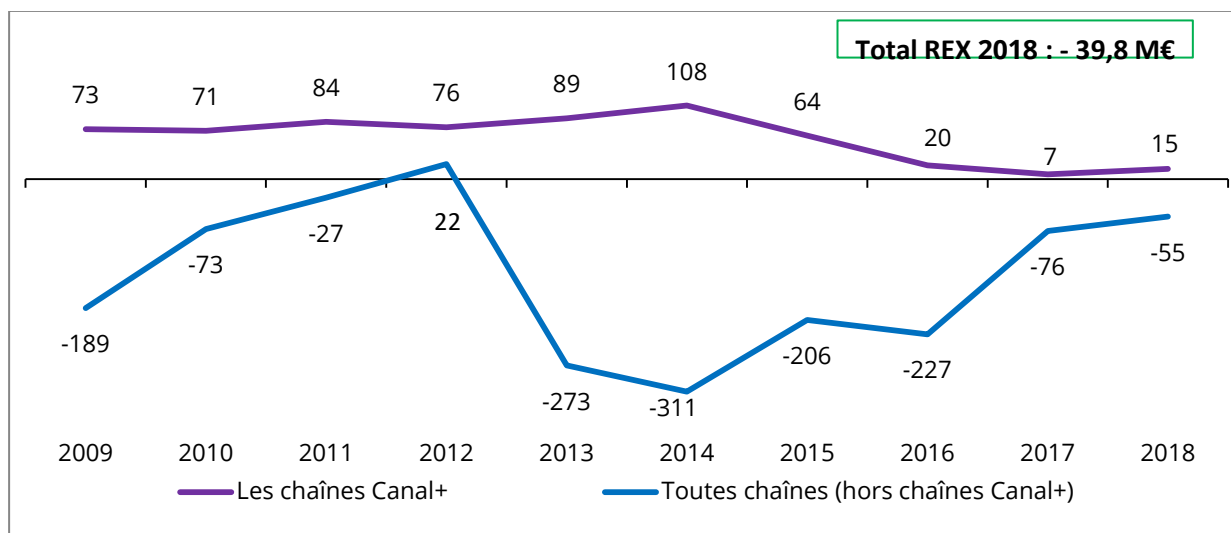
⁷ *Cuisine+*, *Jimmy*, *Maison+*, *Sport+*, *Planète Thalassa+*, *M6 Music Black*, *M6 Music Club* et *TF6*.

⁸ Ces chaînes étaient les suivantes : *Campagne TV*, *Ciné FX*, *Ciné Polar*, *Girondins TV*, *Ma chaîne Etudiante*, *Montagne TV*, *Motors TV*, *No Life*, *OL TV*, *OM TV*, *Sport 365* et *Vivolta*. Par ailleurs, les chaînes *Disney Junior* et *Disney XD* ne sont plus conventionnées en France.



- les autres chaînes payantes présentent également un résultat d'exploitation cumulé positif depuis 2016 sans les chaînes beINSPORTS, malgré les déficits importants et récurrents des chaînes OCS et Euronews.

Figure 5 : Évolution du résultat d'exploitation des chaînes payantes par agrégat de chaînes (en M€)



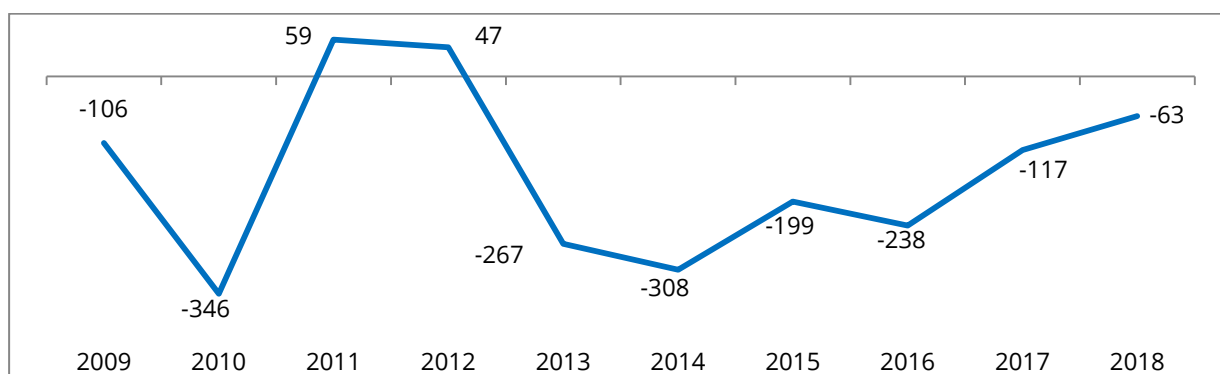
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

La situation financière des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+) s'est globalement améliorée depuis deux ans, et elles sont de plus en plus nombreuses à être bénéficiaires. Ainsi, en 2018, 32 sociétés sur 40 présentent un résultat d'exploitation à l'équilibre, soit une large majorité (80 %).

Amélioration depuis deux ans du résultat net des chaînes payantes

Bien que toujours négatif, le résultat net cumulé de l'ensemble des chaînes payantes est également en nette amélioration depuis deux ans.

Figure 6 : Évolution du résultat net de l'ensemble des chaînes payantes (en M€)



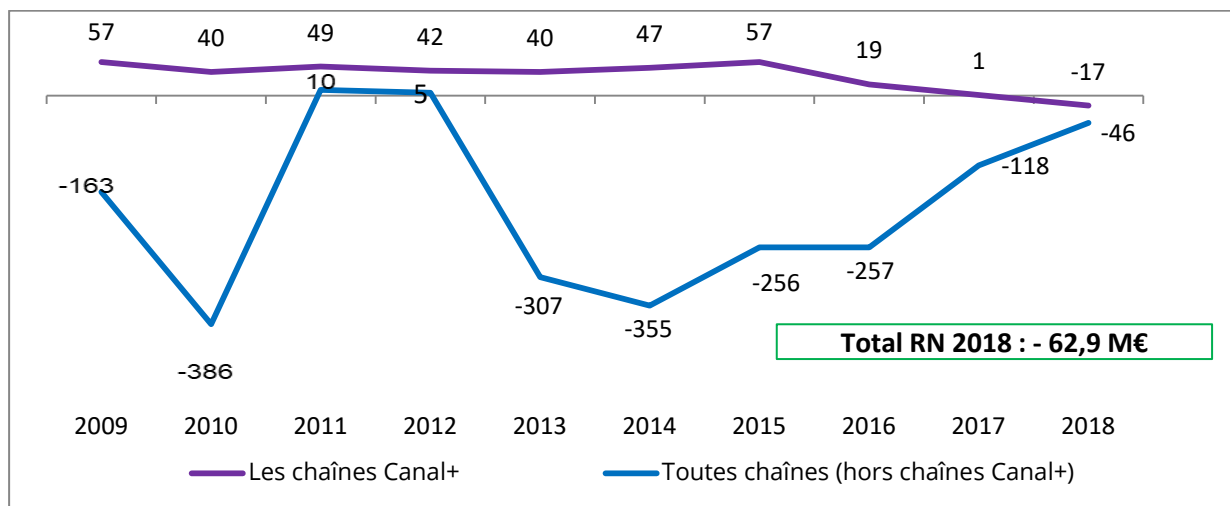
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.



L'amélioration du résultat net cumulé des chaînes payantes en 2018 s'explique par une réduction marquée depuis deux ans du déficit des chaînes *beINSPORTS*.

Parallèlement, le résultat net des chaînes *Canal+* devient déficitaire (-17 M€) alors même que son résultat d'exploitation est positif. Cette situation est inédite⁹.

Figure 7 : Évolution du résultat net des chaînes payantes par agrégat de chaînes (en M€)



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

⁹ Depuis la première édition de cette étude (2004), le résultat net des chaînes *Canal+* n'avait jamais été négatif.



III - Analyse de la composition du chiffre d'affaires des chaînes payantes

La répartition du chiffre d'affaires total des chaînes payantes par type de recettes ne connaît pas d'évolution notable en 2018. Les recettes de distribution représentent toujours plus de 85 % du chiffre d'affaires total.

Stabilité des recettes de distribution

Les recettes de distribution de l'ensemble des chaînes payantes sont quasiment stables en 2018.

Les recettes de distribution des chaînes Canal+ diminuent en 2018 (- 2 %) mais de façon moins prononcées que les années précédentes (-5 % en 2016 et -7 % en 2017). Le rapport annuel 2018 de Vivendi précise que « le portefeuille d'abonnés individuels à la chaîne Canal+ enregistre une croissance nette de 251 000 abonnés sur les 12 derniers mois »¹⁰.

Les recettes distributeurs des autres chaînes payantes sont en légère augmentation en 2018 par rapport à 2017 (+1 % soit +10,6 M€) après deux années de hausses significatives (+7 % en 2016 soit +63 M€ et +14 % en 2017 soit +126 M€).

Cette croissance modérée en 2018 s'explique par la hausse des recettes de distribution des chaînes beINSPORTS après plusieurs années de forte hausse, et par la sortie du périmètre de cette étude des chaînes Disney Junior et Disney XD, désormais éditées au Royaume-Uni.

Des recettes publicitaires faibles mais en augmentation

Les recettes publicitaires des chaînes payantes sont en augmentation en 2018 et cela pour la première fois depuis 2011.

Cette progression s'explique par un double mouvement favorable :

- les recettes publicitaires des chaînes Canal+ augmentent en 2018 après de très fortes baisses observées depuis trois ans ;
- les recettes publicitaires de l'ensemble des autres chaînes payantes augmentent de 18,2 M€ (soit + 15 %). Une augmentation de 4 % (soit +5 M€) avait déjà été observée en 2017. La progression du chiffre d'affaires publicitaire en 2018 s'explique notamment par l'augmentation significative depuis deux ans des recettes publicitaires des chaînes BFM Business TV, RMC Sport 1 et 2 mais aussi de la chaîne TV Breizh et des chaînes éditées par Lagardère Thématiques. Parallèlement, les recettes publicitaires des chaînes beINSPORTS sont en constante augmentation depuis leur création.

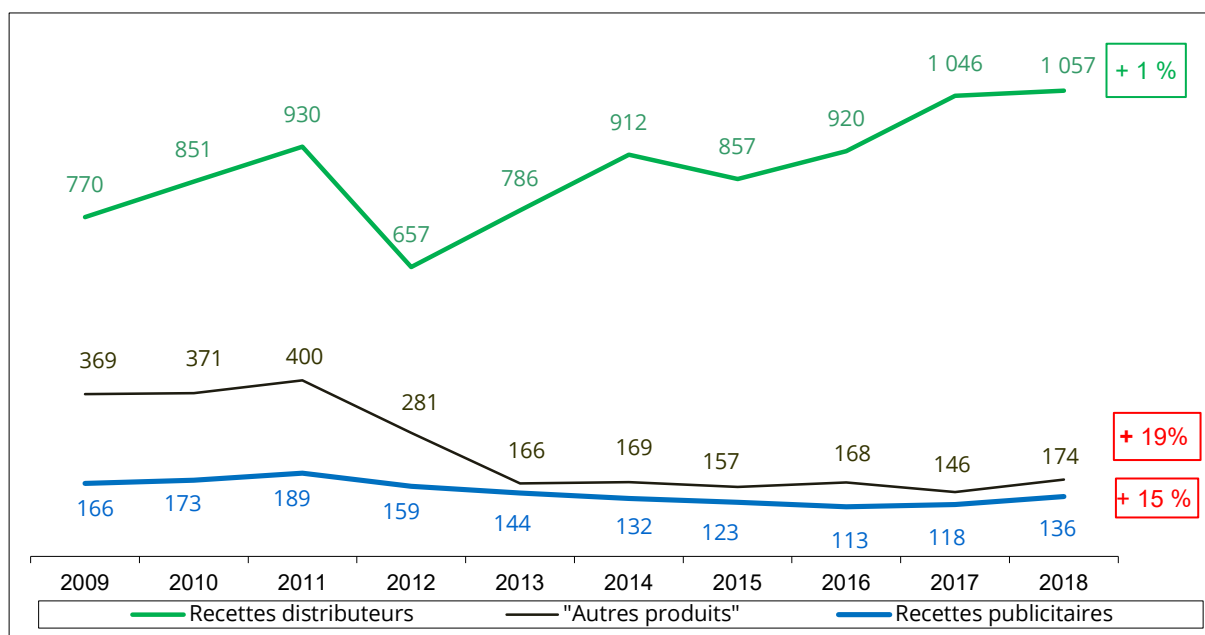
À l'inverse, même si une dizaine de chaînes enregistrent une baisse de leurs recettes publicitaires, ces baisses ne sont individuellement que peu significatives à l'exception de celles enregistrées par la société Disney Channel et les chaînes 13ème Rue et Equidia.

¹⁰ Cf. rapport financier de l'exercice annuel 2018 de Vivendi (p. 209).



Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de sociétés. Trois chaînes ou groupes de chaînes (*Euronews*, *beIN SPORTS* et *Téva*) concentrent ainsi 45 % du total des ressources publicitaires en 2018 (soit 61,6 M€).

Figure 8 : Évolution des différentes composantes du chiffre d'affaires des chaînes payantes depuis dix ans
(en M€, hors les chaînes Canal+)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.
Dans les encadrés : évolutions entre 2017 et 2018.



IV – Répartition des chaînes payantes par chiffre d'affaires

Les chaînes *beINSPORTS*, *OCS* et *Ciné+* concentrent une part importante des revenus des chaînes payantes : elles réalisent à elles trois près de la moitié du chiffre d'affaires total des chaînes payantes (hors les chaînes *Canal+*). Les chaînes *beINSPORTS* réalisent plus du tiers du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors les chaînes *Canal+*).

La répartition des sociétés éditrices de chaînes payantes classées selon le chiffre d'affaires est présentée dans le tableau ci-dessous.

Figure 9 : Sociétés éditrices de chaînes payantes classées selon le chiffre d'affaires (CA) réalisé en 2018

CA ≤ 5 M€	5 M€ ≤ CA < 15 M€	15 M€ ≤ CA < 40 M€	40 M€ ≤ CA < 80 M€	CA > 80 M€
Berbère TV	histoire	13ème Rue	AB Thématiques (9 chaînes)	beIN SPORTS (3 chaînes)
BFM Business TV	La Chaîne Météo	Best of Shopping/M6 Boutique	Euronews	Multithématiques (12 chaînes)
Demain	Mezzo	Disney Channel	Eurosport	OCS (4 chaînes)
Général TV	RMC Sport 1	Equidia	Lagardère Thématiques (7 chaînes)	
KTO	RMC Sport News	Game One/J One (2 chaînes)		
M6 Music	Série Club	Paris Première		
Museum Channel	Ushuaïa TV	Planète Câble SA		
Mélody	Voyage	RMC Sport 2		
My Zen TV		RT FRANCE		
Non Stop People		SportscoTV (RMC Sport 1 et 3)		
NRJ Hits		Teva		
Onzéo		Trace TV (3 chaînes)		
		TV Breizh		

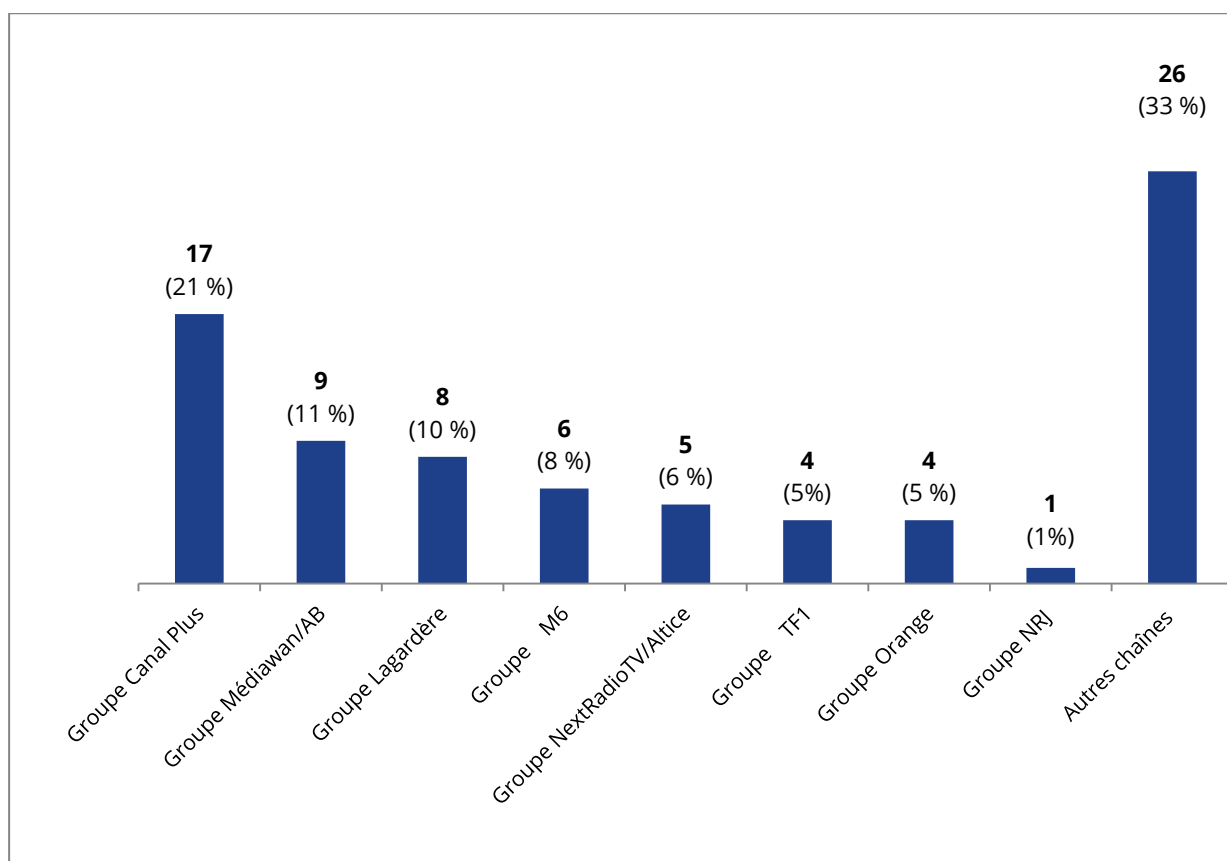
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs.



V – Analyse de l'économie des chaînes payantes par groupe¹¹

Sur les 79 chaînes payantes étudiées, 53 sont éditées par des groupes audiovisuels français (soit 67 %).

Figure 10 : Nombre de chaînes payantes éditées par groupe en 2018 et part relative sur le total des chaînes payantes



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

* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Elle a été comptabilisée pour chacun de ses groupes comme une chaîne supplémentaire, ce qui explique le total de 80 chaînes dans ce graphique.

¹¹ Il s'agit du cumul des résultats des chaînes éditées par un groupe audiovisuel donné. Cette analyse par groupe ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes payantes éditées par chacun de ces groupes. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français. Les chaînes n'appartenant pas aux groupes audiovisuels mentionnés sont regroupées dans la catégorie « autres chaînes ».



Recul des chiffres d'affaires réalisés dans l'édition de chaînes payantes des principaux groupes audiovisuels

Le groupe Canal Plus (GCP) demeure le premier acteur sur le marché de l'édition de chaînes payantes : le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes qu'il édite représente encore 58 % du total, même si son poids diminue depuis quelques années¹².

En effet, le chiffre d'affaires des chaînes Canal+¹³ et des 16 chaînes thématiques¹⁴ que le groupe GCP édite également baisse depuis quelques années. En 2018, cette baisse est de 3 %. Elle est toutefois moins prononcée que celle des années précédentes (-8 % en 2017 et -6 % en 2016).

On assiste également à une légère érosion des chiffres d'affaires réalisés dans l'édition de chaînes payantes des groupes Lagardère (-1,8 M€), TF1 (-1 M€), M6 (-1,3 M€) et Médiawan/AB¹⁵ (-2,7 M€). Pour ces deux derniers groupes, le repli du chiffre d'affaires s'explique notamment par l'arrêt de la chaîne du groupe M6 *Girondins TV* et des chaînes cinéma du groupe Médiawan/AB, *Ciné FX* et *Ciné Polar*.

Les chiffres d'affaires des groupes Orange, NRJ Group et NextRadioTV restent stables.

En revanche, le chiffre d'affaires de l'agrégat « autres chaînes » croît de 9 % en 2018 (+ 65,7 M€), Cette croissance est plus particulièrement portée par trois sociétés, beINSPORTS, Euronews et RT France, nouvellement intégrée dans le panel des chaînes étudiées. Parallèlement, on assiste en 2018 à la baisse très importante du chiffre d'affaires de la société Disney, qui ne compte désormais plus qu'une chaîne établie en France.

¹² Pour mémoire, en 2012 la part du total des chiffres d'affaires réalisés par GCP dans l'édition de chaînes payantes sur le total des chiffres d'affaires des chaînes payantes était de 76 %.

¹³ Rappel : l'appellation « *Les Chaînes Canal+* » regroupe les services suivants : *Canal+*, *Canal+ Cinéma*, *Canal+ Sport*, *Canal+ Family*, *Canal+ Séries* et *Canal+ Décalé*. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

¹⁴ Ces 16 chaînes sont éditées par deux sociétés : Multithématiques et Planète Câble.

¹⁵ Le groupe Médiawan a acquis le groupe AB en mars 2017.



Figure 11 : Chiffre d'affaires des chaînes payantes ventilé par groupe en 2018
(avec et sans les chaînes Canal+)

Groupes	Nom des chaînes	Chiffre d'affaires 2017 (en M€)	Chiffre d'affaires 2018 (en M€)	Variation 2018/2017	Sans les chaînes Canal+ Part de chaque groupe dans le chiffre d'affaires total	Avec les chaînes Canal+ Part de chaque groupe dans le chiffre d'affaires total
Les chaînes Canal+	Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries, Canal+ Décalé	1 544,0	1 502,0	-3%		52%
Chaînes thématiques du groupe Canal+	Ciné+ Premier, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic, Comédie+, CStar Hits France, Infosport+, Piwi+, Planète+, Planète+ Crime et Investigation, Planète+ A&E, Polar+, Seasons, Télétoon+	172,5	170,5	-1%	12%	6%
Total groupe Canal+		1 716,5	1 672,5	-3%		58%
Orange	Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max	95,5	95,5	0%	7%	3%
M6	Best of Shopping, M6 Boutique and Co, M6 Music, Paris Première, Téva, Série Club*	90,4	89,1	-1%	7%	3%
NextRadioTV/ Altice	RMC Sport 1, 2, 3, RMC Sport News, BFM Business	65,1	65,3	0%	5%	2%
Lagardère	Canal J, Elle Girls, MCM, MCM Top, Mezzo, RFM TV, Tiji, Virgin Radio TV	60,6	58,8	-3%	4%	2%
Médiawan/AB	AB1, AutoMoto, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Mangas, Sciences et Vie TV, Toute L'Histoire, Trek	49,3	46,6	-5%	3%	2%
TF1	Histoire, TV Breizh, Ushuaïa TV, Série Club*	36,9	35,9	-3%	3%	1%
Autres chaînes	13ème Rue, BelnSports 1, 2, 3, Berbère TV, Demain, Disney Channel, Equidia, Euronews, Eurosport, Game One, Générations TV, J-One, KTO, La Chaîne Météo, Melody, Muséum Channel, My Zen TV, Non Stop People, NRJ Hits, Onzéo, RT France, Trace Urban, Trace Tropical, Trace Africa, Voyage	740,0	805,8	9%	59%	28%
Total sans les chaînes Canal+		1 310,3	1 367,6	4%	100%	
Total avec les chaînes Canal+		2 854,3	2 869,6	1%		100%

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

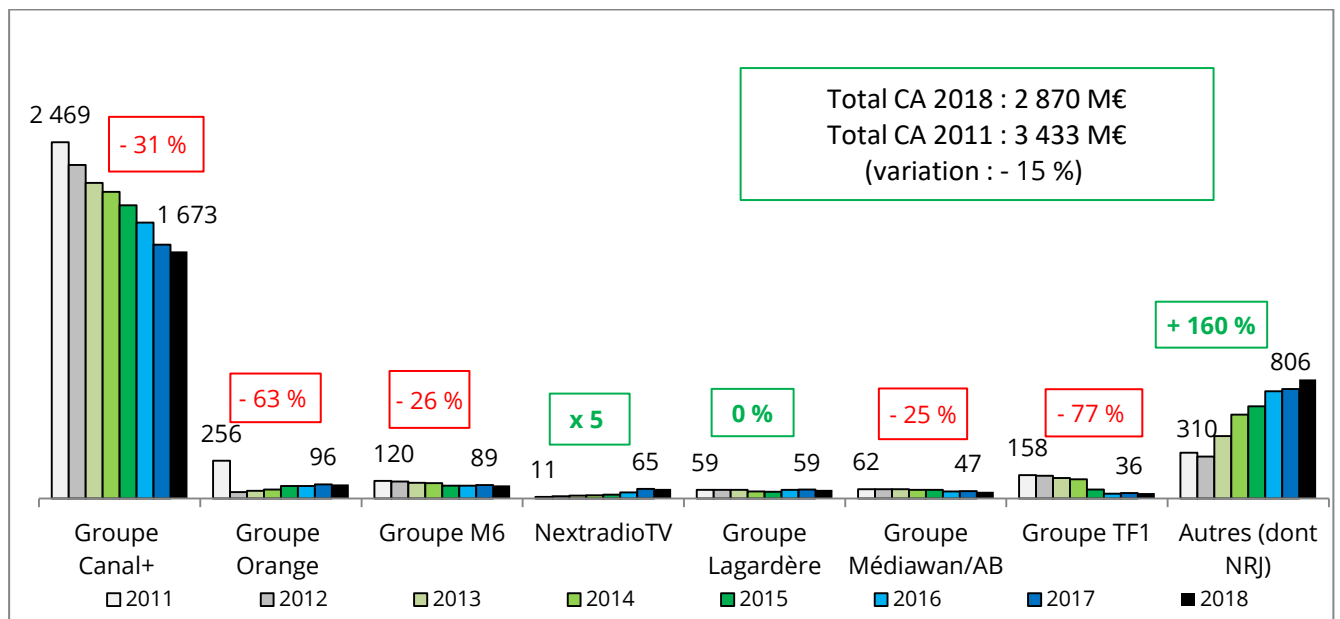
* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires de cette chaîne a été imputé pour moitié à chacun des groupes détenteur de leur capital. La chaîne Série Club a été comptabilisée pour chacun des groupes comme une chaîne supplémentaire.



Croissance importante du chiffre d'affaires des chaînes non éditées par les grands groupes audiovisuels français depuis 2011

La diminution de 15 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes, observée entre 2011 (dernière année d'édition de chaînes sportives par Orange) et 2018, tient à la baisse très importante du chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes des grands groupes audiovisuels français, excepté NextRadioTV.

Figure 12 : Évolution de 2011 à 2018 du chiffre d'affaires réalisé par les chaînes payantes ventilé par groupe (en M€ et en %)



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

* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires de cette chaîne a été comptabilisé pour moitié dans le chiffre d'affaires de chacun de ces groupes.

Dans les encadrés : évolution des chiffres d'affaires entre 2011 et 2018.

Sur la période, la croissance la plus importante est réalisée par l'agrégat « autres chaînes » dont le chiffre d'affaires représente dorénavant plus de la moitié du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes hors les chaînes Canal+ (soit 806 M€ sur 1 367,6 M€). Cette croissance s'explique par l'effet conjugué du lancement des chaînes *BeIN SPORTS* et de la cession par le groupe TF1 de la chaîne *Eurosport* au groupe américain Discovery, qui a rejoint l'agrégat « autres chaînes » en 2015.

Parallèlement, le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes par chacun des groupes Canal Plus, M6, Médiawan/AB, Orange¹⁶ et surtout TF1¹⁷, accuse une baisse depuis 2011 très supérieure à la moyenne du secteur. Cette tendance s'explique notamment par l'arrêt de la

¹⁶ La très forte baisse du chiffre d'affaires des chaînes éditées par le groupe Orange depuis 2011 tient à l'arrêt de la diffusion en 2012 de ses chaînes sportives.

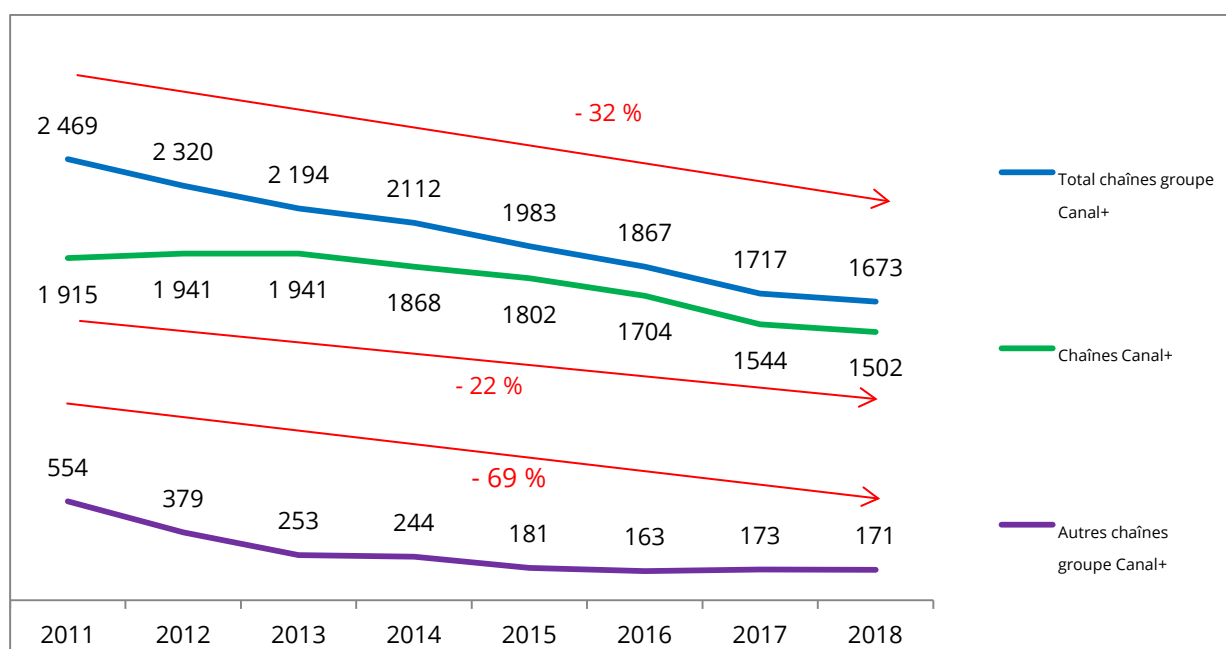
¹⁷ La baisse du chiffre d'affaires réalisé par l'édition de chaînes payantes du groupe TF1 est particulièrement marquée en 2015, consécutivement à la sortie du périmètre de la chaîne *Eurosport*.



diffusion ou la vente de nombreuses chaînes éditées par ces groupes (arrêt de la diffusion des chaînes sportives d'Orange et de *TPS Star* en 2012, des chaînes *Jimmy*, *Maison+*, *Cuisine+*, *Planète Thalassa*, *Sport+*, *TF6*, *M6 Music Black* et *M6 Music Club* en 2015, cession de la chaîne *Eurosport* en 2015, diffusion sur la TNT gratuite de *LCI* depuis 2016...).

Le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes éditées par GCP a diminué de 32 % depuis 2011, diminution qui touche tant *les Chaînes Canal+* (- 22 %) que les chaînes thématiques éditées par GCP (- 69%). Le chiffre d'affaires de ces dernières a en effet été divisé par trois sur la période. Alors qu'en 2011, ces chaînes réalisaient 36 % du chiffre d'affaires total des chaînes payantes (hors *les Chaînes Canal+*), elles n'en représentent plus que 13 %. Cependant GCP, après avoir diminué le nombre de chaînes éditées, en crée de nouvelles depuis 2017 (*Polar +* en 2017, *CStar Hits France* en 2018, *Clique TV* en 2019 et *Olympia TV* en 2020¹⁸).

Figure 13 : Évolution du chiffre d'affaires des chaînes payantes éditées par le groupe Canal Plus (en M€)



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

Activité d'édition de chaînes payantes bénéficiaires pour les groupes audiovisuels français (hors Orange)

L'activité d'édition des chaînes payantes de chacun des groupes étudiés est bénéficiaire en 2018, à l'exception de celle du groupe Orange. En effet, toutes les chaînes éditées par ces groupes sont excédentaires en 2018, à l'exception des quatre chaînes cinéma *OCS* et de la chaîne *BFM Business*, qui accuse un léger déficit.

¹⁸ Les chaînes *Clique TV* et *Olympia TV* ne sont pas encore intégrées dans le périmètre de cette étude.



Figure 14 : Résultats d'exploitation et résultats nets des chaînes payantes en 2018, ventilés par groupe

Groupes	Résultat d'exploitation			Résultat net		
	Rappel 2017	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017	Rappel 2017	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017
Les Chaînes Canal+	7,0	15,0	114%	1,0	-17,0	NS
Chaînes thématiques du groupe Canal Plus	6,5	11,4	75%	5,6	8,4	50%
Total groupe Canal Plus	13,5	26,4	96%	6,6	-8,6	NS
Orange	-15,9	-33,3	109%	-22,2	-41,7	88%
M6	20,1	22,6	12%	13,6	16,3	20%
NextRadioTV/Altice	2,3	6,3	174%	1,8	3,7	NS
Lagardère	13,5	12,1	-10%	8,6	14,5	69%
Médiawan/AB	3,5	3,5	0%	2,3	3,0	30%
TF1	13,5	12,2	-10%	9,0	8,1	-10%
Autres chaînes	-126,1	-89,5	-29%	-137,0	-58,2	-58%
Total	-75,6	-39,7	-47%	-117,3	-62,9	-46%
Total sans les chaînes Canal+	-82,6	-54,7	-34%	-118,3	-45,9	-61%

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

En 2018, deux groupes présentent une nette amélioration du résultat de leur activité d'édition de chaînes payantes : les groupes GCP (doublement du résultat d'exploitation¹⁹) et NextRadioTV (triplement du résultat d'exploitation).

L'agrégat « autres chaînes » est encore lourdement déficitaire en 2018, bien que ce déficit ait été divisé par deux. Cependant, en excluant les chaînes *beINSPORTS*²⁰ de cet agrégat, le résultat d'exploitation est positif en 2018.

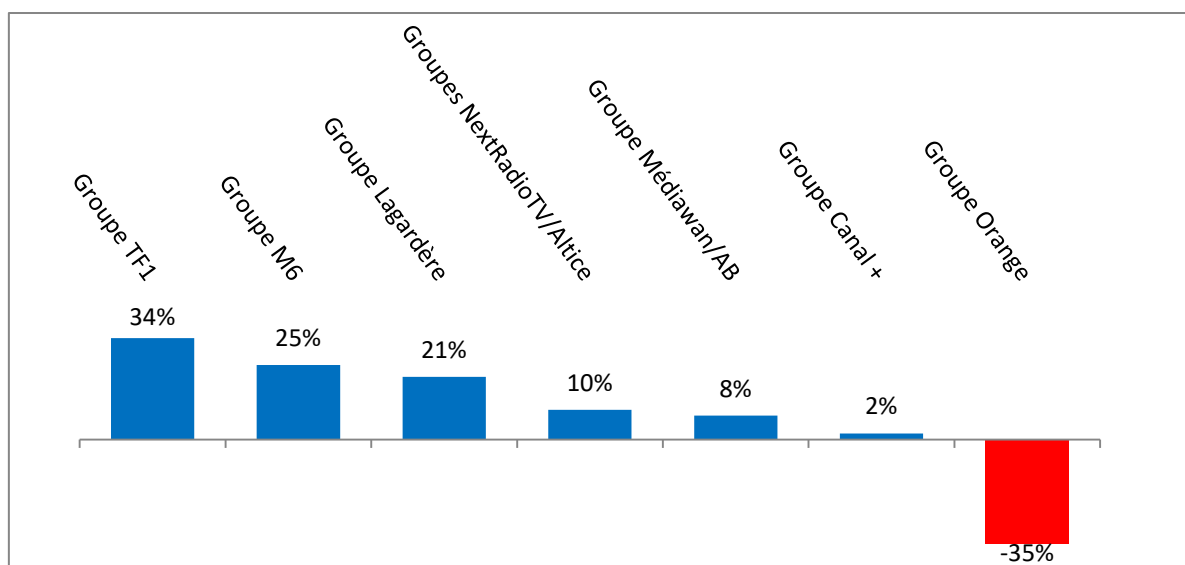
Le taux de rentabilité (rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes) moyen de l'ensemble des éditeurs de chaînes payantes s'établit à -2 % (-3 % en 2017). Il n'est cependant pas représentatif du taux de rentabilité des groupes pris isolément (hors « autres chaînes ») qui, à l'exception du groupe Orange, présentent tous un taux de rentabilité positif.

¹⁹ La société Multithématiques, qui édite 11 chaînes payantes du groupe GCP, est depuis deux ans bénéficiaire alors qu'elle était déficitaire depuis deux ans. L'augmentation du bénéfice en 2018 s'explique notamment, comme pour celui des chaînes Canal+, par une réduction des charges.

²⁰ Les chaînes *BeIN SPORTS* enregistrent les pertes les plus importantes du secteur.



Figure 15 : Taux de rentabilité des groupes audiovisuels dans l'édition de chaînes payantes en 2018



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

Recettes de distribution des groupes audiovisuels en baisse

À l'exception des recettes de distribution du groupe NextRadioTV, qui augmentent très légèrement en 2018 (+ 1,2 %), celles des autres grands groupes audiovisuels français diminuent ou restent stables en 2018. Les groupes M6 et Médiawan/AB enregistrent les baisses les plus prononcées, dues à la fermeture de certaines de leurs chaînes en 2018²¹.

Les chaînes éditées par GCP enregistrent une faible diminution de leurs recettes de distribution pouvant s'expliquer notamment par la baisse du nombre d'abonnés individuels en France métropolitaine auto-distribués du groupe. En effet, d'après le rapport annuel du groupe Vivendi²², ce nombre s'élèverait en 2018 à 4,733 millions (contre 4,950 millions en 2017, soit un recul de 217 000 abonnés)²³.

Recettes publicitaires des groupes audiovisuels en augmentation

Contrairement aux recettes de distribution, les recettes publicitaires de chacun des groupes audiovisuels sont en hausse. Si cette hausse peut paraître importante (+20 % pour les groupes audiovisuels), elle ne représente que 12,7 M€ répartis sur 49 chaînes.

²¹ La chaîne *Girondins TV* pour le groupe M6 et les chaînes cinéma *CinéFX* et *Ciné Polar* pour le groupe Médiawan/AB.

²² Cf. rapport financier de l'exercice annuel 2018 de Vivendi.

²³ A ce nombre d'abonnés viennent cependant s'ajouter 3,093 millions d'abonnés « indirects », via les partenariats conclus en 2016 par le groupe Canal Plus avec les fournisseurs d'accès à internet.



Figure 16 : Chiffre d'affaires publicitaire et chiffre d'affaires de distribution des chaînes payantes en 2018, ventilés par groupe

Groupes	Recettes de distribution			Recettes publicitaires		
	Rappel 2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017	Rappel 2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017
Total groupe Canal Plus	1 597,9	1 572,7	-2%	20,3	25,5	26%
Orange	95,5	95,5	0%	0,0	0,0	0%
M6	42,4	39,3	-7%	19,1	21,0	10%
NextRadioTV/Altice	54,8	56,0	2%	4,8	7,6	58%
Lagardère	48,1	47,4	-1%	5,7	6,3	11%
Médiawan/AB	43,2	40,0	-7%	5,0	5,7	14%
TF1	29,9	27,7	-7%	6,7	8,13	21%
Autres chaînes	571,3	593,8	4%	72,2	82,0	14%
Total	2 483,1	2 472,4	0%	133,8	156,2	17%
Total sans les chaînes Canal+	1 046,1	1 057,4	1%	117,8	136,2	16%

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

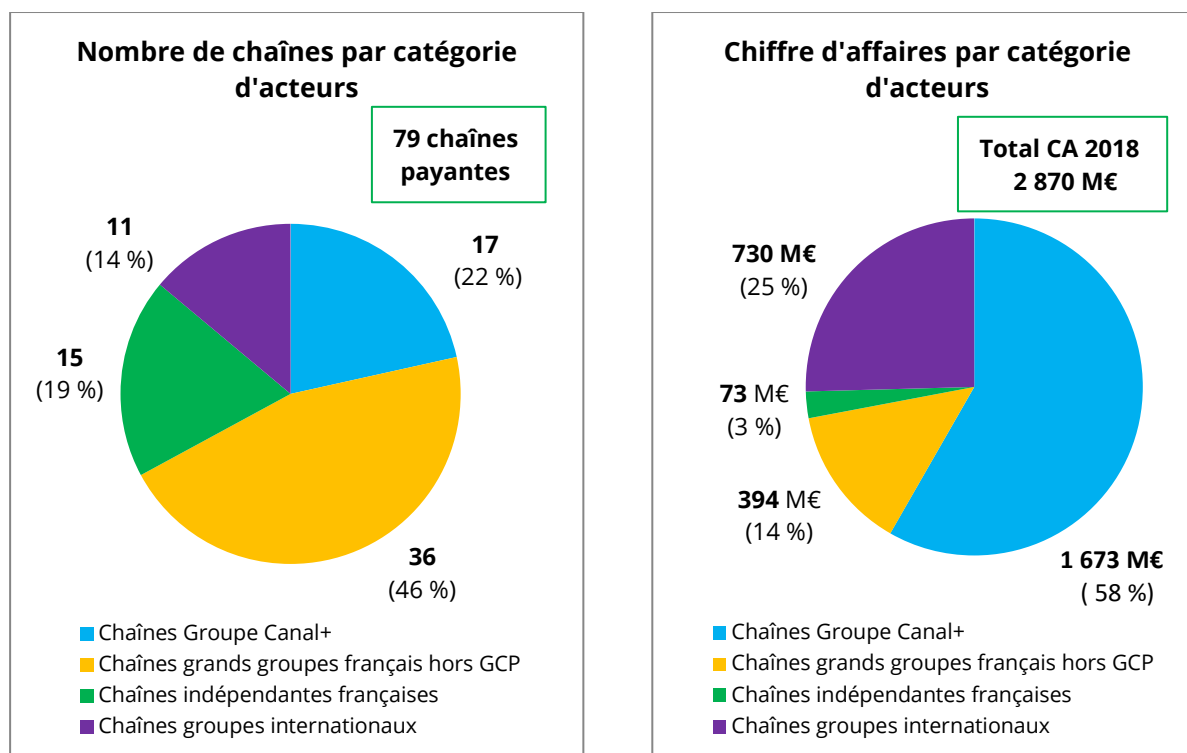


VI – Analyse du secteur de l'édition de chaînes payantes par catégorie d'éditeurs

Les 79 chaînes étudiées peuvent être regroupées en quatre catégories représentatives chacune d'un type d'éditeurs :

- la première catégorie regroupe les chaînes éditées par le groupe Canal Plus, la place prépondérante qu'occupe ce groupe sur le marché de la télévision payante justifiant qu'il soit présenté séparément des autres groupes français. Ce groupe édite 21 % des chaînes payantes et réalise 58 % du chiffre d'affaires total ;
- la deuxième catégorie regroupe les chaînes éditées par les autres grands groupes audiovisuels français (TF1, M6, Lagardère, Médiawan/AB, Orange, NextRadioTV/Altice et NRJ Group). Ces derniers éditent un nombre important de chaînes (36 chaînes soit 46 % du total) mais ne réalisent que 14 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2018 ;
- la troisième catégorie regroupe les chaînes éditées par des sociétés françaises indépendantes des grands groupes audiovisuels et dont l'activité audiovisuelle se limite souvent à l'édition d'une seule chaîne payante. Avec 15 chaînes (soit 19 % du total), ces dernières réalisent 3 % du chiffre d'affaires total du secteur ;
- enfin, la quatrième catégorie regroupe les chaînes qui, bien qu'implantées en France, sont des filiales de grands groupes européens ou internationaux. Au nombre de 11, ces chaînes réalisent le quart du chiffre d'affaires total du secteur²⁴.

Figure 17 : Répartition du nombre de chaînes et du chiffre d'affaires selon la catégorie d'éditeurs en 2018



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

²⁴ Ces chaînes sont : 13^{ème} Rue, beINSPORTS 1, 2 et 3, Disney Channel, Euronews, Eurosport, Game One, J-One, RT France et Voyage.

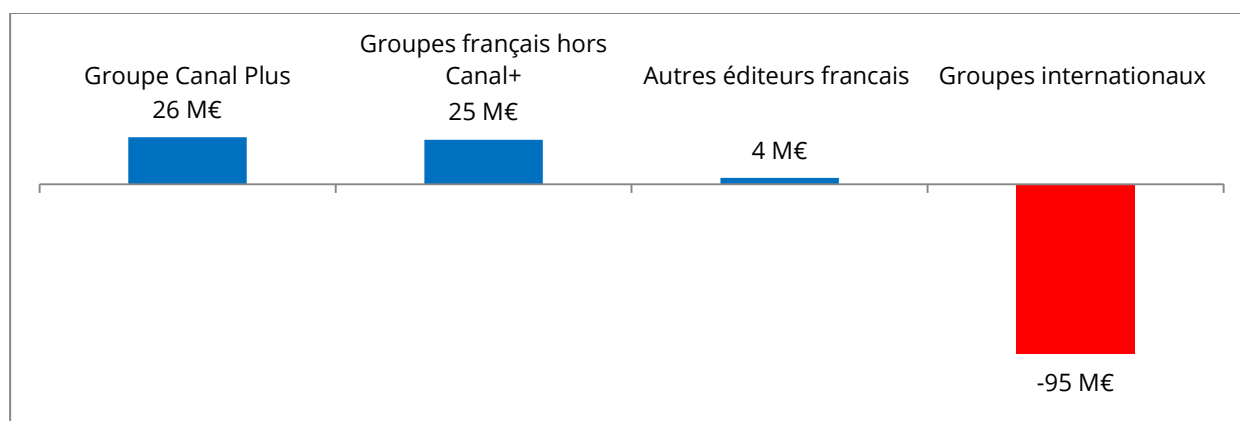


La quatrième catégorie de chaînes regroupe les chaînes éditées par des sociétés internationales :

- les six chaînes dont l'actionnaire est nord-américain²⁵ réalisent 5 % du chiffre d'affaires total du secteur. Il s'agit des chaînes *13^{ème} Rue*, *Disney Channel*, *Eurosport*, *Game One*, *J-One* et *Voyage* ;
- les cinq chaînes éditées par des groupes non américains réalisent 20 % du chiffre d'affaires total du secteur. Il s'agit des chaînes *beIN SPORTS*, propriété du groupe qatari *beIN Media Group*, d'*Euronews*²⁶, chaîne internationale dont l'actionnariat est majoritairement détenu par une société luxembourgeoise, et, depuis 2018, de *RT France*, filiale française de la chaîne russe d'information internationale RT.

Cette ventilation permet de constater que, parmi les quatre catégories d'acteurs identifiées, seules les chaînes éditées par les groupes internationaux sont globalement déficitaires.

Figure 18 : Résultat d'exploitation par catégorie d'éditeurs en 2018



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

La catégorie regroupant les groupes français hors Canal+ présente le taux de rentabilité²⁷ le plus élevé.

²⁵ Les groupes nord-américains éditant des chaînes en France sont les suivants : Disney (*Disney Channel*), Discovery (*Eurosport*), Fox (*Voyage*), Viacom (*Game One* et *J-One*) et Universal (*13^{ème} Rue*).

²⁶ Le société qui édite cette chaîne est détenue depuis mai 2017 à 60 % par l'homme d'affaires égyptien Naguib Sawiris, via sa société Media Globe Networks (MGN) de droit luxembourgeois, à 25 % par Universal Studio, à 15 % par 21 groupes audiovisuels publics européens et 3 collectivités territoriales françaises.

²⁷ Rappel : le taux de rentabilité est le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes.

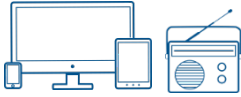
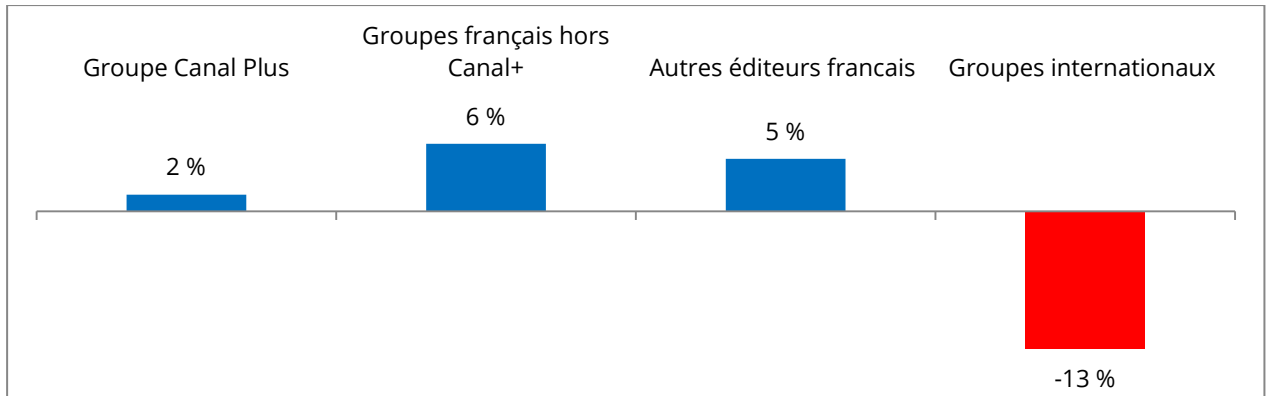


Figure 19 : Taux de rentabilité dans l'édition de chaînes payantes par catégorie d'acteurs



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



Annexe 1

Périmètre des services payants retenus dans l'étude

Chaînes conventionnées				Chaînes autorisées
13 ^{ÈME} RUE	COMEDIE +	MANGAS	RMC SPORT NEWS	CANAL+
AB1	CSTAR HITS FRANCE	MCM	RMC SPORT 1	PARIS PREMIERE
ACTION	DEMAIN	MCM TOP	RMC SPORT 2	PLANETE +
ANIMAUX	DISNEY CHANNEL	MELODY TV	RMC SPORT 3	
AUTOMOTO	ELLE GIRLS	MEZZO	RT FRANCE	
BFM BUSINESS	ENCYCLO	MUSEUM CHANNEL	SEASONS	
BEINSPORTS 1	EQUIDIA	MY ZEN TV	SERIE CLUB	
BEINSPORTS 2	ESCALES	NON STOP PEOPLE	TELESUD	
BEINSPORTS 3	EURONEWS	NRJ HITS	TELETOON +	
BERBERE TV	EUROSPORT	ONZEO	TEVA	
BEST OF SHOPPING	GAME ONE	OCS CHOC	TIJI	
CANAL J	GENERATIONS TV	OCS GEANTS	TOUTE L'HISTOIRE	
CHASSE ET PECHE	HISTOIRE	OCS MAX	TRACE AFRICA	
CINE+ CLUB	INFOSPORT +	OCS CITY	TRACE URBAN	
CINE+ CLASSICS	J ONE	PIWI+	TRACE TROPICAL	
CINE+ EMOTION	KTO	PLANETE+ CRIME ET INVESTIGATION	TV BREIZH	
CINE+ FAMIZ	LA CHAINE METEO	POLAR+	USHUAÏA TV	
CINE+ FRISSON	M6 BOUTIQUE AND CO	PLANETE + A&E	VIRGIN RADIO TV	
CINE+ PREMIER	M6 MUSIC	RFM TV	VOYAGE	
76 chaînes				3 chaînes
79 chaînes				

Source : CSA.