

*Info chiffres..." Les JO ont été une grande réussite..."*

*Sauf que quand on regarde de plus près, y a des chiffres qui chiffonnent...Est que par hasard, l'effet « Boycott » n'aurait pas un peu joué, et dissuadé bien des sponsors de s'associer à l'image calamiteuse de ces JO ?*

*Parce qu'on ne peut pas dire que ce soit le grand beau temps de cet été qui ait tenu éloigné de leur poste de TV les nombreux vacanciers d'Août...*

*Les cérémonies d'ouverture et de clôture des JO ont fait respectivement 4.9 et 3.9 millions de téléspectateurs. Le premier JT de Laurence Ferrari sur TF1, lundi 25 août, a fait plus de 8 millions de téléspectateurs. Et il a du coûté moins cher à la production...!*

Florence  
Axion Tibet

-----  
<http://medias.blogs.challenges.fr/archive/2008/08/28/jo-a-france-televisions-les-raisons-de-la-misere.html>

Marc Baudriller - 28.08.2008

## JO à France télévisions : les raisons de la misère



Vous êtes plusieurs à vous interroger comme moi sur l'ampleur du déficit de France Télévisions après les Jeux Olympiques. Plus de 50 millions d'euros. Une lectrice me fait même le reproche de boycotter le boycott, si je puis dire, en passant sous silence le mouvement de ceux qui n'ont volontairement pas regardé ces jeux pour exprimer leur soutien au Tibet occupé. Plus simplement, l'audience de France Télévisions n'a pas été mauvaise durant les jeux, au contraire. Aurait-elle été encore supérieure sans le mouvement en faveur du Tibet et de combien ? Impossible de répondre précisément. Seule certitude, il n'y a pas de décrochage notable de l'audience TV à cette période dans les chiffres de Médiamétrie.

Question subsidiaire. Si l'audience est bonne, pourquoi les pertes sont-elles aussi lourdes ? **France Télévision n'a recueilli que 4,4 millions d'euros (nets) en publicité, selon Carat et Yacast, durant les Jeux Olympiques. Une misère. Nombre d'écrans de France 2 et France 3, malgré le succès d'audience de ces JO, sont restés libres. Les JO d'Athènes en 2004 avaient généré cinq fois cette somme (26 millions d'euros) et ceux de Sydney en 2000 deux fois cette somme (10 millions d'euros).**

Une misère aussi si l'on compare nos JO aux autres compétitions sportives. Ensemble, TF1 et M6 avaient récolté 73 millions d'euros avec l'Euro de football 2008. J'ai donc pris ma calculette. En regardant l'Euro de football, chaque téléspectateur a rapporté **12 euros** de publicité aux diffuseurs (somme que se sont partagés TF1 et M6), tandis que le spectateur des JO n'a rapporté que... **2 euros** à France Télévisions. Six fois moins tout de même !

Explication de Philippe Santini, le patron de France Télévisions Publicité : « d'abord, le marché publicitaire est très déprimé, nous ne sommes pas la seule chaîne à souffrir, m'a-t-il confié ce matin. Ensuite, le mois d'août et particulièrement le milieu du mois d'août est traditionnellement la période la plus creuse de l'année. Enfin, le potentiel d'annonceurs susceptibles d'investir sur des événements sportifs est limité, or il a été très exploité lors de l'Euro de football, de Roland Garros, du Tour de France etc. ». Pour lui, l'effet décalage horaire n'est pas majeur. Philippe Santini n'évoque pas non plus le moral des troupes. A la régie de la chaîne, les salariés ont appris avant l'été que leur structure deviendrait sans objet en 2012 après la suppression de la publicité des antennes de France Télévisions. Difficile d'imaginer situation moins motivante pour des commerciaux.

Si TF1 et M6 ne retransmettent pas - ils ne seront pas encouragés par l'édition 2008 -, qui le fera ? Réponse : le service public. Et cette fois sans un sou de publicité. Les JO de Pékin auront en quelque sorte servi d'échauffement...

## JO: 36 millions de téléspectateurs français pour France Télévisions

Les jeux Olympiques de Pékin, du 8 au 24 août, ont été suivis sur France Télévisions par 36 millions de Français, soit 2 téléspectateurs sur 3, a indiqué lundi le groupe, dans un communiqué citant des chiffres de Médiamétrie.

"Le décalage horaire ne nous était pas extrêmement favorable, mais nous avons réussi à obtenir une audience moyenne en part de marché supérieure à celle d'Athènes", s'est félicité le patron des sports de France Télévisions, Daniel Bilalian, interrogé par téléphone depuis Pékin.

Pendant les 17 jours des Olympiades, France Télévisions a rassemblé 4 téléspectateurs des jeux sur 5, soit une moyenne de 1,3 million d'amateurs par jour, entre 3H00 et 20H20, pour une part d'audience de 25,6%.

La meilleure audience, hors cérémonie d'ouverture regardée par 4,992 millions de personnes, a été enregistrée le 17 août pour la médaille d'or des sabreurs français (4,3 millions de passionnés, soit 34% de part d'audience).

Pour ces JO, France Télévisions a déboursé 44 millions d'euros de droits de diffusion, auxquels s'ajoutent 12 millions d'euros de frais de production. Côté recettes publicitaires, le groupe ne dispose pas encore de chiffres exacts. "Aucun événement sportif, aussi glorieux soit-il, ne permet de rentrer dans son argent", a souligné à ce propos M. Bilalian.

Le groupe a également réalisé d'excellents résultats sur internet où l'intégralité des épreuves était proposée en direct avec 4 millions de visites sur les sites de [france2.fr](http://france2.fr), [france3.fr](http://france3.fr) et [france4.fr](http://france4.fr) (au total 36,5 millions de pages vues). Chaque jour, plus de 200.000 internautes ont regardé les directs.

Chez Canal+, Cyril Linette, directeur des sports du groupe, se dit "ravi des audiences". "Chez les abonnés (5,3 millions de foyers abonnés, ndlr) l'audience est en augmentation de 17% par rapport aux jeux d'Athènes. Les programmes en clair ont enregistré des pointes de 1 million à 1,2 million de téléspectateurs", a-t-il dit à l'AFP. Canal+ a investi 20 millions d'euros de droits de diffusion et un plus de 8 millions d'euros en frais de production.

Concernant les prochains JO de Londres, France Télévisions s'est offert l'exclusivité de la retransmission avec "des droits en augmentation d'une vingtaine de millions" a encore indiqué M. Bilalian. Le groupe, actuellement en négociation pour les jeux de 2014 et 2016, va également couvrir les JO d'hiver de Vancouver en 2010.

Du côté de Canal+, Cyril Linette reconnaît "a priori ne pas être engagé sur les prochains JO". "Ce sont les événements sportifs en exclusivité durant plusieurs mois qui génèrent des abonnements et nous intéressent", dit-il. "Mais nous sommes conscients que les JO renforcent l'image de Canal+ et, à terme, on se posera peut-être la question de la pertinence ou non d'aller à ceux de Londres", concède M. Linette.

## Cérémonie de clôture des JO: 3,893 millions de personnes devant France 3

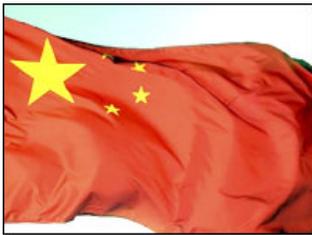
La cérémonie de clôture des jeux Olympiques, retransmis en direct dimanche après-midi sur France 3, a été regardé par 3,893 millions de téléspectateurs, selon les chiffres de Médiamétrie communiqués lundi par la chaîne.

La part d'audience s'est élevée à 33,4%, a précisé France 3.

La cérémonie d'ouverture du vendredi 8 août avait été regardée par 4,992 millions de personnes, soit près d'un téléspectateur sur deux.

<http://www.challenges.fr/depeches/20080825.AFP1020/?xtmc=audiencejoceremoniecloture&xtr=1>

-----  
<http://www.numerama.com/magazine/10517-iTunes-La-Chine-debloque-l-album-Songs-for-Tibet.html>



## iTunes : La Chine débloquent l'album Songs for Tibet

Guillaume Champeau - publié le Jeudi 28 Août 2008 à 18h31 - posté dans [Société 2.0](#)

Les internautes chinois peuvent de nouveau télécharger sur iTunes l'album *Songs for Tibet*, d'abord censuré par le Parti Communiste Chinois. Selon [Digital Music News](#), les autorités de Pékin auraient finalement [débloqué](#) l'accès à l'album, après avoir d'abord [bloqué complètement l'accès à iTunes](#), puis avoir limité la censure [au seul album pro-tibétain](#) distribué sur la plateforme d'[Apple](#). "Au total, quatre sources soit à l'intérieur de la Chine soit proches de l'album ont désormais confirmé la disponibilité [de l'album] à Digital Music News", rapporte le site. "Une des sources a téléchargé l'album entier depuis Pékin en utilisant une carte de crédit britannique, tandis qu'une autre a écouté des extraits de la compilation".

Comme l'industrie du disque en [fait régulièrement l'expérience](#), la censure a eu l'effet inverse de celui désiré. Selon le distributeur numérique [INGrooves](#), **les ventes de l'album ont quadruplé** depuis vendredi, après que l'information du blocage d'iTunes a fait le tour du monde.

Reste à savoir si la Chine a vraiment débloqué l'album d'iTunes de son propre chef, ou si contrairement à ce que nous avons parié, Apple a finalement défié le gouvernement chinois en contournant la mesure de censure par un changement d'URL. Il semble étrange, en effet, que *Songs for Tibet* ne soit débloqué que sur iTunes. L'album reste toujours bloqué sur Amazon, et les vidéos liées à l'album sont toujours bloquées sur YouTube...