

De France Télévisions à M6 ou Canal+, le Covid-19 a-t-il asphyxié les chaînes françaises ?

[Richard Sénéjoux](#)

Télérama 23/6/2020



Touchée par le report des JO, de Roland-Garros ou du Tour de France, France Télévisions ne renouvellera son offre qu'en janvier.

PHILIP FONG/AFP

Tournages de séries arrêtés, événements sportifs annulés, recettes publicitaires en chute libre... Publique ou privée, la télévision française a perdu son souffle durant la crise sanitaire. Comment va-t-elle se réanimer ?

Remboursez, remboursez ! » Canal+ ne s'attendait pas à une telle volte-face de la part de certains abonnés, fâchés d'être privés des matchs de Ligue1. Après l'arrêt, mi-mars, du championnat pour cause de pandémie, le chaîne cryptée avait décidé d'annuler [le dernier versement](#) des droits télé pour la fin de la saison – 11 millions d'euros, quand même. « *Canal+ n'a pas à assurer la trésorerie des clubs français. [...] On n'est pas une banque* », avait lancé son pdg, Maxime Saada, sur l'antenne d'Europe 1. Des abonnés, qui pour beaucoup déboursent encore 40 euros par mois, notamment pour

voir la Ligue 1, ont décidé de le prendre au mot : pas question pour eux non plus d'être la « banque » de Canal+, ils exigent un dédommagement.

Événements sportifs annulés ou reportés (Ligue 1, jeux Olympiques de Tokyo, Euro de football, Roland-Garros, Tour de France...), émissions suspendues ou produites en mode dégradé, tournages de séries et de fictions interrompus, effondrement de la pub... La crise sanitaire a mis les chaînes de télévision à rude épreuve, à l'image de toute l'économie du pays, qui tourne au ralenti depuis trois mois. Il a donc fallu s'adapter, et vite. « *Plus de la moitié de la grille de prime time s'est révélée indisponible, notre feuilleton quotidien [Demain nous appartient](#) a été interrompu [il a fait son retour à l'antenne le 15 juin, ndlr], relève le directeur des programmes de TF1, Ara Aprikian. Faut de pouvoir proposer certaines séries, comme Profilage ou Grey's Anatomy, nous sommes passés d'une seule case cinéma le dimanche soir à quatre par semaine. »*

Les « grands films familiaux », comme Harry Potter, [Le Dîner de cons](#) ou... *La 7e Compagnie*, se sont ainsi multipliés en soirée. On a aussi utilisé le système D : la série [Les Bracelets rouges](#), prévue à l'origine en deux parties, a été raccourcie en une seule. Des épisodes de [The Voice](#) (qui a repris le 6 juin) et de [Koh-Lanta](#) ont été raccourcis ou rediffusés, au grand dam des aficionados. Les matchs de l'Euro (initialement prévu du 12 juin au 12 juillet) sont remplacés par des films et des séries. Pris de court par le confinement, d'autres ont bricolé des émissions dans l'urgence : sur M6, Cyril Lignac a présenté [Tous en cuisine](#) depuis sa propre... cuisine. Et, sur C8, [l'ineffable Cyril Hanouna](#) a tenu plateau de son salon.

Jusqu'à 80 % de publicité en moins

Très impacté par le report des événements sportifs qui monopolisent ses antennes à cette époque, comme Roland-Garros ou le Tour de France, France Télévisions fait front. Réquisitionnée pour dispenser des cours magistraux de la primaire au lycée, France 4 a été regardée par un million d'enfants entre 9 heures et 17h30. « *Deux fois plus qu'à l'accoutumée* », se rengorge-t-on à France Télévisions, où l'on attend toujours la décision définitive du gouvernement sur l'arrêt de la chaîne, prévu en août prochain. Mais ça, c'était avant le Covid-19... Si les tournages des deux feuilletons quotidiens, *Plus belle la vie* (France 3) et [Un si grand soleil](#) (France 2) ont repris, beaucoup sont encore suspendus, en raison notamment de problèmes d'assurance, personne ne voulant prendre le risque financier en cas de retour de la pandémie – France Télévisions a d'ailleurs décidé d'assumer la moitié des surcoûts liés aux conditions sanitaires auprès des sociétés de production.

Des retards à l'allumage qui ont convaincu la présidente, Delphine Ernotte Cunci, de décaler à janvier 2021 la rentrée d'une bonne partie des programmes, qui se déroule habituellement en septembre. Pour soutenir les producteurs en difficulté, le groupe public va investir 20 millions d'euros supplémentaires dans la création française, soit 440 millions pour l'ensemble de 2020. Un coup de pouce qui sera renouvelé l'an prochain. De son côté, le ministère de la Culture a mis en place début juin le fonds d'indemnisation pour les tournages (cinéma et fiction) annoncé par le président de la République, doté d'une enveloppe de 50 millions d'euros.



France 4, qui était en sursis, a réuni plus d'un million d'enfants par jour pendant le confinement. Deux fois plus qu'à l'accoutumée.

PHILIP FONG/AFP

Face à l'effondrement de la pub (jusqu'à - 80 % au début de l'épidémie), les chaînes privées ont lancé des plans d'économies musclés. TF1 aura ainsi baissé son coût de grille de 10 % au premier semestre, réduisant la voilure d'une cinquantaine de millions d'euros. Un tiers des salariés s'est retrouvé au chômage partiel. « *Il n'y aura pas de plan social* », jure-t-on au sein de la chaîne Bouygues. Un maintien de l'emploi sur lequel M6 ne s'engage pas. « *Même si ça reste notre objectif, tout dépendra de la reprise* », glisse un porte-parole. La chaîne, qui a elle aussi eu recours au chômage partiel pour 30% de son activité, a annoncé une coupe inédite de 100 millions d'euros dans ses programmes – soit 20 % du budget.

Sur l'ensemble de l'année 2020, les recettes publicitaires de TF1 et de M6 pourraient ainsi baisser respectivement de 20 % et de 17 %, selon la banque Barclays. Du jamais-vu. À France Télévisions, le manque à gagner publicitaire devrait atteindre 55 millions d'euros sur l'ensemble de l'année, à cause notamment du report des JO de Tokyo à 2021. Résultat : pour la première fois sous l'ère Ernotte, entamée en 2015, les comptes plongeront dans le rouge en fin d'année. Un déficit (révisable) de 37 millions d'euros est officiellement annoncé. Si le groupe public dit qu'il va « *adapter [sa]*

trajectoire budgétaire à la crise », il ne devrait pas y avoir de coup de vis supplémentaire aux 400 millions d'euros d'économies déjà exigées par l'État d'ici à 2022, ni au plan de suppression de deux mille postes qui s'achèvera à la même date.

Canal+ est beaucoup moins dépendante des aléas de la pub (sauf pour C8 et CNews, dont les recettes ont chuté de plus de 70 % en avril), mais la fermeture des magasins type Fnac ou Darty, qui engrangent la moitié des ventes d'abonnements, a constitué un vrai handicap. On redoute aussi les conséquences de la crise économique sur le pouvoir d'achat des Français dans les prochains mois. *« À l'heure où nos concitoyens vont devoir faire des arbitrages dans leurs dépenses, la question de conserver un abonnement à la télé payante peut se poser »*, souffle Gérard-Brice Viret, le patron des antennes et des programmes. Une (nouvelle) fuite d'abonnés à la rentrée n'est donc pas à exclure. Déjà mise au régime sec par Vincent Bolloré, la chaîne boucle par ailleurs le plus grand plan de départs de son histoire. Lancé il y a quelques mois, il doit s'achever en septembre et touchera au final *« cinquante à cent personnes de moins que les cinq cents [prévues] initialement »*, selon les déclarations de Maxime Saada au site du *Point* le 11 juin.

La diffusion des films décalée

Côté programmes, la fermeture des cinémas et la suspension des tournages vont aussi décaler mécaniquement la diffusion des films sur la chaîne cryptée, qui les propose entre six et huit mois après leur sortie en salles. *« On risque de se retrouver avec un "trou" entre janvier et juin prochain, confie Gérard-Brice Viret. Mais nous saurons trouver des solutions. »* Et pour les quelques fans de la Ligue 1 qui réclament un remboursement? *« Canal+ est une chaîne généraliste qui repose sur trois piliers : le cinéma, le sport et les séries, poursuit le dirigeant. Certes, il y a eu moins de sport avec*

l'arrêt de la Ligue 1, mais les abonnés ont eu plus de cinéma en contrepartie ! Et la Premier League anglaise a fait son retour le 16 juin ; la Formule 1 reprend début juillet. »

À l'heure où nous bouclons, nous apprenons l'ampleur sans précédent du plan de suppression d'emplois annoncé il y a quelques semaines par le groupe NextRadioTV (BFM TV, RMC, RMC Sport...), propriété du milliardaire Patrick Drahi (Altice-SFR) : 380 postes sur 1280 salariés, un tiers des effectifs. À la télé comme ailleurs, l'ambiance n'est pas aux lendemains qui chantent.