

# L'essentiel



## 1,5 milliard d'euros de manque à gagner lié à la consommation illicite de contenus audiovisuels et de retransmissions d'événements sportifs en 2023

Dans un contexte de modification profonde et rapide des équilibres d'offre et de demande du secteur audiovisuel, marqué par l'arrivée de nouveaux acteurs, l'Arcom a souhaité remettre à jour l'évaluation de l'impact de la consommation illicite de contenus audiovisuels et sportifs pour l'économie française et les finances publiques. Il ressort de cette étude que le

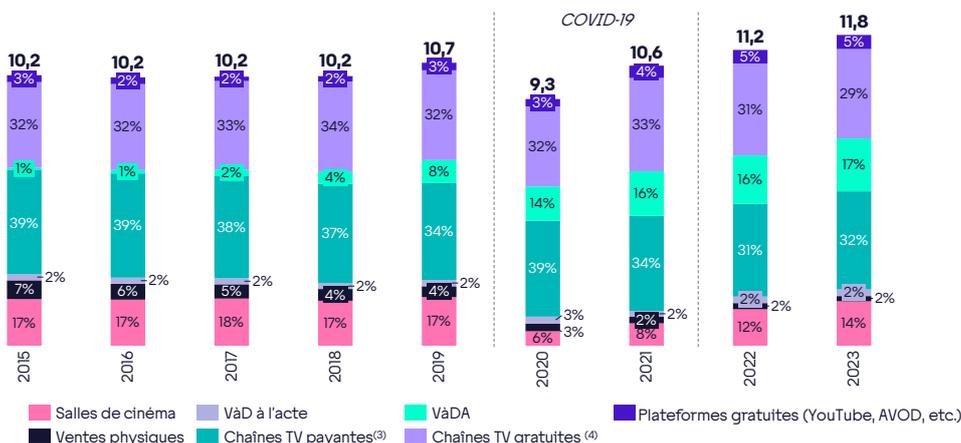
manque à gagner lié à la consommation illicite de contenus audiovisuels et de retransmissions d'événements sportifs en 2023 s'élève à 1,5 milliard d'euros, auquel s'ajoute un manque à gagner de 190 millions d'euros pour l'État en recettes fiscales et sociales.

### Un marché des contenus audiovisuels et sportifs évalué à 11,8 milliards d'euros en 2023

Le marché du contenu audiovisuel et sportif est **estimé à 11,8 milliards d'euros en 2023**. En hausse depuis 2019, ce marché est porté par la croissance de la VàDA, tandis que la télévision payante ne représente plus qu'un tiers des recettes (contre 40 % en 2016). Toutefois, les reve-

nus produits par les contenus diffusés par les **acteurs historiques de la télévision linéaire** - gratuite ou payante - concentrent **encore près des trois cinquièmes du marché** (61 %).

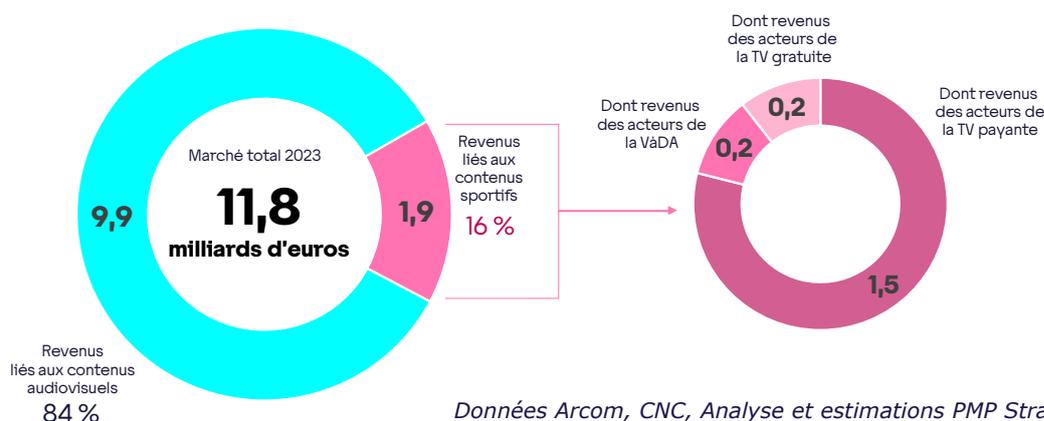
**Figure 1 : Évolution des revenus liés à la consommation de contenus audiovisuels et sportifs par mode d'exploitation 2015-2023, mds€**



Les revenus liés à la distribution de contenus sportifs **représentent en 2023 environ 16 % des revenus totaux** liés à la consommation de contenus, dont 13 % pour les acteurs de la télévision payante, 2 % pour les acteurs de la télévision gratuite et 2 % pour les acteurs de la VàDA.

Données Arcom, CNC, Analyse et estimations PMP Strategy

**Figure 2 : Répartition des revenus liés à la diffusion de contenus audiovisuels et sportifs 2023, milliards d'euros**



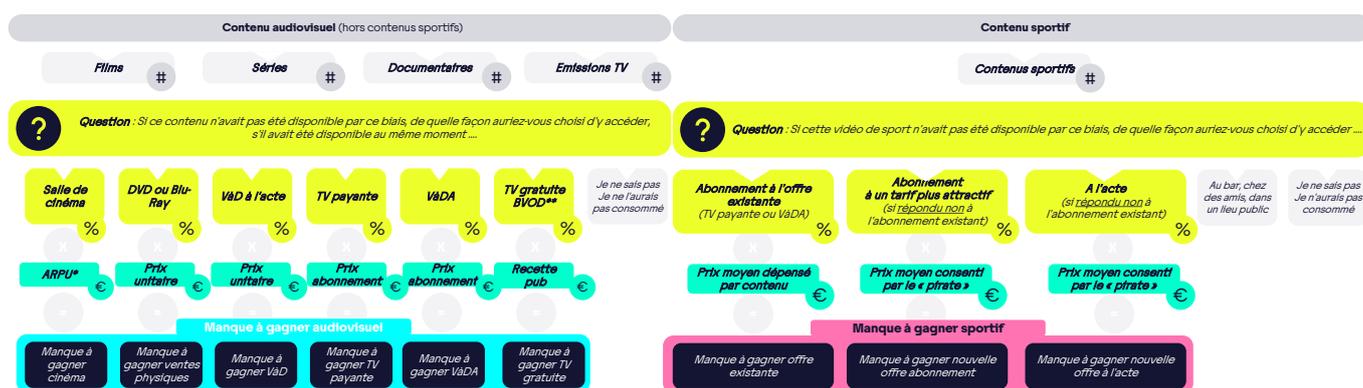
### Focus méthodologique : construction du taux de report

L'estimation du manque à gagner est calculée par mode d'exploitation, en tenant compte, d'une part, du volume de contenus illégaux consommés par les internautes et, d'autre part, du report potentiel de ceux-ci vers l'offre légale (taux de report), ces deux indicateurs étant issus d'une enquête quantitative réalisée à cet effet. L'estimation des prix moyens pratiqués sur chaque marché (billet de cinéma, abonnement mensuel de V&DA, DVD, etc.) permet de finaliser le modèle en calculant, pour chaque acte de consommation illégitime, une valeur théorique.

**Le taux de report vers l'offre légale est calculé par support de diffusion, et permet donc d'apprécier la propension des consommateurs de contenus illégaux à s'orienter vers chacun des supports légaux.**

Pour les consommateurs de contenus sportifs, partant du constat que l'offre et les modèles économiques sont moins stabilisés, il a été proposé aux répondants n'ayant pas choisi la réponse report « en payant un abonnement à la plateforme disposant de ce contenu » deux options supplémentaires : « sur une plateforme par abonnement à un prix moins élevé et/ou que je peux résilier à tout moment » et « sur une plateforme en payant uniquement pour le match à un prix réduit ».

**Figure 3 : Méthodologie de calcul du taux de report et du manque à gagner**



Source Arcom

## Un report potentiel vers l'offre légale élevé dans le domaine audiovisuel, plus limité s'agissant des contenus sportifs

Au total, **70 % des consommateurs de contenus audiovisuels illégaux (hors sport) seraient prêts à se reporter sur des supports licites en 2023** si les contenus étaient inaccessibles de manière illégitime, en hausse par rapport à 2019 (53 %). Ceci s'explique par l'accélération du développement de

l'offre légale, en particulier des offres de vidéo à la demande par abonnement (V&DA), qu'elles soient payantes ou hybrides, TF1+, France.TV, Arte.TV, M6+, entre autres, proposant désormais une offre non linéaire native en plus du service de *replay* traditionnel.

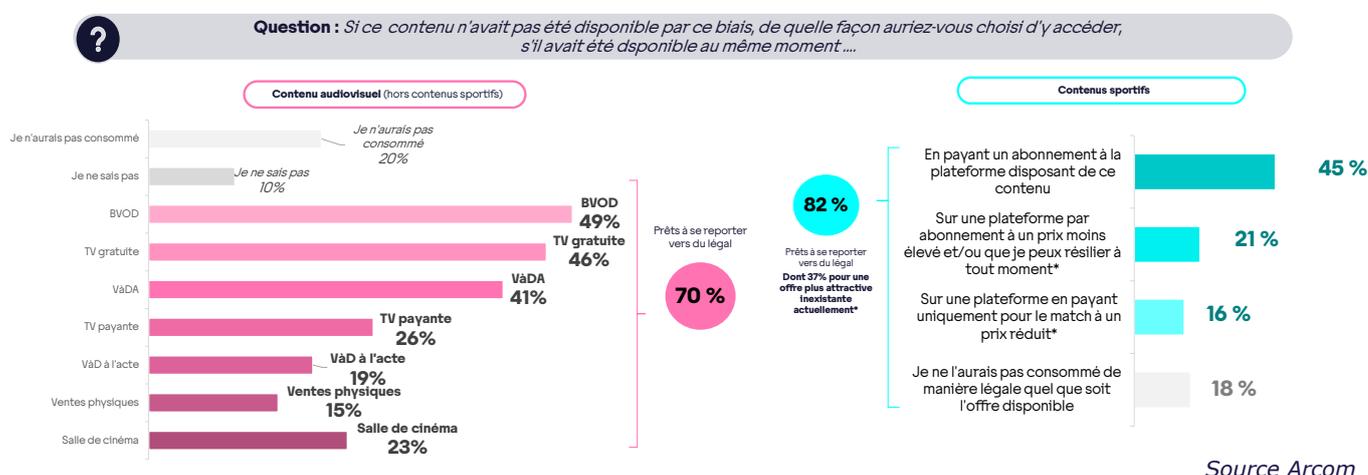
L'offre de contenus sportifs existante attirerait 45 % des consommateurs de contenus sportifs illicites si leur accès de manière illégale était impossible. L'attractivité de l'offre de contenus sportifs est plus faible que celle de l'offre audiovisuelle, ce qui pourrait s'expliquer, entre autres, par les incertitudes quant aux offres d'accès au championnat de football de la Ligue 1 durant la période d'interrogation des internautes (juillet 2024) et par des prix en moyenne plus élevés que celles des offres audiovisuelles généralistes.

Toutefois, 37 % des répondants, ayant préalablement déclaré qu'ils ne souscriraient pas à l'une des offres existantes, indiquent qu'ils seraient intéressés par une offre plus attractive. Plus précisément :

- 21 % par un service par abonnement à un prix moins élevé ou permettant de résilier à tout moment ;
- 16 % par un service « à l'acte » permettant de payer uniquement pour le match à un prix réduit.

Ces chiffres témoignent d'une demande pour des modèles et offres alternatives en matière de sport, permettant d'atteindre un taux de report théorique de l'ordre de 82 %. Cette perspective doit néanmoins être lue à l'aune de la réalité économique des droits de diffusion : le nombre restreint de droits « premiums » permettant de capter une audience importante et la forte intensité concurrentielle qui caractérise ces droits rendent difficile, pour les diffuseurs, de réduire leurs prix ou de revoir leurs modèles économiques.

**Figure 4 : Taux de report de la consommation illicite vers l'offre légale 2023, % des internautes consommateurs de contenus illicites**

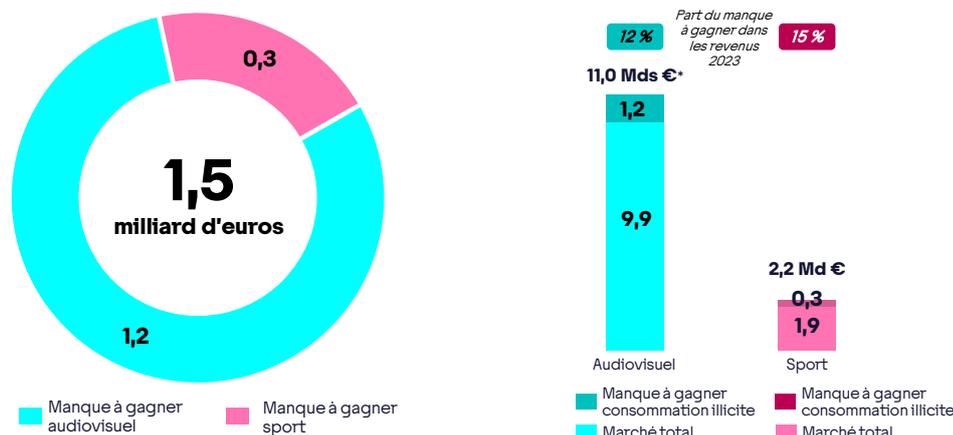


## Un manque à gagner estimé à 1,5 milliard d'euros, soit 12 % du marché

En 2023, le manque à gagner lié à la consommation de contenus audiovisuels et sportifs par des protocoles

illicites, évalué à 1,5 milliard d'euros, représente 12 % du marché audiovisuel légal actuel.

**Figure 5 : Manque à gagner lié à la consommation illicite de contenus audiovisuels et sportifs en 2023 (milliards d'euros)**



Source : Données Arcom, CNC, Analyse et estimations PMP Strategy

**Le manque à gagner dû au piratage est intrinsèquement lié au prix moyen évalué pour chaque fenêtre de consommation de diffusion. Il est ainsi particulièrement élevé pour les contenus audiovisuels consommés à l'acte** : 710 millions d'euros pour les ventes physiques et en VàD, soit 59 % du total ; accentuant leurs difficultés face à la baisse constante de la consommation légale. À l'opposé, en raison d'un revenu par consommateur faible, **les fenêtres de consommation financées par la publicité sont beaucoup**

**moins touchées** (60 millions d'euros, soit 5 % du manque à gagner total).

Pour les fenêtres de consommation par abonnements, et selon cette même logique **la télévision payante, compte tenu du prix moyen plus élevé acquitté par les abonnés, subit un manque à gagner supérieur à celui relatif à la VàDA** (190 millions contre 70 millions).

## Un manque à gagner de 1,2 milliard d'euros pour le secteur audiovisuel

Le manque à gagner relatif aux contenus audiovisuels (hors sport), évalué à 1,2 milliard d'euros, représente 12 % de la va-

leur de l'offre légale de ce segment de marché en 2023 (9,9 milliards d'euros).

## Un manque à gagner de 290 M€ pour le secteur sportif

Le manque à gagner relatif aux retransmissions sportives est évalué à 290 millions d'euros, soit 15 % de ce segment de marché. Les clubs professionnels sont les plus directement touchés (130 millions d'euros), compte tenu de leur dépendance aux droits de diffusion (en moyenne plus d'un tiers de leurs revenus).

La consommation de contenus illicites impacte donc fortement les clubs et leur capacité à être performants. Le sport amateur est également touché par l'intermédiaire de la taxe Buffet (5 % sur les droits de retransmissions) non perçue, pour laquelle le manque à gagner est évalué à 15 millions d'euros.

### Focus : impact sur les finances publiques

La consommation illicite présente aussi des conséquences négatives pour les finances publiques.

Les consommations et transactions légales qui n'ont pas eu cours génèrent un **manque à gagner théorique en TVA pour l'État estimé à 230 millions d'euros en 2023**.

De même, des cotisations sociales et patronales, ainsi que des impôts (impôt sur les sociétés, impôt sur le revenu) auraient été perçus au titre des emplois supplémentaires créés en cas de report de la consommation vers l'offre légale. On estime à **environ 190 millions d'euros** ce manque à gagner supplémentaire pour les finances publiques.

### Enseignements clés

- La consommation de contenus illicites génère un manque à gagner estimé à 1,5 milliard d'euros en 2023, soit 12 % du marché total légal.
- Le manque à gagner pour le seul secteur audiovisuel est estimé à 1,2 milliards d'euros, concernant principalement les ventes physiques et en VàD (710 M€), la TV payante (190 M€) et le cinéma en salle (160 M€).
- le manque à gagner pour les contenus sportifs s'élève à 290 millions, soit 15 % des recettes générées par les plateformes et diffuseurs légaux de sport en 2023.
- 70 % des consommateurs de contenus audiovisuels illicites déclarent être prêts à se reporter vers l'offre légale (contre 53 % en 2019).
- Les consommateurs de contenus sportifs illicites sont seulement 45 % à être prêts à se reporter vers les services légaux existants. 37 % d'entre eux y seraient également disposés s'ils jugeaient l'offre plus attractive.

### Méthodologie

- Étude socioéconomique menée pour l'Arcom par le cabinet de conseil PMP en deux phases :
  - analyse des secteurs de l'audiovisuel et du sport, via un travail de veille des données existantes et d'entretiens auprès de professionnels et d'experts ;
  - estimation du manque à gagner reposant sur les données d'une étude quantitative en ligne réalisée par Médiamétrie du 27 juin au 18 juillet 2024, auprès de 2 506 internautes âgés de 15 ans et plus, ayant pratiqué le téléchargement ou le streaming illégal ou ayant consommé des contenus récupérés illégalement, au moins une fois au cours des 12 derniers mois.

**Pour aller plus loin [www.arcom.fr](http://www.arcom.fr)**

Directeur de la publication :  
Roch-Olivier Maistre  
© Direction de la communication - Arcom

 @Arcom\_fr

 @ArcomFR

 @Arcom