

Pass L1 : 250 M€ de pertes cumulées, et pas d'effet booster pour Amazon Prime.

Ayant bénéficié en 2021 de conditions exceptionnelles pour le rachat des droits de la Ligue 1, Amazon devra décider à l'automne s'il participe aux enchères afin de poursuivre la diffusion du championnat de France de football. Mais outre qu'il a généré en deux saisons des pertes directes estimées à 250 M€, le Pass Ligue 1 n'a pas démontré, à ce stade, sa capacité à attirer en nombre de nouveaux abonnés vers Amazon Prime, et à les y fidéliser..

C'est au bénéfice du jet de l'éponge de Mediapro qu'Amazon est devenu à l'été 2021 le diffuseur principal de la Ligue 1 (8 matches sur 10 par journée de championnat), et à des conditions financières – 250 M€ par an – sans comparaison avec le montant promis par le groupe Catalan (780 M€ par an). Mais la situation particulière provoquée par la crise sanitaire n'est pas – a priori – appelée à se reproduire. C'est dans des conditions de marché redevenues « normales » qu'Amazon devra se positionner lors du nouvel appel d'offres.

Le Pass Ligue 1 n'a jamais dépassé son plus haut de la fin 2021

A la fin mars 2022, 5,6 % des Français interrogés dans le cadre du Baromètre NPA Conseil / Harris Interactive déclarait être abonnés au Pass Ligue 1, soit environ 1,7 million. Le service retrouve ainsi le niveau du printemps 2022, après les creux de la fin septembre, puis de la fin décembre 2022 (ce dernier étant probablement pour partie imputable à la pause que la Coupe du Monde au Qatar a imposé au championnat). Mais il n'a jamais dépassé son plus haut de la fin 2021, et les 6 % de pénétration qu'il avait alors atteint.

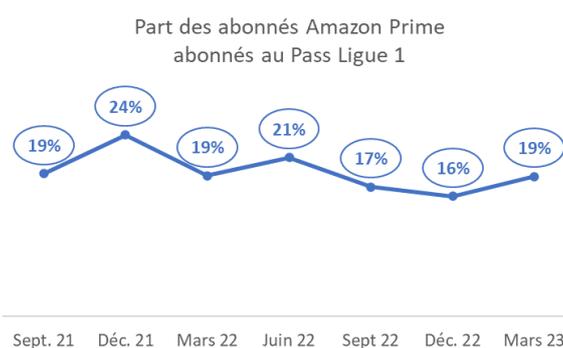
Cela confirme, par là même, que son exploitation est restée lourdement déficitaire au cours de ses deux premières saisons.

En retenant pour hypothèse

- une population de 1,6 million d'abonnés en moyenne sur la période (sur 10 mois sur 12),
- une base exclusivement composée de clients à la formule sans engagement (12,99 € par mois TTC, soit 10,8 € HT),
- et en supposant que 100 % du produit des abonnements est encaissé par Amazon (ce qui n'est sans doute pas le cas s'agissant de l'offre combinée avec RMC Sport),
- et une charge annuelle de 300 M€ (250 M€ de droits et 50 M€ de coûts complémentaires)

Le chiffre d'affaires du Pass Ligue 1 n'aura pas dépassé 170 M€ par saison, laissant une perte d'au moins 130 M€ par saison, soit près du double, à ce jour, après deux saisons d'exploitation.

Au-delà de son poids financier, le Pass Ligue 1 n'apparaît pas comme un levier décisif de recrutement et de fidélisation pour l'abonnement Amazon Prime : alors que les abonnés au premier représentaient fin 2021 près du quart des clients du second, le pourcentage est progressivement retombé en-dessous des 20%, et ne représente pas plus aujourd'hui qu'au lancement du forfait.



A propos de NPA Conseil :

Fondé en 2001, NPA Conseil est un cabinet de conseil stratégique et opérationnel au service de la transformation numérique de l'audiovisuel et des télécoms.

Son activité combine veille stratégique, notamment au travers de l'Insight NPA, études de cadrage, avec le Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive en particulier, et missions ad hoc.