

Le ballon rond sur mobile attise les convoitises

On le sait, le véritable fanatique du ballon rond aime se tenir au courant des derniers scores et des plus beaux buts de la journée. Cet inconditionnel est un spectateur averti, qui sait où et quand obtenir les informations les plus détaillées sur Henry, Ronaldo, Zidane et consorts. L'arrivée en France sur l'écran du mobile de ce sport culte est considérée comme une véritable révolution.

Seulement, sur le marché des droits sportifs cela provoque un certain flou. Selon Julien Billot, directeur marketing grand public d'Orange France, interrogé par le quotidien « *Les Échos* » : « *Sécuriser nos investissements dans les réseaux, les terminaux et le multimédia mobile est pour nous vital. L'acquisition de droits sportifs est au cœur de notre stratégie.* » Il est clair qu'Orange anticipe sur la démocratisation de la TV mobile, qui est encore pour l'heure réservée à des privilégiés. Rappelons que l'opérateur a investi **2 milliards d'euros** dans ce secteur. Mais la filiale de France Télécom n'est pas seule en lice. SFR est aussi sur le banc de touche et vient d'acquiescer la retransmission de 64 matchs du prochain Mondial en Allemagne. Selon les participants du Sportel la retransmission en intégral d'un match n'arrivera jamais, car la cible de la Télévision sur mobile est essentiellement nomade. Il s'agira de présenter des extraits, des résumés. La majorité des « intoxiqués » de la technique footballistique à la nantaise préférant de loin un bon 16/9ème plutôt qu'un mini-écran de téléphone portable. La télévision sur mobile ne va donc pas faire une concurrence frontale à la télévision, et pour les opérateurs de téléphonie la cible est toute différente. **Une fonction différente, mais complémentaire** Même si la prudence est de mise du côté des acteurs de la télévision quant aux réelles intentions des opérateurs de téléphonie, la question des droits sportifs reste posée. Et les détenteurs de droits doivent relever le défi d'une redéfinition complète des droits de retransmission, qui au final vont régir ce marché qui fait tellement saliver les opérateurs de téléphonie, de télévisions et les nouveaux producteurs de contenus spécialisés dans la télévision sur téléphone portable. Mais il y a un hic. Car la Fifa, la *Fédération internationale de football* et l'UEFA, l'*Union des associations européennes de football*, ne partagent pas la même opinion. D'un côté, la Fifa va différencier après la prochaine Coupe du monde de 2006, les droits à domicile classique des droits mobiles concernant la diffusion des extraits de match. De l'autre, l'UEFA, pour la Ligue des champions, a selon *les Échos* : « *inclus la reprise par diffusion hertzienne sur mobiles des chaînes dans les lots vendus aux télévisions et à leurs sites Internet* » Le casse-tête est donc loin d'être résolu. Reste que pour les petits chanceux qui profitent du foot sur leurs portables, regarder le dernier but du PSG sur son mobile à la terrasse de l'OM Café est un risque à considérer !