

## 2020-2021 : Le football français peut-il s'effondrer ?

# Ligue 1 : l'addition – hors droits TV – pourrait dépasser les 500 M€ sur la saison 2020/2021

Cette fois un masque ne suffira pas, fût-il destiné à se prémunir de la Covid 19 : pour la seule saison 2020/2021, les effets directement induits par la crise sanitaire (baisse de la fréquentation, impact sur le merchandising et retombées sur le sponsoring) sur le financement de la Ligue 1 devraient dépasser les 500 M€. Et la seule certitude que l'on peut retirer par ailleurs du pot-au-noir dans lequel la sphère des droits TV est plongée, est que le montant effectivement touché ne dépassera jamais... ce que de nombreux clubs ont déjà dépensé.

Dans la double tempête qui souffle, ce sont les fondations mêmes du football professionnel français qui peuvent être emportées. La demande de renégociation des droits de la Ligue 1 formulée par Mediapro, combinée à la crise sanitaire et la crise économique, apparaît comme le moment idéal pour rebattre les cartes et revoir de fond en comble le modèle économique du football français.

L'arithmétique est parfois cruelle, quand elle conduit à additionner les pertes et les manques à gagner. Pour les clubs de la Ligue 1, « l'effet Covid », sur la billetterie, sur le merchandising et sur le sponsoring pourraient totaliser 500 M€ de pertes sur la saison 2020/2021...

Le salut ne viendra pas du trading. Qu'en sera-t-il des droits TV ?

**SPORT INDEX, Sport Business Club et Sportune ont uni leurs efforts pour un état des lieux sans concession, mais aussi pour amorcer des pistes de solutions.**

### PLAN DE L'ETUDE

- Le salut passe par la maîtrise des salaires et l'harmonisation européenne des règles du mercato
- La fermeture des stades pourrait à elle seule doubler la perte des clubs de Ligue 1
- Merchandising : un risque proche de 290 M€
- Saison 2020-2021 : quels mouvements de sponsors pour les clubs de Ligue 1 Uber Eats ?
- Le sponsoring, victime collatérale de la restriction du huis clos
- A la bourse des transferts, le marché dévisse. Pas les salaires
- Conférence de presse de Mediapro : 600.000 abonnés et une procédure de conciliation au moins jusqu'en décembre
- L'actionnariat de MEDIAPRO
- TELEFOOT : un produit à repenser pour espérer un rebond en OTT
- En télévision, le football reste un programme phare
- Effectifs licenciés : le football à son plus haut historique

## 2020-2021 : Le football français peut-il s'effondrer ?

**1,5 Md€** - Charges opérationnelles totales des 20 clubs de Ligue 1 (+10% vs 2017-2018)

**850 M€** - Revenus droits TV Médiapro  
(pour le moment compensés par des prêts bancaires...)

**400 M€** - De dépenses lors du mercato estival 2020, soit moitié moins qu'en 2019

**300 M€** - De revenus lors du mercato estival 2020, 3x moins qu'en 2019

**290 M€** - De pertes potentielles liées aux revenus merchandising

**160 M€** - De pertes potentielles liées aux recettes des MatchsDay

Déjà **1,05 Md€** de pertes potentielles pour les 20 clubs de Ligue 1  
**Uber Eats** (opérations de mutation, perte de merchandising et de recettes MatchDay)

### BON DE SOUSCRIPTION

à retourner par mail : [npisana@npaconseil.com](mailto:npisana@npaconseil.com)

SOCIETE : \_\_\_\_\_  
Direction / Service : \_\_\_\_\_  
Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Tél / mail : \_\_\_\_\_

**990€ HT**