

Sur les 12,9 millions de foyers abonnés haut débit par la ligne téléphonique (ADSL), près de la moitié peuvent déjà accéder à une offre de télévision et un quart a effectivement activé cette option.

Pour le Groupe Canal+, les rythmes de croissance attendus dans les cinq prochaines années (8 % par an pour l'ADSL, de 26 % à 33 % pour le nombre de foyers regardant effectivement la télévision via ce réseau) imposent de réagir. Fin 2006, sur les 10,2 millions d'abonnés du groupe, 7,3 souscrivaient à une offre par satellite distribuée directement par le Groupe Canal+. Tout l'enjeu pour le groupe tient dans la capacité qu'il aura à conserver des contenus exclusifs et à empêcher les opérateurs ADSL de constituer eux-mêmes des bouquets de programmes payants aussi attractifs que sa propre offre. Faute de quoi, quand le raccordement ADSL deviendra aussi commun que celui à l'eau ou au gaz, il ne pourra plus vendre à l'abonné une offre "premium" de télévision à 30 euros par mois. "La Tribune" du 4 avril