

Manchester City fait appel, Rogers prend tout MLSE

Une décision majeure sur les règles financières du football anglais, une acquisition au Canada et une scission à New York : la propriété et le contrôle des clubs dominent la semaine. Fubo et le Mondial de rugby 2027 montrent aussi comment vendre l'accès au sport.

Références consultables depuis les liens au fil du texte. Les bilans publiés après la semaine couverte portent leur date de publication.

AU SOMMAIRE

- 01 / Manchester City conteste la décision de la commission
- 02 / Rogers devient l'unique propriétaire de MLSE
- 03 / MSG prépare deux sociétés cotées pour les Knicks et les Rangers
- 04 / Fubo propose de composer un abonnement autour de son équipe locale
- 05 / Le Mondial de rugby 2027 a déjà vendu plus de la moitié de ses billets

01 / Manchester City conteste la décision de la commission

La Premier League a publié le 29 septembre les conclusions d'une commission indépendante reconnaissant Manchester City responsable de graves manquements à ses règles financières entre 2009-2010 et 2017-2018. La commission retient notamment des revenus et des charges présentés de manière inexacte, ainsi que des manquements à la coopération avec l'enquête. Le club rejette ces conclusions, affirme son innocence et a déposé un appel le 1er octobre. Les sanctions doivent être examinées séparément : à la clôture de cette édition, aucune peine définitive n'est annoncée.

Le dossier touche au contrôle de l'argent apporté par les propriétaires et enregistré dans les comptes des clubs. La distinction entre recettes commerciales et soutien de l'actionnaire peut modifier la marge de dépense autorisée. L'enjeu pour le championnat est de faire appliquer des règles communes tout en respectant les recours. Pour les partenaires et les autres clubs, cette procédure prolongée entretient surtout une incertitude sur les conséquences sportives et financières à venir.

Premier League, 29 septembre 2026 ; Manchester City, 2 octobre 2026

02 / Rogers devient l'unique propriétaire de MLSE

Rogers a finalisé le 1er octobre l'achat des 25 % de Maple Leaf Sports & Entertainment encore détenus par Kilmer Sports, pour 4,35 milliards de dollars canadiens. Le groupe possède désormais la totalité de MLSE, qui comprend notamment les Toronto Raptors, les Maple Leafs, Toronto FC et la Scotiabank Arena. Rogers annonce aussi la création de Rogers Sports pour réunir ses activités sportives, médias et de divertissement, dont les Blue Jays et Sportsnet. Le prix publié porte uniquement sur la participation de 25 % rachetée.

Le groupe rassemble ainsi des équipes, des lieux de spectacle et un diffuseur. Cette proximité peut faciliter la vente d'offres aux annonceurs ou la promotion des matchs auprès de ses clients. Elle ne garantit pas des économies automatiques : chaque franchise conserve ses besoins sportifs et ses coûts. Le défi sera de faire travailler ces activités ensemble sans réduire la qualité de l'expérience qui donne aux supporters envie de revenir et de s'abonner.

Rogers, 1er octobre 2026

03 / MSG prépare deux sociétés cotées pour les Knicks et les Rangers

Le conseil d'administration de MSG Sports a approuvé le 30 septembre la séparation des activités des New York Knicks et des New York Rangers. L'opération doit aboutir le 26 octobre, sous réserve des conditions restantes, à deux sociétés cotées distinctes. Les actionnaires doivent recevoir une action de la nouvelle société Rangers pour deux actions MSG Sports détenues. James Dolan restera à la tête des deux ensembles. Il s'agit d'une réorganisation de l'actionnariat existant, pas de l'annonce de la vente d'une des équipes à un nouvel acquéreur.

Cette séparation permettra aux investisseurs d'évaluer plus directement l'activité NBA et l'activité NHL. Les recettes, les dépenses et les perspectives de chaque équipe deviendront plus faciles à distinguer. C'est une autre façon de chercher à valoriser des franchises que de les réunir dans un grand groupe. Le résultat dépendra toutefois de leurs performances économiques propres : deux cotations ne créent pas, à elles seules, davantage de billets vendus ou de revenus de sponsoring.

MSG Sports, 30 septembre 2026

04 / Fubo propose de composer un abonnement autour de son équipe locale

Fubo a lancé le 29 septembre My Local Sports dans certains marchés américains. Cette option permet d'ajouter une chaîne sportive régionale à Fubo Sports, son bouquet de plus de vingt chaînes comprenant notamment l'accès à ESPN Unlimited. Le tarif de base annoncé est de 64,99 dollars par mois après la promotion du premier mois ; l'option locale est facturée en supplément, à un prix qui varie selon le marché. Toutes les équipes ne sont donc pas accessibles partout dans les mêmes conditions.

L'offre répond à une difficulté fréquente pour les supporters : trouver les matchs de leur équipe sans prendre un bouquet complet de télévision. Pour Fubo, le sport local peut donner une raison de conserver l'abonnement pendant toute la saison. La promesse doit cependant rester lisible. Si les suppléments, les restrictions géographiques et les compétitions manquantes deviennent difficiles à comprendre, le gain de simplicité disparaît. Le prix total réellement payé sera plus parlant que celui du bouquet d'entrée.

Fubo, 29 septembre 2026

05 / Le Mondial de rugby 2027 a déjà vendu plus de la moitié de ses billets

World Rugby a annoncé le 30 septembre que 1,3 million de billets avaient trouvé preneur pour le Mondial masculin 2027 en Australie, soit plus de la moitié du stock. Les acheteurs proviennent de 164 pays. Le tournoi passera à 24 équipes et 52 matchs, avec des places proposées à partir de 40 dollars australiens pour les adultes et 20 pour les enfants. L'organisateur prévoit aussi quelque 250 000 visiteurs internationaux : cette dernière donnée reste une estimation, contrairement au bilan de billetterie déjà annoncé.

Vendre tôt donne de la visibilité aux organisateurs, aux villes d'accueil et aux entreprises du tourisme. Cela laisse aussi du temps aux supporters pour financer un voyage long et coûteux. Le nombre de billets ne raconte toutefois pas tout : plusieurs achats peuvent venir d'une même personne, et la demande peut varier fortement selon les rencontres. Remplir les affiches moins attendues sera déterminant pour que l'élargissement du tournoi profite réellement aux nouvelles sélections et aux territoires hôtes.

World Rugby, 30 septembre 2026

En bref

28 septembre - Infront devient l'agence principale des droits marketing de World Table Tennis pour huit ans, jusqu'en 2034. Les Championnats du monde ITTF rejoindront le périmètre à l'expiration de leurs engagements existants. L'objectif est de proposer aux marques une offre commune à plusieurs compétitions et marchés. *Infront, 28 septembre 2026*

1er octobre - TGL prolonge son accord de diffusion avec ESPN pour plusieurs années, avant le début de sa troisième saison le 27 décembre. La continuité du diffuseur donne un point d'appui à cette jeune ligue de golf en salle pour installer un rendez-vous régulier auprès du public. *Barrett Media, 1er octobre 2026*