

Le sport, expression suprême de la mondialisation économique

Gautier Fontanel
Liliane Bensahel
Jacques Fontanel

Géoéconomie du sport .

Le sport au cœur de la politique et de l'économie internationales.

Ed. Maxence Fontanel et Jacques Fontanel

L'Harmattan, Paris, 2009.

Résumé : Le sport diminue l'importance des valeurs nationalistes en faveur de celles du commerce. Son poids économique et sa marchandisation ont un impact directe et indirect considérable, notamment dans la justification de la globalisation et de la mondialisation économiques. Le sport propose comme modèle une gestion mondiale hantée par la réussite économique. L'économie internationale est directement et indirectement impactée par le pouvoir exceptionnel de communication des sports, notamment par les Jeux Olympiques, la Coupe du Monde de Football ou le football américain. La vie économique des sports à haute intensité médiatique influence des rapports salariaux ou de revenus des individus en fonction de leur capacité à provoquer des résultats positifs au sein d'une équipe. La leçon est semble-t-il retenue par les entreprises, qui peuvent aussi justifier non seulement l'importance de certains salaires par rapport à d'autres, mais aussi les inégalités des revenus jugées indispensables à la réussite collective (rappelant indirectement le théorie économique du « ruissellement ». En revanche, il est bien ancré dans les tares sociétales modernes, comme le racisme, la tricherie et les excès de toute nature (dopage), la corruption, la spéculation, la violence gratuite et la hantise des actes de terrorisme.

Mots clés : Sport, globalisation, mondialisation, inégalités économiques, profit , théorie du ruissellement, succès économiques, dopage, corruption,

Summary : Sport diminishes the importance of nationalist values in favor of those of commerce. Its economic weight and its commodification have a considerable direct and indirect impact, notably in the justification of globalization and economic globalization. The sport proposes as a model a global management haunted by economic success. The international economy is directly and indirectly impacted by the exceptional power of communication of sports, including the Olympic Games, the World Cup Football or football. The economic life of media-intensive sports influences the wage or income ratios of individuals according to their ability to bring about positive results within a team. The lesson is apparently taken by the companies, which can also justify not only the importance of some wages compared to others, but also the inequalities of the incomes judged essential to the collective success (recalling indirectly the economic theory of "run-off." On the other hand, it is well anchored in

modern societal deficiencies, such as racism, cheating and excesses of all kinds (doping), corruption, speculation, gratuitous violence, and haunting acts of terrorism.

Key words: Sport, globalization, globalization, economic inequalities, profit, runoff theory, economic success, doping, corruption.

« La globalisation définit l'intégration des activités productives et commerciales dans un système de marché global, dans le contexte d'une multiplicité de liens et d'interconnexions entre les Etats et les sociétés qui forment le système mondial »¹. Elle suppose l'ouverture et la liberté des marchés financiers, la transnationalisation des stratégies des firmes oligopolistiques, la diffusion des technologies, des avoirs et des conduites uniformisées de consommation, mais aussi la diminution des rôles des gouvernements et une nouvelle régulation économique et sociale encore en devenir. Le sport est devenu un instrument essentiel de cette mondialisation.

Avec la fin de la guerre froide, les considérations nationalistes ont perdu de leur poids face à l'expansion des firmes transnationales. En 1996, le poids de l'argent n'a pas résisté à l'appel de Coca-Cola et de Nike pour le choix du site des Jeux Olympiques d'Atlanta, face aux symboles sportifs qui plaidaient pour Athènes, récompensée huit années plus tard cependant. Devant les critiques formulées à son encontre, le CIO, trop occupé à servir les pouvoirs de l'argent et du politique, a souhaité récupérer la charge symbolique d'Athènes d'une réintroduction des valeurs authentiques de l'olympisme pour redorer un blason déjà bien terni par les multiples histoires politico-économiques. Dans cette opération de séduction, ses contraintes et exigences ont conduit à un fort endettement de la ville d'Athènes, ville ligotée par l'idée qu'elle s'est fait de l'olympisme et de son potentiel de développement.

Depuis quelques années, on assiste à une perte des valeurs nationalistes en faveur des valeurs commerciales, au regard de l'importance accrue du poids économique du sport. Même s'il connaît des dérives qui ternissent son image, le sport se présente comme un précurseur et un professeur de la mondialisation économique.

La perte des valeurs nationalistes en faveur du commerce

Face aux intérêts financiers et des règles de la concurrence, le sport a perdu partiellement la protection de ses valeurs spécifiques, notamment celles qui tenaient à la nationalité. Aujourd'hui, l'Union européenne engage le sport dans l'univers néo-libéral, sans référence suffisante à la spécificité du sport. Avec les arrêts Bosman puis Malaja, elle a conduit la dérégulation, en refusant, en principe, que le sport soit protégé des lois du marché, même s'il propose des valeurs éducatives, sociales et d'intégration incontestables. Au fond, le monde marchand s'impose lorsqu'il s'agit du sport professionnel. Si la libre circulation des joueurs est un droit nouveau qu'il faut défendre, la concurrence ne produit pas toujours les meilleurs résultats dans l'ordre de l'équité dans la compétition.

L'entrée en Bourse des clubs est même susceptible d'accélérer ce mouvement, même si les premiers résultats des clubs engagés dans ces opérations ne sont pas toujours très convaincants. Avec la crise financière d'octobre 2008, le surendettement des clubs

¹ Fontanel, J. (2005), La globalisation en « analyse ». Gééconomie et stratégie des acteurs. Collection « La Librairie des Humanités », L'Harmattan, Paris.

anglais (plus de 4 milliards d'euros) a ainsi été mis à jour. Les Présidents et propriétaires de nombreux clubs ont été des mécènes dont la capacité financière rassurait les créanciers. Aujourd'hui, touchés par la crise spéculative, leurs apports financiers, jusqu'alors semblables au tonneau de Danaïdes, risquent de se tarir. Cependant, l'UEFA (Association de football de l'Union européenne), dirigée par Michel Platini, ne souhaite toujours pas mettre en place un organisme de contrôle des budgets des clubs semblables à ceux qui existent en France. Il reste à souhaiter que la crise ne vienne pas frapper aussi durement les fédérations italiennes, anglaises ou espagnoles aux dettes colossales au regard de leurs chiffres d'affaires, à quelques exceptions près.

Les questions relatives aux règles de transferts, à la limitation du nombre des joueurs étrangers dans les équipes ou à l'existence d'un contrôle de gestion strict se posent avec acuité. Cependant, les Etats sont souvent dépendants des lobbys engagés dans le commerce du sport, lesquels n'ont pas pour vocation de développer l'imaginaire national ou le goût du sport amateur. La « loi d'airain » du profit commence à s'imposer dans l'ensemble des activités sportives de haut niveau.

Au moment où les défenseurs des droits de l'homme s'insurgent contre la politique des droits de l'homme et d'expansion impérialiste au Tibet de la Chine, la demande de boycott des Jeux Olympiques de 2008 a échoué. La Chine est devenue un acteur majeur du monde économique, ce qui a d'ailleurs justifié son choix en 2001. Ce pari économique des grandes sociétés occidentales protège les investissements économiques au détriment des considérations politiques. La répression au Tibet ne pèse pas bien lourd au regard de l'influence croissante de la Chine dans le commerce avec les Etats-Unis et l'Afrique. La mondialisation de l'économie constitue une protection contre les opérations politiques au moyen du sport, car trop d'intérêts économiques sont en jeu. La Chine dispose de plus de 1500 milliards de dollars de réserves financières, souvent sous forme de fonds souverains, ce qui en fait un investisseur majeur dans le monde. Son gouvernement reste sourd aux demandes politiques des organisations internationales, comme il refuse, dans le domaine économique, à réévaluer sérieusement sa monnaie et à respecter à la lettre les règles du commerce international. Dans ces conditions, les interdépendances d'intérêts économiques prédominent chez les décideurs politiques, mettant ainsi en évidence l'influence croissante de la géoéconomie. Certes, il sera toujours avancé l'argument du respect des athlètes pour participer aux J.O., mais ceux-ci sont surtout là pour donner bonne conscience aux Etats occidentaux. Il faut espérer que l'organisation de J.O. conduise à une ouverture accélérée de la Chine vers le reste des normes internationales. L'accueil de milliers de journalistes et de millions de spectateurs ne sera sans doute pas suffisant pour faire de la Chine une démocratie, mais l'évocation de cette possibilité permet aux hommes politiques de tout bord de justifier leur attitude. Les 70 chefs d'Etat qui ont participé à la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques à Pékin ont renvoyé la question du Tibet aux Calendes grecques, arguant l'importance de ces Jeux pour l'ouverture économique, politique et sociale de la Chine, la nécessité pour les sportifs de concourir et l'importance de l'attente ludique des spectateurs et téléspectateurs. Personne n'a évoqué l'importance des lobbys marchands qui, pourtant, sont essentiels dans les choix des pays occidentaux d'ouverture de leur commerce. Au fond, tout est pensé comme si les relations sportives et culturelles étaient libres de tout engagement politique.

À l'échelle planétaire, la finale de la Coupe d'Europe de football ou la finale des championnats du monde, intéressent plusieurs milliards de téléspectateurs, en audience cumulée. Les intérêts économiques sont alors colossaux, dans une période et dans un lieu bien déterminés, qui permettent des campagnes de promotion mieux ciblées. Jamais, au cours de l'histoire, il aurait été imaginable de considérer que des événements de ce type soient suivis par une si grande part de la population du monde. Au point qu'on peut se

demander si cette culture véhiculée par la télévision ne devient pas la culture dominante de la planète. L'expansion de la télévision comme média de masse est intimement liée à la diffusion de certains sports. Aux Etats-Unis, cet essor, dans les années 40 et 50, doit beaucoup à la diffusion intensive de trois sports : le football américain, le base-ball et la boxe. En France, la télévision est devenu un media incontournable en diffusant les épreuves de cyclisme et de rugby. La possibilité de suivre, en temps réel, les arrivées du Tour de France a conduit à une amélioration de l'équipement télévisuel des foyers. Canal Plus, chaîne cryptée créée en 1983, va s'imposer sur la scène médiatique grâce au football. Déclarée par ses soins « chaîne du sport », la diffusion des spectacles sportifs qu'elle offre est pour le moins très inégalitaire dans ses choix disciplinaires. Dans ce contexte, les retransmissions télévisées exercent un rôle fondamental sur tous les sports soit parce qu'ils sont régulièrement diffusés, soit parce qu'ils sont superbement ignorés.

La télévision offre un regard singulier sur les exploits sportifs, notamment lorsque les actions sont le résultat de gestes brefs et rapides. La télévision, par les reprises immédiates et incessantes, par les ralentis, les gros plans, permet de les voir et de les revoir, afin de prolonger le plaisir à l'infini avec l'utilisation des vidéos et autres lecteurs de CD. Dans ce contexte, les valeurs traditionnelles (et sans cesse rabâchées) du sport n'ont plus de priorité. Il s'agit d'abord d'assurer un spectacle et de modifier les règles pour rendre le sport attractif et télévisuel. Les propositions de gestion d'un sport répondent plus alors aux nécessités du spectacle et du profit qu'aux valeurs sportives, éducatives et formatrices déclarées. Ce qui ne veut d'ailleurs pas dire que les deux critères soient toujours opposés.

Un des objectifs du sport est d'améliorer la santé du corps. Tout Etat doit favoriser la diffusion de l'ensemble des pratiques sportives parmi la population. Cependant, les lois du marché favorisent les sports à la mode et ils négligent les autres. Il se crée une sorte de spirale vicieuse. Les sports diffusés par la télévision deviennent plus populaires, les fédérations correspondantes demandent de nouvelles installations publiques, les pouvoirs publics cherchent à répondre à cette demande, conduisant ainsi à un déséquilibre de l'offre sportive. En outre, sauf s'ils sont olympiques, les sports non médiatisés reçoivent très peu d'aide de la part de l'Etat. Sur quatre-vingt-deux (82) fédérations sportives, plus de soixante-deux (62) n'ont pas droit à une seule seconde de petit écran, alors que le football, le tennis et le cyclisme sont très présents, chaque jour, dans les « lucarnes magiques ».

Le sport est envahi par les supports publicitaires. Il aurait été inconcevable, dans les années 1980, que les maillots des équipes nationales aient des inscriptions publicitaires de marques. Généralement, seul le nom de la Nation était inscrit. Aujourd'hui, certaines fédérations admettent cette publicité directe pour un produit ou une firme, même si des contrôles sont réalisés dans les compétitions officielles. Il n'empêche que les logos sont bien visibles et suffisamment connus pour exercer leur rôle de prescripteurs. En outre, les messages publicitaires et les slogans couvrent les stades entiers sur d'immenses panneaux installés à cet effet. Dans ce contexte, l'influence politique s'efface au bénéfice des intérêts économiques.

Les Fédérations « publiques » sont condamnées à une co-existence avec le monde économique. Des entreprises comme Nike cherchent à convaincre les consommateurs que le sport de compétition n'engage pas seulement l'amour de la Patrie, mais plutôt l'accomplissement et la joie personnels de chacun. Au fond, l'activité sportive doit être vécue comme une aventure individuelle, avec un équipement adapté, afin de mieux ressentir les sentiments de plénitude fondés sur l'effort sportif et la réalisation de ses performances espérées. Même les équipes nationales deviennent des supports publicitaires pour les firmes. A tous les entraînements télévisés, l'équipe de France de

football porte un maillot où seul le logo de Carrefour attire le regard. Il s'agit d'associer la jeunesse de la France avec une marque de grande distribution, celle-ci étant alors perçue comme un soutien à la réussite d'un projet sportif qui enflamme l'imaginaire du supporter. Si celui-ci conserve encore l'image d'une équipe de France qu'il souhaite voir gagner, les logos des maillots le conduit à relier directement son amour inconditionnel à l'équipe nationale avec celui d'une marque qui entre ainsi dans le cercle privilégié des soutiens d'un projet commun.

L'essor du poids économique du sport

Dans le langage populaire, le Sport est une activité favorable à la santé publique, à la détente, aux loisirs, à l'intégration sociale, mais c'est aussi une, activité économique en forte croissance. C'est un facteur de développement économique en matière d'emplois nouveaux, de recherche et d'applications technologiques. Si l'ensemble de son secteur est hétérogène, il est souvent indiqué que son influence économique représente près de 3 % du commerce mondial, avec plus de 150 milliards de dollars de recettes partenariales, droits de retransmissions télévisées et billetterie. Le chiffre d'affaires des articles de sport dépasse 250 milliards d'euros. Il faudrait aussi ajouter la presse, la presse spécialisée et l'influence médiatique de ce type d'activité. En élargissant l'audience du sport, la télévision a accru l'intérêt, comme partenaires ou comme opérateurs, des firmes multinationales. Avec le développement du sport professionnel et l'importance économique et médiatique du sport comme spectacle, le sport élargit son domaine d'action aux relations internationales, à la nécessaire récompense des vainqueurs (justifiant ainsi les inégalités de revenus) et à la concurrence comme facteur essentiel de la vie. En 1896, les premiers Jeux olympiques d'Athènes furent suivis par quelques milliers de spectateurs. Il y avait 9 compétitions, treize pays et 285 participants. À Pékin, plus de 5 milliards (en cumulé) de téléspectateurs ont suivi les J.O. avec passion, avec 10.450 athlètes en compétition représentant 201 comités olympiques nationaux. La mondialisation des J.O. est donc bien établie².

À une autre échelle, la compétition est féroce entre les villes candidates à l'organisation des Jeux Olympiques. Les municipalités souhaitent ainsi améliorer leur image, leur notoriété, mais aussi leur potentiel économique avec le soutien de l'Etat et des firmes multinationales. Elles évoquent souvent la recherche d'un développement durable. Être retenu comme site olympique, c'est aussi devenir la capitale du monde sportif pendant au moins deux semaines. Dans ce contexte, les villes se mettent en scène, afin d'attirer les investissements et accroître leur réputation. Les villes olympiques appartiennent à un club fermé. Pour les Jeux Olympiques de 2012, Londres, ville du néo-libéralisme, l'a emporté sur Paris, la ville sans doute au meilleur dossier. Les choix constituent de véritables enjeux géopolitiques et les qualités du dossier sportif ne pèsent pas lourd au regard des "amitiés" diplomatiques et des intérêts économiques. Les dirigeants des Etats ne s'y trompent pas. Ils participent concrètement au recueil des voix des membres d'un Comité International Olympique dont les valeurs démocratiques et morales ont souvent été contestées par sa composition et ses pratiques. Il est paradoxal de constater le poids accordé par les chefs de gouvernement à cette opération médiatisée, malgré les menaces d'attentats et de faillite financière que l'organisation des J.O. ne manque pas de faire surgir.

Les manifestations sportives mondiales représentent des enjeux énormes, sur le plan

² Fontanel, G., Fontanel, J. (2008), Les feux géoéconomiques de l'Olympe, ci-dessous.

politique mais aussi sur le plan économique. Les sommes investies dans ces événements sont conséquents, les multinationales et les grands groupes financiers utilisent le sport non seulement pour augmenter leurs profits, mais aussi pour faire triompher leur idéologie de base, toujours présente, jamais exprimée clairement. Conditionnées par les médias, les foules sont animées par l'esprit de compétition et le culte de la performance sans limites, elles sont convaincues de la légitimité du combat perpétuel, elles acceptent la reconnaissance de la domination du vainqueur couvert d'or et de prestige et elles s'habituent à la soumission du faible au fort et à l'inégalité des revenus. Désormais, les grands groupes industriels, les médias et les clubs sportifs sont conditionnés par un monde où seules la performance et la loi du marché règnent.

La marchandisation des épreuves suppose la valorisation des athlètes par la réalisation d'exploits sans cesse renouvelés. La quête des records en athlétisme et en natation commence à être contestée, car elle favorise les pratiques du dopage. La crainte des organisateurs, c'est de ne plus avoir de performances significatives au regard des exploits sportifs précédents d'athlètes aux capacités physiques soutenues par des produits stimulants. Ainsi, plus personne n'attend à court terme un record du monde du 100 mètre femmes, tant sa détentrice, décédée brutalement depuis, l'a situé à un niveau élevé au regard des possibilités physiques des autres athlètes. Les contrôles antidopage réduisent alors l'intérêt de la compétition, si celle-ci ne se résume pas seulement à un rapport de force immédiat entre les athlètes, mais aussi à une lutte contre le chronomètre.

Le sport suppose la mise en place d'infrastructures particulières, ce qui provoque inéluctablement des choix collectifs et des luttes de pouvoir. La pratique du sport est souvent analysée initialement sous l'angle du développement durable et de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations, mais c'est surtout l'occasion d'un « business » florissant. La dernière coupe du monde de football a permis d'injecter près de 4 milliards d'euros d'investissement dans l'économie allemande jusqu'en 2008. L'organisation des grands événements sportifs ou les droits de retransmissions télévisuels constituent des opportunités de développement et de dynamisation pour les pays, régions et villes organisateurs. Les Jeux olympiques de Séoul en 1988, d'Athènes en 2004, d'Albertville en 1992 ont permis un essor économique et touristique important de ces régions avec le développement d'infrastructures d'hébergement et de transports notamment. La redistribution de l'argent généré par le sport de haut niveau est également un enjeu important.

Cependant, le sport n'est pas protégé contre les dérives de la mondialisation excessive. Si le football n'est pas simplement l'opium du peuple, c'est aussi un spectacle qui conditionne la vie de ses supporters et la vie des médias. La défaite de la France contre l'Autriche pour les qualifications à la Coupe du Monde de Football en Afrique du Sud a eu une couverture médiatique plus grande concernant le cas de son sélectionneur que la résolution partielle du conflit entre la Russie et la Georgie et les catastrophes naturelles qui ont sinistré des milliers de personnes dans les Caraïbes. La passion du sport n'est pas toujours incompatible avec une conscience politique, mais elle l'adoucit sur bien des points. Les firmes spécialistes de produits sportifs ont été engagées dans des opérations condamnables concernant le travail des enfants et les conditions de travail dans les usines. Des campagnes d'ONG ont dénoncé certaines pratiques sociales, ce qui a incité les firmes à contrôler leurs chaînes de production en vue d'une plus grande transparence et équité. Enfin, les organisateurs devraient prendre en charge les impacts environnementaux du sport, en faisant référence à la notion de développement durable. Les sports mécaniques par exemple sont très polluants, notamment la Formule 1. Un bilan environnemental doit alors être mis en place, quitte à modifier les règles de cette compétition.

Une gestion mondiale hantée par la réussite économique

Il est intéressant de se pencher sur trois types d'organisation des sports à dimension médiatique mondiale : le football, les jeux olympiques et le sport professionnel américain. Dans ce contexte, la Fédération Internationale de Football, le Comité International Olympique et la National Basketball Association présentent des spécificités intéressantes à mettre en exergue.

- La Fédération internationale de football association (ou FIFA) est une association de fédérations nationales, fondée en 1904 à Paris. Elle a pour vocation de gérer et de développer le football dans le monde. Elle réunit aujourd'hui 207 associations membres (fédérations), le siège social étant situé à Zurich (Suisse). Les adhésions des nouveaux membres ont parfois posé problème. Les Féroé danoises ou certains DOM-TOM français reçurent l'autorisation de leur fédération d'origine d'adhérer. Cette politique dangereuse a conduit la FIFA à mettre fin à cette possibilité, en n'acceptant désormais que les nouveaux membres ayant une réelle indépendance politique, afin d'éviter les revendications régionales (basques ou catalans, par exemple). La FIFA promeut, structure et gère le football dans le monde. Elle organise les compétitions internationales de football et elle définit les règles du jeu. Elle apporte enfin un soutien financier et logistique aux associations membres qui, en retour, doivent respecter ses statuts, ses objectifs et ses aspirations. Elle est soutenue par des Confédérations continentales³. Elle est assistée de 25 commissions permanentes et par deux organes juridiques, la Commission de Discipline de la FIFA et la Commission d'Appel de la FIFA. En 2008, la FIFA dispose de moyens financiers non négligeables (de l'ordre du milliard d'euros). Elle a fait de l'éthique l'une de ses priorités, en proposant une nouvelle gouvernance fondée sur une meilleure transparence dans le monde du football concernant les relations entre fédérations et autorités publiques, les questions de propriété, le contrôle des clubs, les transferts de joueurs, la gestion des agents de joueurs, les paris et l'harmonisation des calendriers, notamment. Le football est un modèle pour le sport professionnel. C'est sans doute le seul sport véritablement planétaire, dont l'influence transcende les ordres économique, politique, social et culturel. Il exerce un rôle important dans la réalisation d'objectifs publics comme l'intégration sociale ou le développement de modes de vie sains. Cependant, avec l'arrivée du Brésilien Joao Havelange à la tête de la FIFA en 1974, le mercantilisme a menacé cette construction bureaucratique pourtant efficace. Adidas et Coca-Cola ont été les premières multinationales à conclure des accords publicitaires lucratifs. La Coupe du monde organisée en Allemagne a produit 1,8 milliard d'euros de bénéfices redistribués partiellement aux associations membres et investis dans des tournois de football ou des projets d'aide au développement sportif. Désormais, l'essentiel des ressources financières émane de la vente de droits de retransmission ainsi que de contrats publicitaires. En 1982, ISL (International Sports and Leisure), société dirigée par le président d'Adidas, prend en charge les opérations de versement des droits publicitaires et de retransmission à la FIFA. En 1998, la FIFA est impliquée dans un scandale financier (malversations, pots-de-vin) qui retient l'attention de l'opinion

³ Afin de gérer au mieux le football au niveau continental, des confédérations ont vu le jour. Celles-ci gèrent des problèmes internes au continent (l'AFC pour l'Asie, l'UEFA pour l'Europe, la CAF pour l'Afrique, la CONMEBOL pour l'Amérique du Sud, l'OFC pour l'Océanie, et la CONCACAF pour l'Amérique du Nord, l'Amérique centrale et les Caraïbes). Ainsi, la FIFA, qui organise pourtant la Coupe du Monde, n'est pas décisionnaire pour fixer les calendriers des préliminaires ni leur formule. Elle n'a aucune emprise sur l'organisation de chaque fédération nationale.

publique et conduit au dépôt de bilan d'ISL en 2001. Si les dirigeants du football mondial parlent d'intégration sociale, de paix et de plaisir, les rumeurs de fortunes vite constituées trouvent parfois quelques échos dans les publications spécialisées⁴. L'argent l'emporte sur le jeu du football. L'arbitrage laisse trop à désirer pour ne pas susciter quelques inquiétudes au regard des enjeux financiers concernés. La FIFA est devenue une organisation gérée par des hommes d'affaires dont les intérêts personnels les éloignent cruellement du bénévolat d'origine.

- Le Comité International Olympique est l'autorité suprême du Mouvement olympique. Il est géré par une Commission de 115 membres élus ou nommés⁵. Il existe une relation forte avec des Fédérations internationales sportives, les 203 Comités Nationaux Olympiques (C.N.O.), les athlètes, les juges et arbitres. Le C.I.O. dispose d'un budget de l'ordre de 250 millions de dollars. Il a pour objectif de promouvoir le sport de haut niveau et le sport pour tous. Il assure la célébration régulière des Jeux Olympiques. Il veille aussi à la promotion des femmes, à l'éthique sportive et à la protection de l'athlète. Il propose enfin la promotion d'une éducation harmonieuse du corps et de l'esprit, en vue de contribuer à bâtir un monde pacifique par le sport, en promouvant la non-discrimination, la solidarité, l'amitié et le fair-play. L'olympisme se positionne alors comme un état d'esprit fondé sur l'égalité de traitement des sports qui sont pratiqués dans le monde et gérés de façon démocratique. En un siècle, les Jeux Olympiques se sont imposés comme un événement universel majeur récurrent. Elle a réussi commercialement sur l'autel de la « faillite de l'idéal olympique ». L'olympisme et le sport sont devenus des substituts au déferlement nationaliste. La Solidarité Olympique reflète l'éthique olympique dont les principes fondamentaux sont la générosité, l'entente et la coopération internationale, les échanges culturels, le développement sportif, les aspects éducatifs du sport et la promotion de la paix et de la dignité de l'homme. Depuis la création du C.I.O., la place du sport dans la société s'est améliorée. Cependant, le sport est lui-même victime de son succès dans l'ère moderne, avec le rôle accru et pas toujours désiré de l'argent, du dopage et de la corruption. Les critiques concernant le C.I.O. sont vives, concernant le mode de choix des villes organisant les Jeux Olympiques (scandale de Salt Lake City, élections discutables de Pékin et de Londres), la transparence financière de sa gestion, le rôle croissant du marketing dans son fonctionnement, la « déconnexion » de l'organisation par rapport aux réalités mondiales. En outre, le mode de nomination des membres du Comité exécutif est pour le moins peu démocratique. La gouvernance du C.I.O. suit une logique de lobbying institutionnel. Les personnes élues n'offrent pas toujours les garanties de probité nécessaires⁶. Le choix des villes organisant les Jeux Olympiques suscite toujours des polémiques. Ainsi, les représentants de la candidature parisienne pour l'organisation des JO 2012 ont émis de nombreux doutes sur le choix final de la capitale anglaise (soupçons de corruption lors de la veille des votes). De même, le choix de Pékin a fait l'objet, in fine, de nombreuses manifestations hostiles sur le parcours de la flamme olympique. La ville de Sotchi (Russie) s'offre une île artificielle pour les J.O. de 2014. Les organisations

⁴ On citera ainsi David Yallop qui publie en 1999 *How they stole the game* (comment ils ont volé le jeu). Il y dénonce la gestion de João Havelange. Dans la même veine, Andrew Jennings publie en 2006 *Carton rouge !* où il dénonce la gestion de Sepp Blatter en reprenant nombre de données déjà publiées par Yallop (élections "truquées" en 1996 et 1998, par exemple).

⁵ Les membres du C.I.O. sont les représentants du C.I.O. dans leurs pays respectifs et non les délégués de leur pays au sein du C.I.O. La durée du mandat des membres est désormais de huit ans, elle est renouvelable par réélection. Le C.I.O. choisit et élit ses membres parmi les personnalités qu'il juge qualifiées.

⁶ Le Président du C.I.O. chargea immédiatement une commission ad hoc de rassembler des preuves. Six semaines plus tard, le C.I.O. rendait public le résultat de cette enquête et recommandait à la Session de sanctionner les membres impliqués. Il en résulta quatre démissions, sept expulsions et dix avertissements.

environnementales russes, qui ont exposé les risques pour un tel lieu, classé patrimoine de l'Unesco, n'ont pas été entendues. Enfin, le C.I.O. n'a pris aucune mesure pour empêcher les abus parmi les fabriquant d'articles de sport portant l'emblème olympique. Dans sa charte, le C.I.O. déclare que l'olympisme se fonde sur le respect des principes éthiques fondamentaux universels, il est donc responsable des conditions de fabrication des produits portant le logo olympique et doit s'assurer que les droits des ouvriers sont respectés. Les partenaires commerciaux font partie intégrante de la famille olympique. Or, les partenaires recherchent un retour sur investissement considérable. Le sigle TOP (Partner Olympic Programme), créé en 1985, est l'unique forme de parrainage disposant de droits marketing mondiaux pour les Jeux d'hiver et les Jeux d'été. Les partenaires mondiaux déjà confirmés pour Vancouver en 2010 et Londres en 2012 sont : Coca-Cola, Acer, Atos Origin, GE, McDonalds, Omega, Panasonic, Samsung et Visa. Panasonic et Samsung sont partenaires jusqu'en 2016 et Coca-Cola jusqu'en 2020. Les grandes firmes multinationales se sont donc emparées des Jeux Olympique et en font un programme de promotion de leurs produits. De ce fait, le caractère proprement sportif et bénévole disparaît derrière les enjeux financiers. Les questions politiques passent au second plan, malgré le jeu géostratégique important de l'organisation des Jeux Olympiques. Un pays qui milite en faveur du boycott risque l'exclusion lors des Jeux suivants. En outre, le boycott est sportivement inefficace si de nombreux pays ne prennent pas une décision similaire. Si la mondialisation des événements sportifs favorise l'ouverture d'un pays, elle n'a pas suffisamment de force ni de temps pour conduire en moins d'une décennie à la démocratisation de la Chine. Les J.O. constituent un véritable enjeu géopolitique et les qualités du dossier sportifs ne pèsent pas lourd au regard des "amitiés" diplomatiques et aux intérêts économiques. Les dirigeants des Etats ne s'y trompent pas. Ils participent concrètement au recueil des voix des membres d'un C.I.O. dont les valeurs démocratiques et morales ont souvent été contestées par sa composition et ses pratiques. Le C.I.O. a une puissance géopolitique considérable, même s'il se déclare apolitique. Ses choix concernant la reconnaissance d'un comité national ou du choix de la ville organisatrice des Jeux sont essentiellement politiques. Il a témoigné, la plupart du temps, d'une certaine compétence aux compromis, à la compromission jugent même certains idéalistes. Les hommes d'Etat courtisent ses membres, ce qui met en évidence son influence dans les jeux géostratégiques mondiaux.

- La N.B.A. (National Basket-ball Association) est une organisation privée au poids économique considérable. Elle bénéficie d'avantages particuliers témoignant ainsi de l'activité économique singulière du sport. Elle développe les pratiques du « draft » et du « salary cap » qui donne des avantages particuliers aux clubs, tout en se situant au moins partiellement hors du champ normal des législations commerciales et sociales. Son rôle politique est indirect. Il participe à l'essor culturel des valeurs américaines, sans pour autant disposer d'un pouvoir politique suffisant pour s'engager dans une action géostratégique particulière. L'association est tournée vers le spectacle et le profit, tout en défendant des idées du libéralisme (qui ne lui sont pas complètement appliquées). Elle a joué un rôle essentiel dans le développement des émissions télévisées et, de ce fait, son impact culturel et civilisateur est loin d'être négligeable.

Le sport, un éducateur de la mondialisation

Le sport de compétition professionnel célèbre la religion de la mondialisation. Il a ses temples (Twickenham ou Wembley), ses cérémonies (Jeux Olympiques, les hymnes, les chants des spectateurs), ses fidèles (les supporters), ses prosélytes (télévision), ses procès (les exclusions, les pénalités, les suspensions). C'est une ouverture sur l'image

présentant l'avenir radieux du capitalisme planétaire. C'est une expression aboutie de la société du spectacle et du règne universel des valeurs marchandes. Il reste encore quelques lambeaux du football d'antan, mais le temps cherche à les faire disparaître dans la réalité, sinon dans l'imaginaire qu'il colporte. Le football s'est étendu à l'échelle planétaire, ce qui suppose aussi une régulation acceptée par ses pratiquants et dirigeants. C'est un apprentissage à la mondialisation, en vue d'éviter les dérives qui remettent en cause son fonctionnement optimal.

Au même titre que trop de marché tue le marché (du fait des économies d'échelle), la liberté excessive des compétitions sportives peut conduire au « diktat » de l'argent et aux résultats arrangés en vue des profits optimaux. Cependant, des démarches fortes sont engagées par la Fédération Internationale de Football pour éviter cette situation. Pour renforcer l'idée des matchs internationaux des équipes nationales, son Président Sepp Blatter travaille avec l'Union européenne en vue de réduire le nombre de joueurs étrangers (cinq au maximum par équipe) dans les équipes des Ligues européennes nationales de football. Cette question du sport est aujourd'hui étudiée par l'Union européenne. Le fondement de l'argumentation, c'est que le sport ne renie pas la liberté de circulation des travailleurs, mais que les joueurs de football ne sont pas des employés au sens conventionnel du terme, puisqu'ils sont directement et définitivement limités à 11 pour un match déterminé. Ces arguments juridiques ne sont sans doute pas convaincants, mais ils devraient être retenus si la crise financière ne vient pas remettre en cause un processus mercantile difficilement acceptable en période de récession.

La protection des équipes nationales semble assurée, mais aujourd'hui les Ligues professionnelles importantes souhaitent être représentées en tant que telle. La question politique qui se pose aujourd'hui est de savoir si les équipes nationales doivent toujours exister ou s'il ne faut pas les remplacer par des championnats de Ligue anglais, français, italien ou espagnol. Autrement dit, ce ne serait plus la nationalité des joueurs qui serait déterminante dans la constitution des équipes, mais leur présence dans un championnat. En 2008-2009, Thierry Henry aurait joué avec l'Espagne, Ronaldinho et Kaka avec l'Italie, Anelka avec l'Angleterre et Cris et Juninho avec la France. Ainsi, les Ligues prendraient le pouvoir dans le monde du professionnalisme. La Coupe du monde, qui reste la compétition-phare, n'aurait pas à être protégée dans les conflits qui existent entre les Ligues et leurs Fédérations. Cette situation conduirait au reniement du rôle des Fédérations sur le sport marchand et à donner tout le poids économique aux seuls professionnels de l'élite. Les intérêts financiers des Ligues seraient alors pleinement satisfaits. En même temps, la mondialisation serait plus accomplie, les sports perdant progressivement leur caractère national au bénéfice d'organisations privées gérant l'ensemble de l'activité sportive professionnelle.

Les instances dirigeantes du rugby mondial ont bien compris la nécessité de l'ouverture et de l'élargissement géographique de la pratique de ce sport. Le plan stratégique de l'International Rugby Board (novembre 2004) l'indique clairement. Il se propose de consolider sa base et de devenir un sport réellement mondial, notamment avec une participation aux Jeux Olympiques. Un travail de lobbying et de développement du rugby à 7 est alors engagé, avec des résultats encore peu évidents. La Ligue Nationale de Rugby en France veut devenir un moteur du développement géographique du rugby. Elle a permis à ses Clubs du Top14 d'ouvrir leurs frontières et de grandes stars de ce sport sont venus investir les clubs français. C'est le début d'une mondialisation encore mal maîtrisée. Cependant, un joueur étranger travaillant dans un club français depuis cinq années peut être invité dans la sélection nationale de l'équipe de France. La nationalité n'est donc plus un critère suffisant. Dans quelques années, les nombreux joueurs qui ont pris leurs licences dans des pays étrangers pourront alors jouer dans les équipes

nationales de leurs clubs. On peut alors imaginer qu'un pays champion du monde ne comprenne aucun joueur de nationalité d'origine dans son équipe.

Alors que pendant le siècle dernier, l'équipe locale était le témoignage de la bonne formation physique des enfants de la région, aujourd'hui les spectateurs s'enflamment aux actions de joueurs achetés à prix d'or. C'est une révolution dans les mentalités qui favorise la compréhension de quelques facteurs de la mondialisation. D'abord, pour mener une équipe, sportive, industrielle ou de service, il faut choisir le meilleur personnel, selon des modalités de complémentarité. Dans ce contexte, il est exclu de favoriser le personnel local ou régional. Si l'on veut la victoire, il faut savoir attirer les meilleurs joueurs. Il en va de même pour les entreprises. Si Arsenal n'a pratiquement aucun joueur anglais titulaire, peu important pour ses supporters britanniques. L'important, c'est la victoire. Il y a seulement deux décennies, une telle situation n'aurait pas été acceptée.

Dans le football, s'il y a autant de sélectionneurs étrangers en Afrique, c'est d'abord une question de compétence, mais aussi pour certains pays africains, le souci de ne pas être envahi par les questions ethniques ou culturelles auxquels sont soumis les entraîneurs nationaux. Il n'empêche que c'est une politique qui tend à expliquer la nécessaire recherche de compétence au-delà du territoire national. En outre, le club peut même, dans certaines conditions, quitter la ville et s'installer dans d'autres villes plus accueillantes. Au fond, l'attractivité du club est la même que celle des entreprises, lesquelles sont appelées à se déterritorialisées en vue d'accroître ses performances. Ensuite, le club n'a pas la responsabilité de recruter ou de retenir le personnel local. Celui-ci, par contre, a le monde devant lui pour faire ses choix d'emplois. Compte tenu de la popularité du football, stade suprême de la mondialisation d'aujourd'hui, ces messages subliminaux influencent l'acceptation par les salariés de conditions d'inégalités salariales toujours accrues, notamment en faveur des dirigeants et de leurs collaborateurs. Les inégalités de revenus des joueurs jouant dans la même équipe est normale au regard de l'influence décisive des uns et des autres. À l'issue des matchs importants victorieux, les joueurs reçoivent des primes considérables. Il est alors considéré comme normal que les dirigeants d'entreprise perçoivent aussi des revenus élevés au regard de leur responsabilité⁷. Comme dans les entreprises, la compétition sportive est mondiale, et donc la règle du profit, s'applique aussi à l'ensemble des activités économiques.

Le sport et ses dérives

Le sport conserve encore une image positive. Le football est toujours perçu comme un facteur d'intégration, un instrument permettant de renforcer l'harmonie sociale et de réduire les tensions racistes et xénophobes. Pourtant, dès l'origine, le sport avait ses exclusions. Ainsi, le sport féminin n'était pas encouragé et les « races inférieures » avaient droit à leurs propres compétitions⁸. Aujourd'hui, le sport subit des accusations souvent justifiées de corruption, de dopage, et parfois de racisme. S'il est vrai qu'il existe un racisme dans les stades, ce n'est pas le foot qui crée cette violence, c'est principalement le reflet de nos sociétés. Au contraire, le football est souvent l'occasion de rencontres pacifiques, il est même parfois un vaccin contre le racisme et la xénophobie. Le fait de pouvoir admirer un joueur qui n'est pas de sa couleur ou de sa nationalité est très

⁷ Les fameux parachutes dorés sont contestés lorsqu'ils concernent des dirigeants aux faibles résultats économiques. Cette situation n'existe pas vraiment dans le sport de haut niveau, sauf pour certains entraîneurs « débarqués » qui perçoivent alors des sommes importantes pour quitter le club.

⁸ Fontanel, M., Fontanel, J. (2008), Les feux géoéconomiques de l'Olympe, ci-dessous.

formateur pour les jeunes personnes. Lorsque l'équipe de France a été éliminée dans la Coupe du Monde de Séoul en 2002, les supporters français ont soutenu l'équipe du Sénégal, celle qui avait pourtant participé à l'élimination de son équipe préférée, car la plupart des joueurs appartenaient au championnat français de Ligue 1.

Au début des années 1920, un décret de " blancheur " au Brésil pris par le président de la République avait interdit aux joueurs aux cheveux crépus ou à la peau noire de jouer dans l'équipe nationale. Aujourd'hui, le Brésil est fier de son sport multiculturel. Si en France un responsable politique a regretté l'importance numérique des joueurs à la peau noire dans nationale, c'est aussi la preuve que, dans le sport, les barrières à la réussite ou à l'intégration sont moins élevées que dans le monde de l'entreprise ou de la politique. Certes, des manifestations racistes existent dans de nombreux stades européens, mais il y a dans ces faits une instrumentalisation qui est faite par des groupes fascistes dans un lieu médiatisé où est concentré des dizaines de milliers de spectateurs et des caméras souvent à la recherche d'une audience accrue.

Aujourd'hui, la généralisation des lois marchandes dans le sport pose des problèmes spécifiques. Selon la loi du marché, une rentabilité élevée exige une productivité élevée, et pour y parvenir, tous les moyens sont bons. La déloyauté, la tricherie ou la drogue s'invitent dans le sport. Aucun Argentin n'a regretté la « fameuse main de Dieu » qui a permis, par l'intermédiaire de Maradona, à l'Argentine de gagner, sans doute indûment, un match capital. Lorsque des fautes sont présentées comme « intelligentes », le fameux fair-play a disparu du langage sportif pour se concentrer sur la victoire, et donc le profit. Le trucage du jeu commence avec la corruption des arbitres ou des dirigeants, comme cette gangrène a pu être démontré dans le « Scudetto » italien avec toutes les condamnations qui ont frappé des clubs prestigieux comme les équipes de Turin et de Milan.

En outre, les problèmes de dopage sont inquiétants⁹. Le sport commence parfois dans les pharmacies ou dans les laboratoires de recherche, dans la course du gendarme et du voleur, entre le dopé et les instances luttant contre le dopage. Très longtemps, les officiels ont fermé les yeux sur des pratiques qu'ils jugeaient, avec inconséquence, marginales. Les enjeux économiques du « sport spectacle » ont une telle envergure qu'ils favorisent l'essor d'une véritable industrie du dopage au chiffre d'affaires considérable. En 2000, un sportif français de haut niveau dépensait plus de 120.000 euros par an de produits de toutes sortes. Cette tendance s'applique à tous les sports ou activités connexes¹⁰. En Italie, Zdenek Zeman, ancien directeur technique du club AS Roma, a dénoncé l'usage fréquent de drogues dans le football italien. Le juge Raphaël Guarinello a accusé les clubs professionnels d'avoir administré, des médicaments à plus d'une centaine de joueurs, pour augmenter artificiellement leur capacité d'endurance et leur force musculaire. Il a contesté la qualité des contrôles antidopage et remarqué la disparition des échantillons de sang de ceux-ci. Les gains des clubs, des sponsors, mais aussi l'image du sport qui ne doit pas être écornée, ont été à l'origine du dopage et de l'hypocrisie qui l'a entourée.

Les produits médicamenteux et la drogue sont généralisés dans les sports très médiatisés. Il est souvent difficile de comprendre les effets à long terme de ces pratiques qui modifient le résultat des compétitions, transforment les mentalités en faveur du

⁹ Il y a cinquante ans, l'Uruguay battait au football le Brésil au stade de Maracana, à Rio de Janeiro. Le buteur Obdulio Varula était dopé au vin rouge.

¹⁰ Une année, deux cavaliers qui s'affrontaient, à Sienne, lors du fameux « Palio » de Sienne en Toscane, sont morts en pleine course, victimes d'une overdose d'amphétamines. Les combats de coqs ou de chiens mettent aux prises des animaux aux évolutions génétiques anormales.

recours au dopage et préparent les jeunes athlètes aux excès banalisés. Si le contrôle antidopage mondialisé commence à produire des effets, il touche souvent les ressortissants des pays pauvres ou « en crise », alors que les pays riches disposent de systèmes sophistiqués, généralisés et onéreux. Les explications sur le dopage ont souvent fait l'objet d'un langage fondé l'euphémisme. Il était alors fait état de compléments vitaminiques, de rééquilibrage hormonal, de réoxygénation, de médicaments contre l'asthme ou de tonifiants musculaires. Les médicaments injectés étaient des amphétamines, des anabolisants, des corticoïdes, des transfusions sanguines à hautes doses et l'EPO. Jusqu'à une période récente, on pouvait masquer des pratiques dopantes. Les médailles d'or remportées au nom du pays produisaient aussi à terme son lot d'infarctus, d'altérations du métabolisme, de problèmes de thyroïde, d'impuissance, de cancers et de vieillesse prématurée. Le sport professionnel est plus dopé que les sportifs eux-mêmes. Il accélère le rythme de travail des athlètes et les pousse à ravalier leurs scrupules pour atteindre des rendements de surhommes, en échange de revenus faramineux, notamment dans le football. L'obligation de gagner est l'ennemie du plaisir de jouer, du sens de l'honneur, de la santé, au profit de l'impératif de la victoire.

La multiplication des entraînements et des compétitions, l'augmentation de la charge de travail liée à l'élévation constante des exigences du haut niveau, l'intensification des enjeux financiers et la pression médiatique ont définitivement transformé le dopage artisanal en une industrie multinationale, avec ses fournisseurs, ses filières, ses intermédiaires. Le dopage n'est plus une transgression épisodique, c'est le résultat d'une course irréversible vers les manipulations biochimiques, en vue de soumettre l'être humain à la fabrication d'un être bionique de type nouveau. Les liaisons entre la science et le sport sont dangereuses¹¹. Dans le cas du THG (tétrahydrogestrinone), il a fallu une dénonciation pour que les autorités sportives en découvrent les effets. Tim Montgomery, Marion Jones, Kelli White, Dwain Chambers ont été positifs à la THG. Les médailles ont dû être rendues, mais les décomptes des champions olympiques se font « à la fin du bal ». Au banquet des sports représentant les Nations, il s'agit de savoir qui est capable de témoigner de la qualité de sa cuisine. Les ingrédients ne sont pourtant pas vérifiés. Les résultats sportifs calment les peuples. Astérix peut bien être un adepte du dopage systématique, il n'en est pas moins adulé. C'est le lot de tous les champions, gagner et ne jamais faire état de la recette magique. Il en va de même pour les Etats qui s'offrent ainsi du prestige international et le soutien du peuple. Mais après tout, les soldats de Verdun n'avaient-ils pas des rations excessives de vin rouge pour faire oublier leur situation, leur donner du courage et les convaincre que leur misérable situation n'était que le prix à payer pour la gloire de la France ?

Depuis les Jeux Olympiques de Munich (1972), le sport attire aussi les actes terroristes, lesquels sont organisés en vue d'une médiatisation maximale. Il y avait des craintes pendant l'organisation des Jeux Olympiques de Pékin d'une invitation surprise des fanatiques d'Al-Qaida. L'OTAN avait participé à la sécurisation des sites d'Athènes. Le sport est intimement lié à la politique et la trêve olympique n'est plus une valeur systématiquement respectée. La Georgie et la Russie ont mis en évidence cette mauvaise nouvelle en s'affrontant pendant les J.O. de Pékin. Le sport offre une confrontation symbolique qui réduit l'émergence des conflits guerriers. Les spectateurs connaissent alors l'enivrante bataille entre les peuples, sans pour autant en subir, à terme, les dommages irréparables.

¹¹ Molga, C. (2008), Sport et science, les liaisons dangereuses, Les Echos, mardi 12 août.

Bibliographie

Andreff W. (1999), Les finances du sport et l'éthique sportive, *Revue d'Economie Financière*, n° 55, 135-175.

Andreff W. (2006b), Pistes de réflexion économique, dans D. Oswald, éd., *La nationalité dans le sport. Enjeux et problèmes*, Editions du Centre International d'Etude du Sport, Université de Neuchâtel, 171-191.

Andreff. W. & S.Szymanski eds (2006), *Handbook in economics of sport*, Edward Elgar, Northampton, USA.

E.Barget et J-J.Gouguet (2007), Total economic value of sporting events, theory and practice, *Journal of Sport Economics*, avril.

Boniface, P. (2004), Le sport, c'est la guerre. Géopolitique des Jeux Olympiques, *Le Monde diplomatique*, août.

Boniface, P. (2007), *Football et mondialisation*, Editions Armand Colin, Paris.

Chaix.P. (2006), The economics of professional rugby, in W.Andreff & S.Szymanski (eds), *Handbook in economics of sport*, Edward elgar, Northampton, Etats-Unis.

Fontanel, J., Bensahel, L. (2001), *Réflexions nouvelles sur l'économie du sport*, Collection ECO+, PUG, Grenoble.

Fontanel, J. (2005), La globalisation en « analyse ». Gééconomie et stratégie des acteurs. Collection « La Librairie des Humanités », L'Harmattan, Paris.

- Fontanel, G., Bensahel, L., Fontanel, J. (2009), Le sport comme expression de la puissance publique et d'une appartenance politique, in *Gééconomie du sport* (Fontanel, M, Fontanel, J. Ed.), , L'Harmattan, Paris, 2009.

- Fontanel, M., Fontanel, J. (2009), Chronologie géopolitique des Jeux Olympiques, in *Gééconomie du sport* (Fontanel, M, Fontanel, J. Ed.), L'Harmattan, Paris, 2009.

- Fontanel, M., Fontanel, J. (2009), Les feux géoéconomiques de l'Olympe, in *Gééconomie du sport* (Fontanel, M, Fontanel, J. Ed.), L'Harmattan, Paris, 2009.

- Fontanel, G, Bensahel, L., Fontanel, J. (2009), Le sport, un instrument diplomatique et un succédané aux guerres, in *Gééconomie du sport* (Fontanel, M, Fontanel, J. Ed.), L'Harmattan, Paris, 2009.

- Fontanel, J., Fontanel, G (2009), Le sport comme facteur politique dans les relations internationales, in *Gééconomie du sport* (Fontanel, M, Fontanel, J. Ed.), L'Harmattan, Paris, 2009.

Fort, R.D. (2003), *Sports economics*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Lavoie, M. & D. Whitson (2003). The economics of sport. In J. Crossman (Ed.), *Canadian Sport Sociology* (pp. 139-155). Toronto: Thomson Nelson.

Molga, C. (2008), Sport et science, les liaisons dangereuses, *Les Echos*, mardi 12 août.

D. Oswald, D. éd. (2006), *La nationalité dans le sport. Enjeux et problèmes*, Editions du Centre International d'Etude du Sport, Université de Neuchâtel