

Les enjeux économiques du sport contemporain : essai d'analyse

Zeghdoud nabil

Maître Assistant Faculté des Sciences Economiques
Université Mentouri Constantine

Résumé

Cet article s'attache à comprendre l'évolution de l'économie du sport, en tant que discipline nouvelle, qui s'est constituée depuis une vingtaine d'années, au contact d'une réalité. Le sport semble être toujours un indicateur important de la vie moderne et couvre l'ensemble de l'analyse économique et de l'économie politique. Il se propose de mettre en évidence l'étendue des domaines de l'analyse du sport et son intérêt pour la compréhension de l'économie de demain.

المخلص

يحاول هذا المقال دراسة تطور مفهوم اقتصاد الرياضة باعتباره مفهوما حديثا، هذا التخصص ظهر منذ عشرين سنة من خلال ارتباطه بواقع المجتمع. تعتبر الرياضة مؤشر مهم للحياة العصرية و تشمل مجموع التحليل الاقتصادي و الاقتصاد السياسي. إنه يقترح توسيع مجالات تحليل الرياضة و أهمية ذلك في فهم اقتصاد الغد.

Introduction

Le sport dans ses expressions diverses est un phénomène de civilisation universelle. Il engage autant de valeurs technico-athlétique (performance sportive) que des valeurs symboliques (valeurs morales, sociales et culturelle) et des valeurs matérielles (coûts, revenus). Il est diffusé sur la quasi-totalité du globe. Cette médiatisation qui conditionne le parrainage des clubs sportifs par des entreprises, soutien le dynamisme économique des industries du sport et des commerces spécialisés. En conséquence, le sport et l'économie entretiennent des rapports de réciprocité de plus en plus étroits. D'une part, Le sport sert l'économie nationale comme secteur productif des biens et des services, il crée des emplois dans différents secteurs, diffuse des images commercialisables. D'autre part, l'économie tend à soumettre les produits sportifs, jugés les plus avantageux, à leur exigence propre et donc à les transformer profondément. Le sport est profondément imbriqué dans les échanges économiques internationaux par ses retombés économique

¹ ; sa nature a profondément changé, il fait partie de l'industrie du spectacle et s'intègre parfaitement dans le monde des opérateurs financiers, dans les investissements industriels et dans les grandes entreprises de communication mondiale. Il est devenu un élément essentiel dans la stratégie de l'entreprise qui cherche de nouveaux marchés sous contrainte concurrentielle.

Le cadre historique et institutionnel d'émergence de l'économie du sport

L'économie du sport ne peut se comprendre hors de son contexte historique. Il est donc nécessaire d'en reprendre l'histoire et d'analyser la tendance globale pour situer l'importance de l'économie du sport en générale et le football en particulier et de prévoir les évolutions futures. Il convient tout d'abord de repérer la période à partir de laquelle les sports vont progressivement entrer dans l'aire du marché, sans oublier la rupture entre les activités physiques traditionnelles et le sport compétitif moderne tel qu'il se développe à partir du 19^{ème} siècle en grande Bretagne.

Si partout l'économie de marché s'impose comme le nouveau mode de régulation d'une pratique initialement fondée sur une esthétique, une éducation et une morale, il n'en a pas toujours été ainsi. Il est possible de repérer trois périodes d'émergence du sport moderne, chacune de ces étapes sportives peut être définie par un projet idéologique, un objet sportif dominant, une aire territoriale de compétition, des structures institutionnelles ou des moyens de médiatisation.

La première période : 1850 – 1914

La première phase correspond à une période où la dimension morale et éducative est prédominante, car elle est imposée par les structures et les valeurs de la société. C'est l'âge d'or du sport avec les premières alliances entre le sport et les médias. L'autonomie économique du sport si elle apparaît d'abord en grande Bretagne va surtout se généraliser durant la période suivante. la Grande-Bretagne a codifié et exporté de nombreux jeux issus du Moyen Age en les adaptant aux nouvelles valeurs de l'époque: la compétition et la concurrence. C'est dans ce contexte économique et social que le sport va se structurer en clubs, fédérations et championnats, et va unifier ses règles².

À partir de cette époque, le sport va occuper une place grandissante dans les économies occidentales

La deuxième période 1914 - 1984 :

Celle-ci se caractérise essentiellement par le développement du spectacle sportif et le début de sa massification. Les compétitions sportives deviennent spectaculaires, payantes et internationales. Ainsi on assiste à une première diffusion du professionnalisme qu'il soit d'état ou privé en Angleterre, en Italie, en Espagne et en France pour le football, qui joue un rôle pionnier, et s'étend à d'autres disciplines comme le tennis ou la boxe. Cette nouvelle période constitue une longue transition entre le déclin des valeurs qui fondaient la première (morale, éducation) et le développement d'une dynamique planétaire

Depuis les années 1980

On constate à l'émergence d'un nouvel ordre sportif reposant sur le mercantilisme et la mondialisation des pratiques. Dès 1984 l'introduction des professionnels dans les compétitions olympiques et surtout la médiatisation planétaire des compétitions et l'irruption des équipementiers sportifs. L'introduction d'un ordre sportif marchand et mondialisé résulte de la disparition de deux verrous institutionnels qui, durant près d'un siècle (1896-1980), ont régi l'éthique de l'olympisme, la gratuité de l'effort athlétique, avec la fin de l'amateurisme en 1984, d'une part, et, d'autre part, l'interdiction d'exploiter commercialement les symboles des Jeux, levée en 1986³. Ce décroisement contribue à l'intégration des économies nationales dans une logique mondiale. Le nouveau mode de développement capitaliste facilite la pénétration internationale du sport de haut niveau dans la mesure où il tend à uniformiser à l'échelle planétaire les marchés, les produits et la publicité. Ce qui vient d'être rappelé pour les jeux Olympiques s'applique désormais au sport dans son ensemble, comme en témoignent, les stratégies de développement de pratiques sportives, traditionnellement absentes dans certains pays du monde (le football en Chine, la formule 1 en Russie, le basket-ball en Inde), mises en œuvre par de grandes firmes (Nike, Marlboro, Coca-Cola)

Cette profonde mutation revêt trois caractéristiques : la médiatisation des compétitions, la commercialisation des événements, la professionnalisation des athlètes, et ce dans une logique de mondialisation des enjeux. .

- La médiatisation du sport

L'émergence de relations marchandes entre la télévision et le sport aux Etats-Unis⁴, dans les années 1930, et en Europe, dans les années 1960, puis leur développement dans les années 1970, ont débouché sur la création de deux marchés. En amont, le marché primaire est le lieu d'échange entre les diffuseurs et les consommateurs de télévision. Sur ce marché des émissions sportives, les téléspectateurs, compte tenu de leurs goûts pour ce genre de programmes, y sont les demandeurs ; les entreprises de télévision en position d'«offreurs» puisqu'elles diffusent les émissions. En aval, un marché secondaire met en jeu les mêmes diffuseurs et le mouvement sportif. Là, les chaînes demandent le droit de retransmettre aux organisateurs sportifs (clubs, ligues, fédérations); ces derniers constituent les offreurs. Il y a donc deux offres, deux demandes et deux systèmes d'échange et de prix. Une première relation s'instaure entre la société de télévision et le téléspectateur : le temps d'antenne consacré au sport, le taux d'audience, le coût d'accès à ces programmes en sont les principaux paramètres.

- La commercialisation du sport

Diffuseurs, annonceurs, de grands groupes multinationaux interviennent également comme sponsors, car l'importance des audiences sportives et l'état de forte réceptivité des téléspectateurs liés à l'issue incertaine du spectacle génèrent des retombées commerciales souvent inédites. Malgré l'opacité qui le caractérise, le marché mondial du sponsoring peut être évalué à environ⁵. Les marques qui jouissent des taux les plus élevés de notoriété spontanée sont toutes très impliquées dans le parrainage sportif: Adidas, Coca-Cola, Nike, L'étude de leurs retombées en termes de notoriété montre que malgré ce reflux partiel, souvent dû à un repositionnement de la stratégie publicitaire, de nombreux sponsors maintiennent ou amplifient leur mise de fonds, qui leur donne accès à une visibilité planétaire en constante progression. La qualité de cette «vitrine» tient à la mondialisation de la pratique des principales disciplines qui regroupent presque tous les pays.⁶

Désormais, le sport représente une filière économique qui se déploie selon deux axes: commercial d'une part, car il génère un chiffre d'affaires direct, de communication d'autre part, car il constitue un support d'image qui génère un chiffre d'affaires indirect. La transformation des structures juridiques des clubs (initialement à but non lucratif) en sociétés

commerciales et la cotation en Bourse d'une trentaine de clubs de football (le club anglais Tottenham a été le premier club coté en Bourse en 1983) participent de cette évolution. Cette dynamique capitaliste leur permet de diversifier leurs activités (produits dérivés, restauration, immobilier) et d'ouvrir leur capital à des opérateurs extérieurs. L'introduction en Bourse offre aux clubs un moyen de lever d'importantes ressources et de financer des investissements de structure (acquisition du stade, modernisation et extension des tribunes) ou des achats de joueurs.

- La professionnalisation des sportifs

A l'échelle mondiale, un système de répartition des revenus très inégalitaire peut être constaté selon le sport pratiqué, la nationalité, le sexe, et cela même au sommet de cette hiérarchie. Pour l'ensemble des disciplines dans le monde, une première illustration peut en être fournie, pour un même niveau de performance (le titre de champion du monde), avec l'écart de 1 à 1 940 qui existe entre le boxeur Mike Tyson (387,7 millions de francs) et le lutteur Yvon Riemer (0,2 million de francs), en 1996⁷. Il semble que, parallèlement à la progression de la masse des revenus des athlètes les plus riches⁸, les inégalités s'accroissent même parmi ceux qui gagnent le plus. À titre de comparaison, les quarante sportifs les mieux payés du monde en 1997 ont encaissé une somme représentant 34 Pour 100 du produit national brut d'un pays comme l'Albanie, qui compte 3,5 millions d'habitants.

L'évolution de l'économie du sport

La présence de l'argent dans le sport est très ancienne, mentionnée par certains historiens⁹ dès les premiers Jeux Olympiques; en tout cas avec l'émergence des premiers sports professionnels au 18^e siècle (boxe, par exemple). Mais c'est surtout après la seconde guerre mondiale que l'interaction entre l'économie et le sport s'est intensifiée aux États-Unis. Cette vague de fond a atteint l'Europe dans les années 60 et s'est développée au début des années 70, sans que l'on en parle beaucoup à l'époque. Et déjà les premiers signes de crise apparaissent (faillites de clubs de football professionnel par exemple). La curiosité des économistes s'éveille d'une part, leurs services sont sollicités par telle ou telle instance sportive d'autre part l'intérêt des économistes pour le sport dans les années 70 provoque quelques déceptions. Déception des économistes: ils constatent que très peu

d'information est disponible sur les relations entre les sports et l'économie que pour obtenir cette information, il faut bousculer des tabous quasiment idéologiques et percer des " secrets " à l'époque peu avouables (dessous de table, négociations commerciales avec les financeurs privés, etc.). Déception du monde sportif aussi mise face à une réalité non conforme à son discours.

Une première phase de l'analyse économique du sport s'est ainsi ouverte, dans la deuxième moitié des années 70 en France où la tâche essentielle était tout simplement de rassembler, de construire et d'organiser l'information sur l'interaction économie et sport¹⁰, de l'interpréter à un premier niveau d'analyse parfois un peu frustré. Cette étape n'est pas achevée- on ne sait pas encore tout sur les relations entre l'économie et le sport et certains chiffres restent secrets. Dès la fin des années 70, et plus encore dans les années 80, un effort analytique plus profond est apparu: réflexion sur les concepts utilisés, logique économique et logique sportive, tentatives d'interprétation plus globale des retombées économiques du sport, compréhension de certaines " lois " d'évolution en économie du sport (marchandisation, professionnalisation, médiatisation, "technologisation" et internationalisation), utilisation plus systématique des méthodes de l'analyse économique.¹¹ En outre l'économie du sport ne peut se passer sans doute d'apports de la sociologie, de l'anthropologie, de la démographie et de la connaissance des sportifs.

La place du sport dans l'analyse économique

Au début de la constitution de l'économie du sport¹² comme discipline est restée pour l'essentiel dans le cadre de l'économie appliquée. L'économiste choisit dans ses concepts, les méthodes d'analyse, qu'il maîtrise et qui lui paraissent appropriés à tel problème économique réel perçu dans le sport, puis il applique ces instruments à cet objet saisi dans les relations entre économie. Il en est à ce sujet de l'économie du sport comme il en fut antérieurement de l'économie de la santé, de l'économie de l'éducation ou, plus récemment, de l'économie du cinéma ou de l'économie des arts et du spectacle. La remontée vers la théorie économique abstraite reste, pour l'instant, l'exception en économie du sport. Cette dernière ne pose pas de problèmes conceptuels spécifiques des théories économiques existantes ou au champ des réalités étudiées à l'aide de ces théories. Par conséquent, la principale opportunité, pour

un économiste abordant le domaine sportif, est d'utiliser un appareil analytique traditionnel qui s'est développé depuis trois siècles, qui a atteint une richesse et une complexité (y compris en termes de modélisation mathématique) très élevées. Il a l'occasion de mobiliser, au sujet de l'économie du sport, des concepts et des méthodes appartenant à des branches très variées de l'économie politique et provenant de l'analyse des services (marchands et non marchands), de la gestion des entreprises, de l'économie industrielle, de l'économie du bien-être, de la théorie du consommateur, des finances publiques, de l'économie internationale, de l'économie du travail. Entre autres. Pour l'instant, l'analyse n'a pas engendré une théorie nouvelle ou des méthodes totalement originales.¹³

Le caractère spécifique de l'économie du sport

Occasionnellement, le fait que le sport soit surtout pratiqué au sein d'organisation à but non lucratif, c'est à dire dans le cadre d'associations, est mis en évidence comme une particularité saillante de l'activité sportive. C'est pourquoi l'analyse économique du sport doit se consacrer en tout premier lieu aux spécificités économiques de ces dispositions institutionnelles. La pratique sportive nécessite la combinaison de différents dispositifs institutionnels et canaux d'approvisionnement. Elle nécessite également un dispositif de consommation à l'aide duquel on coordonne de manière optimale dispositif institutionnel.

Une autre particularité du sport découle de l'identification du producteur ou offreur du produit dans le cas d'une compétition au sein d'une ligue sportive,¹⁴ c'est l'association qui crée les différents produits afin de les mettre à la disposition de ses membres ou de ses clients. Mais la situation de départ est différente lorsque le produit n'est créé que dans le cadre d'une compétition opposant les équipes de différentes associations sportives.

D'une part, des associations sportives juridiquement et économiquement indépendantes qui composent leurs équipes afin d'atteindre leurs objectifs (maximisation de l'utilité, maximisation des bénéfices). Du point de vue de leurs arbitrages économiques, de leurs politiques de prix et de ressources humaines, et de leur stratégie. Ces associations disposent des différents degrés d'autonomie

D'autres part, le commercialisable, par exemple un sport destiné aux spectateurs et au caractère attrayant, ne peut cependant être fabriqué qu'avec la coopération des autres clubs sportifs de ligue.

Conclusion

Le triomphe de la seule logique économique a des effets désastreux sur le sport, c'est pourquoi la nécessité d'une régulation par les politiques doit être imposé. La lutte contre les fléaux que constituent le dopage, la corruption et la violence doit en outre devenir ou rester priorité.

La lutte contre le dopage actuellement menée s'est par ailleurs élargie. Ses objectifs majeurs sont la préservation de l'éthique sportive et de la santé des athlètes, buts respectivement poursuivis au moyen d'une plus sévère répression et de campagnes de prévention. Des voix se sont également élevées pour réclamer une assistance aux sportifs dopés, c'est-à-dire la mise en place d'une politique de diminution des risques. Les actions préventives ne concernent en effet que les générations à venir, et rien n'a été jusqu'à présent mis en oeuvre pour aider les sportifs dopés.¹⁵

L'autre pilier de la lutte antidopage est la politique de sanctions. Celles-ci doivent être bien sûr dissuasives et reconnaître la responsabilité du sportif. L'impunité dont beaucoup ont jusqu'ici profité, du fait de leur notoriété ou de leur influence par exemple

Ces obstacles étant divers et variés, ils nécessitent d'agir sur plusieurs fronts et rendent la lutte d'autant plus difficile. Les principales entraves à une politique de régulation sont les suivantes.

- En premier lieu, la non coordination des nations dans la lutte contre le dopage est un puissant facteur déstabilisateur. De nombreux pays protègent encore leurs athlètes, quand leurs dirigeants ne participent pas eux-mêmes à l'organisation du dopage. Toutes les nations n'ont pas encore saisi les problèmes en termes de santé publique posés par le dopage, et peu s'embarrassent des principes éthiques chers à Pierre de Coubertin.

- Par ailleurs, les initiatives se heurtent à des problèmes financiers : la lutte antidopage coûte cher, en particulier les recherches visant à mettre au point des tests perfectionnés capables de déceler les nouveaux produits. La mise en place des contrôles est elle-même très coûteuse.¹⁶

L'arbitrage est un exercice difficile, laissant une large part d'appréciation. C'est pourquoi il est sujet à diverses pressions, provenant des joueurs, des spectateurs, des entraîneurs, des dirigeants voire des sponsors. Ces pratiques

ne sont pas isolées, elles représentent pour certains acteurs une véritable stratégie. Dans un contexte où la victoire est une nécessité à la survie des clubs et des athlètes, il n'est pas étonnant de voir proliférer des pratiques illégales telles l'achat des arbitres ou l'exercice de pressions. Bien sûr, cette question ne soulève pas comme celle du dopage des problèmes de santé publique, elle est en cela moins dramatique. Il n'empêche que corruption et pressions diverses faussent la compétition. Quantitativement, le football est le sport le plus touché par la corruption. L'arbitrage « zéro défaut » est impossible, les arbitres étant humains, ce qui permet l'exercice de pressions. Les menaces ne sont pas négligeables, mais la méthode la plus courante est de loin l'achat d'arbitres ou de joueurs de l'équipe adverse.¹⁷

La corruption ne se limite pas aux compétitions sportives, en témoigne le vaste scandale ayant touché le CIO en 1998-99. Certains de ses membres reçoivent en effet des « cadeaux » de la part de villes candidates visant à influencer leur vote. Les JO ont donc été « achetés » par certaines villes, voire par toutes les villes en ayant obtenu l'organisation ces dernières années : Atlanta (été 1996), Nagano (hiver 1998), Sydney (été 2000) et Salt Lake City (hiver 2002) font en effet l'objet de révélations prouvant l'existence d'une véritable culture de corruption au sein du CIO. Dès 1991, Juan Antonio Samaranch fut alerté par un rapport que lui adressa la ville de Toronto de l'attitude de certains membres du CIO qui réclamaient de la part des villes candidates des avantages.

La violence est présente dans de nombreuses sphères de la vie sociale, le sport n'y échappe pas : selon le psychologue Peter Marsh, la violence incontrôlée et destructive a augmenté, un glissement d'une violence contenue à une violence incontrôlée s'étant opéré. Ainsi les gens sont-ils aussi agressifs que par le passé, mais l'expression de la violence est devenue plus destructive. Dans la sphère sportive, cette violence incontrôlée s'exprime principalement par les émeutes de supporters lors des rencontres, en particulier par le hooliganisme. La violence a toujours été présente dans le sport, mettant sérieusement en cause le caractère d'exemplarité attribué à celui-ci. Les jeux de la Grèce antique, présentés comme incarnant la pureté originelle du sport, toléraient un degré élevé de violence : ils étaient basés sur l'éthique de la noblesse du guerrier et sur l'honneur plus que sur la justice

La violence des spectateurs revêt plusieurs formes : invasion du terrain, agression physique des joueurs, des arbitres et des forces de l'ordre, vandalisme, bagarres entre bandes rivales... Les facteurs déterminants de l'hooliganisme sont divers : Schwind et Baumann (1990) distinguent entre les facteurs liés à la société, au sport, à l'épreuve sportive et aux médias. Les facteurs sociaux revêtent une importance capitale, notamment l'absence de perspective d'avenir, le chômage, la destructions des liens familiaux, l'individualisme, la crise des valeurs morales, les crises identitaires, les normes de masculinité encourageant un comportement violent, la dynamique de groupe... Les facteurs liés au sport, à l'épreuve en elle-même et aux médias ne doivent cependant pas être sous-estimés. L'avènement du football business n'est ainsi pas exempt de responsabilités : la transformation des joueurs en stars hautaines n'ayant pas d'autre attachement au club que leur contrat et leur salaire hors norme, sans racines socioculturelles locales, est à mettre en relation avec la formation de groupes de hooligans qui se rendent là où les meilleures conditions sont réunies pour déclencher des émeutes.

Tableau 1 : Les revenus des dix sportifs les mieux rémunérés dans le monde (en millions de dollars).

Rang	Nom	Discipline	1996			1998			2000		
			Revenus	Salaire	Revenus publicitaires	Nom	Discipline	Revenus	Nom	Discipline	Revenus
1	M. Tyson	Boxe	75	75	0	M. Jordan	Basket	69	M. Schumacher	F1	49
2	M. Jordan	Basket	52,6	12,6	40	M. Schumacher	F1	38	T. Woods	Golf	47
3	M. Schumacher	F1	33	25	8	S. Fedorov	Hockey	29,8	O. de la Hoya	Boxe	43,5
4	S. O'Neal	Basket	24,4	7,4	17	T. Woods	Golf	26,8	M. Jordan	Basket	40
5	E. Smith	Foot américain	16,5	13	3,5	D. Earnhardt	Automobile	24,1	E. Holyfield	Boxe	35,5
6	E. Holyfield	Boxe	15,5	15	0,5	G. Hill	Basket	21,6	M. Tyson	Boxe	33
7	A. Agassi	Tennis	15,2	2,2	13	O. de la Hoya	Boxe	18,5	S. O'Neal	Basket	31
8	A. Palmer	Golf	15,1	0,1	15	P. Ewing	Basket	18,3	L. Lenox	Boxe	29
9	D. Rodman	Basket	12,9	3,9	9	A. Palmer	Golf	18,1	D. Earnhardt	Automobile	26,5
10	P. Ewing	Basket	12,9	11,9	1	G. Sheffield	Base ball	17,2	G. Hill	Basket	23

Rang	Nom	Discipline	2001			Nom	Discipline	2002	
			Revenus					Revenus	
1	M. Schumacher	F1	59			T. Woods	Golf	69	
2	T. Woods	Golf	53			M. Schumacher	F1	67	
3	M. Tyson	Boxe	48			M. Jordan	Basket	30	
4	M. Jordan	Basket	37			S. O'Neal	Basket	30	
5	D. Earnhardt	Automobile	34,5			A. Rodriguez	Base ball	25	
6	S. O'Neal	Basket	34			K. Garnett	Basket	22	
7	L. Lewis	Boxe	23			M. Ramirez	Base ball	21	
8	O. de la Hoya	Boxe	23			S. Williams	Tennis	20	
9	G. Foreman	Boxe	21			C. Delgado	Base ball	18	
10	K. Barnett	Basket	20,1			J. Horvath	Base ball	18	

Source : Forbes et forbes.com, Le Nouvel Economiste n°1073 – 14/02/99 et presse

Notes

¹ D'innombrables exemples illustrent cette recomposition du champ sportif autour des valeurs marchandes: l'offre d'achat du club de football Manchester United par le groupe de Rupert Murdoch pour un montant de 6,2 milliards de francs, la cotation en Bourse de clubs de football à l'image de la Juventus de Turin et Manchester United, les fréquents changements de propriétaires des franchises au sein des ligues américaines, le projet de doublement de la fréquence de la Coupe du monde de football, le prix accepté en 1998 par le réseau américain N.B.C. pour obtenir les droits de retransmission télévisée des trois éditions à venir des jeux Olympiques d'été (13,5 milliards de francs), le niveau des revenus du basketteur Michael Jordan, (466 millions de francs en 1997, dont 60 p. 100 proviennent de contrats publicitaires), la chute de 5,2 pour cent de l'action Nike à Wall Street le jour de l'annonce de la retraite de celui-ci...

² Les premières compétitions internationales de tennis apparaissent alors: Wimbledon en 1877, l'U.S. Open en 1881, Roland-Garros en 1891. La première édition des jeux Olympiques de l'ère moderne, sur l'initiative de Pierre de Coubertin, en 1896 se prolonge par la création du Tour de France cycliste en 1903 et du Tournoi des cinq nations de rugby en 1910.

³ Par ailleurs, le passage d'une vente locale par négociation avec chacun des 197 comités nationaux olympiques à une vente mondiale (par accord global de parrainage avec le Comité international olympique (C.I.O.)) a aussitôt ouvert l'ensemble des marchés aux sponsors en simplifiant les tractations.

⁴ BERTRAND C. J. (1987), "*Sports et médias aux États-Unis*", *Esprit*, n°4, avril 1987, pp. 213-229.

⁵ 40 milliards de francs en 1997: 20 milliards aux États-Unis, 10 milliards en Grande-Bretagne, 5 milliards en Allemagne et 4 milliards en France.

⁶ On compte 209 fédérations nationales pour l'athlétisme, 201 pour le basket, 198 pour le football, 191 pour le tennis et 189 pour la boxe.

⁷ Cet exemple, est corroboré par la composition du classement des plus hauts revenus mondiaux qui réserve à six sports (boxe, basket-ball, formule 1, football américain, tennis, golf) 95 des 100 premières places. Le degré de pénétration économique des diverses disciplines, les modalités de mise en œuvre du travail, l'audience internationale (volume de l'offre et de la demande télévisées) hiérarchisent naturellement la répartition. Des écarts sensibles peuvent y être mesurés: de 1 à 4,6 entre le premier et le dixième revenu (cette différence n'était que de 1 à 3,1 en 1993). De même, selon le sexe, l'écart enregistré en 1993, de 1 à 3,7 (M. Jordan 216 millions de francs, S. Graf 59 millions de francs) était de 1 à 10,4 en 1997 (M. Jordan 465,9 millions de francs, M. Hingis 45 millions de francs).

⁸ 662 millions de francs pour les dix premiers en 1990, 1 064 millions de francs en 1993, 2 011 en 1997.

⁹ THOMAS R. (1991), *Histoire du sport*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. "Que sais-je?".

¹⁰ Bourg J.-F., "*L'Argent fou du sport*", table ronde, 1994.

¹¹ Conférences de J.F NYS, université de tous les savoirs, *économie du sport*, 13 juin 2002,

¹² Andreff W., *"Economie politique du sport"*, Paris, Dalloz, 1989

¹³ Exemples: (la filière économique du sport, le cycle du produit à usage sportif) ou des objets d'étude originaux (exemple: mesure de la valeur économique du temps de travail des bénévoles dans le sport).

¹⁴ Liliane Bensahel, Jacques Fontanel, *Réflexions sur l'économie du sport*, édition, PUG, 2001.

¹⁵ Un sportif qui se foutait en l'air avec des produits ne méritait pas la moindre écoute, et encore moins la moindre assistance, si ce n'est quand il en avait terminé avec le dopage. Deux cas de figure pouvaient ainsi lui donner le droit d'accès au soin : soit il avait arrêté la dope, soit il avait arrêté le sport... Mais, malheureusement, il arrive que des types n'arrivent à décrocher ni de l'un ni de l'autre avant le drame.

¹⁶ A Séoul en 1988, 1,6 million de francs a été consacré à la réalisation de 1601 analyses, tandis que les installations de dépistage ont nécessité l'investissement de 20 millions de francs

¹⁷ L'Olympique de Marseille (OM) sous Bernard Tapie, a ainsi dépensé 101 millions de francs « au noir ».

BIBLIOGRAPHIE

- Arnaud Pierre (dir.), *Une histoire du sport (XIX^e-XX^e)*, Paris, La Documentation française, 1995.
- *Sport et pouvoirs au XX^e siècle*, Grenoble, (*Sport en questions*) Presses universitaires de Grenoble, 1994, 204 p.
- Bouet Michel, *La Signification du sport*, Paris, l'Harmattan, 1995, 667 p.
- Bourdieu Pierre, «*Comment peut-on être sportif ?*», dans *Questions de sociologie*, Paris, éditions de Minuit, 1980, pp. 137-195.
- Brohm Jean-Marie, *Sociologie politique du sport*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 1992, 399 p.
- Bromberger Christian (dir.), avec la collaboration de Alain Hayot et de Jean-Marc Mariottini, *Le Match de foot-ball. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 1994, 406 p.
- Andreff W., *"Economie politique du sport"*, Paris, Dalloz, 1989
- Andreff W., Nys J.-F., *"Le sport et la télévision : relations économiques"*, Paris, Dalloz, 1987.
- Andreff W., Nys J.-F., *"Economie du sport"*, Paris, PUF, Que sais-je?, 3eme édition 1997
- Barguet E., *"Impact économique des spectacles sportifs"*, Espace, juillet 1997
- Bourg J.-F., *"Football business"*, Olivier Orban, 1986.

- Bourg J.-F. & Gougnet J.-J., *"L'économie du sport"*, Paris, Repères/La découverte, 2001.
- Clément J.-P., DeFrance J., Pociello C., *"Sport et pouvoirs au XXe siècle"*, Paris, PUG, 1992.
- Duret P. & Trabal P., *"Le sport et ses affaires"*, Métailié, 2001
- Fontenel J. & Bensahel L., *"Réflexions sur l'économie du sport"*, Presses Universitaires de Grenoble, 2001
- Maitrot E., *"Sport et télé : les liaisons secrètes"*, Paris, Flammarion, 1995
- *Les droits de retransmission du football sont-ils trop élevés?* (*Le Nouvel Économiste*, n° 1197, 5 avril 2002). - N° 2763 , 9 à 12.
- *La rationalisation économique: vertu ou danger?* (*Pouvoirs*, n° 101, 2e trimestre 2002). - N° 2763 , 1 à 6.
- *Le foot-business victime de son succès ? Le cas de Manchester United* (*The Economist*, 10/02/2001). - N° 2715 , 30 à 32.
- *Les conséquences de l'arrêt Bosman* (*LNF-Infos*, décembre 1998). - N° 2619 , 31 et 32.
- *Le prix de la performance*, (*"Manière de voir, Le Monde diplomatique"*, mai 1996). - N° 2503 , " 10 à 13".
- *Dopage : y a-t-il une explication économique ?* (*Reflets et perspectives de la vie économique*, tome XXXIX, n°2-3, 2000). - N° 2687 , 29 à 32