

# UNIVERSITE DE LIMOGES

*Ecole Doctorale « Pierre Couvrat » (n° 88)*

**Faculté de droit et des sciences économiques**

Observatoire des Mutations Industrielles et Juridiques (OMIJ, n° 3177)

**Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES)**

## THESE

pour obtenir le grade de

**Docteur de l'Université de Limoges**

Discipline : Sciences Economiques

Contribution à une analyse économique des marchés du  
sport professionnel.

Une mise en perspective théorique et empirique

présentée et soutenue publiquement par

**Jean-François BOURG**

le 31 octobre 2012

**Membres du jury :**

**Wladimir ANDREFF, Professeur, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Rapporteur**

**Nicolas EBER, Professeur, Université Robert-Schumann Strasbourg III, Rapporteur**

**Jean-Jacques GOUGUET, Professeur, Université de Limoges, Directeur**

**Claude LACOUR, Professeur, Université Montesquieu Bordeaux IV**

**Marc LAVOIE, Professeur, Université d'Ottawa**

**Jean VINCENS, Professeur, Université Toulouse 1**

# UNIVERSITE DE LIMOGES

*Ecole Doctorale « Pierre Couvrat » (n° 88)*

**Faculté de droit et des sciences économiques**

Observatoire des Mutations Industrielles et Juridiques (OMIJ, n° 3177)

**Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES)**

## THESE

pour obtenir le grade de

**Docteur de l'Université de Limoges**

Discipline : Sciences Economiques

Contribution à une analyse économique des marchés du  
sport professionnel.

Une mise en perspective théorique et empirique

présentée et soutenue publiquement par

**Jean-François BOURG**

le 31 octobre 2012

**Membres du jury :**

**Wladimir ANDREFF, Professeur, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Rapporteur**

**Nicolas EBER, Professeur, Université Robert-Schumann Strasbourg III, Rapporteur**

**Jean-Jacques GOUGUET, Professeur, Université de Limoges, Directeur**

**Claude LACOUR, Professeur, Université Montesquieu Bordeaux IV**

**Marc LAVOIE, Professeur, Université d'Ottawa**

**Jean VINCENS, Professeur, Université Toulouse 1**

## Résumé de la thèse

La recomposition du sport de haut niveau, autour des principes et des mécanismes du marché globalisé, a pris une ampleur inédite ces vingt dernières années. C'est pourquoi, on qualifie désormais d'industrie du sport les relations économiques qui traversent le système sportif au sein duquel le supporteur devient un consommateur, le club une marque, le sportif un professionnel, le sport une marchandise. Trois dynamiques économiques structurent le sport professionnel contemporain (le travail, le spectacle, la mondialisation) et ouvrent de nombreux marchés. Pour appréhender le sport, qui constitue à la fois un secteur économique et un domaine d'analyse économique, il convient de croiser l'économie du sport avec les instruments de la science économique. Ainsi, et par exemple, sont étudiés le rapport salarial et la formation des revenus des *Superstars* sur ces marchés du renom ; les conduites dopantes avec l'*homo oeconomicus* vs l'*homo sportivus* ; les deux marchés du sport télévisé et l'économie du bien-être ; la globalisation sportive et marchande et son économie informelle, les interactions entre développement économique et performance sportive, les modèles d'organisation des sports collectifs, le concept de bien public mondial sportif.

**Mots clés :** marchés du sport – théories économiques – économie appliquée – économie de la célébrité – modèles économiques de la télévision – marché monopolistique de la presse sportive – sous développement sportif – modèles d'organisation des sports collectifs – bien public mondial sportif

**Titre en anglais :** Contribution to an economic analysis of professional sports markets. A theoretical and empirical overview

### Résumé en anglais :

Over the last twenty years, the restructuring of top-level sport around the principles and mechanisms of the global market has been on an unprecedented scale. That is why we now describe the economic relationships that govern the sports system as the sports industry, in which the supporter has become a consumer, the club a brand, the sportsman a professional and sport itself a commodity. There are three economic dynamics that structure contemporary professional sport (labour, spectacle and globalisation) and which open up market markets. In order to understand sport, which is made up of both an economic sector and a field of economic analysis, it is necessary to link sports economics to economics instruments. We have, for example, therefore studied the following: wage ratio and generating *Superstar* revenue in these celebrity markets; *homo oeconomicus* v *homo sportivus* for drug use; the two markets of televised sport and welfare economics; sporting and market globalisation and its informal economy; the interactions between economic development and sporting performance; the organisational models of team sports; and the concept of sport as a global public good.

**Key words:** sports markets – economic theories – applied economics – celebrity economics – economic models of television – monopoly market of the sporting press – sporting under development - organisational models of team sports - sport as a global public good.

« La faculté n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans cette thèse. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur. »

## Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier vivement le Professeur Jean-Jacques GOUGUET, directeur de ma thèse, pour ses conseils précieux et son soutien constant dans cette démarche universitaire, mais aussi pour l'intérêt suscité par ses cours d'économie à la fin des années 1970.

J'entends exprimer ma gratitude au Professeur Wladimir ANDREFF, qui m'a fait découvrir l'économie du sport lors du premier cours délivré en langue française en 1978 à l'Université de Limoges, et dont les publications, enseignements, animations et directions de recherche ont permis de développer cette discipline en France, comme dans le monde, depuis près de trente-cinq ans.

Je souhaite aussi rendre hommage aux Professeurs Nicolas EBER, pour ses travaux en économie du sport et la qualité de nos échanges, notamment sur la question du dopage ; Claude LACOUR, pour ses encouragements chaleureux et ses arguments convaincants ; Marc LAVOIE, pour ses recherches, et pas seulement en économie du sport, ainsi que pour sa généreuse disponibilité ; Jean VINCENS, pour son cours d'économie du travail et le D.E.A qu'il dirigeait à l'Université de Toulouse en 1980. Que tous les membres du jury soient ici remerciés pour le temps consacré à la lecture et à la soutenance de cette thèse !

J'adresse également ma reconnaissance aux professeurs François ALAPHILIPPE et Jean-Pierre KARAQUILLO, co-fondateurs du Centre de Droit et d'Economie du Sport (C.D.E.S) en 1978, pour leur initiative pionnière qui a orienté mes activités universitaires et professionnelles.

Je veux enfin saluer tous les membres du C.D.E.S, de l'Association Internationale des Economistes du Sport (AIES) constituée à Limoges en 1999, et du Séminaire Dynamique Economique du Sport (DESport) créé à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne en 2006, avec lesquels je partage une exigence et une passion communes pour l'économie du sport.

# Sommaire

|   |            |
|---|------------|
| <b>Chapitre introductif – Sport professionnel, économie de marché et science économique</b>                                   | <b>8</b>   |
| Section 1- Le secteur économique du sport   | 10         |
| Section 2- L’analyse économique des marchés du sport professionnel  | 14         |
| <br>  |            |
| <b>Partie - I Travail</b>   | <b>35</b>  |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 1- Le marché du travail</b>   | <b>38</b>  |
| - « <b>Dualisme et rapport salarial dans le sport professionnel</b> » [6]   | 39         |
| I- Les théories du marché du travail  | 41         |
| II- La segmentation du marché du travail sportif  | 54         |
| III- La question théorique du dualisme du marché du travail sportif, de son origine et de son développement                   | 70         |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 2 - La formation des revenus des <i>Superstars</i></b>  | <b>99</b>  |
| - « <b>Les très hauts revenus des <i>Superstars</i> du sport - Un état des approches théoriques et empiriques</b> » [32]      | 100        |
| I- Introduction   | 101        |
| II- Les très hauts revenus dans le sport, la culture et le management : données comparatives et première approche explicative | 103        |
| III- La théorie des <i>Superstars</i>   | 107        |
| IV- La théorie du tournoi   | 112        |
| V- Conclusion   | 116        |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 3 - Le dopage</b>   | <b>120</b> |
| - « <b>Le dopage comme produit joint du sport professionnel</b> » [4]   | 121        |
| I- La détermination du cadre de l’analyse   | 123        |
| II- L’hypothèse de l’ <i>homo oeconomicus</i> appliquée au sportif qui se dope  | 130        |
| III- Critique des postulats de la rationalité économique  | 134        |
| IV- Une hypothèse alternative : l’ <i>homo sportivus</i>  | 137        |
| V- Perspectives   | 140        |

\* Les [...] figurant à côté du titre des douze publications extraites d’ouvrages ou de revues, et reproduites dans cette thèse, renvoient aux références complètes de ces travaux recensés en annexe.

|   |            |
|---|------------|
| <b>Partie II - Spectacle</b>  | <b>147</b> |
| <b>Chapitre 4 - Les deux marchés du sport télévisé et le bien être social</b>   | <b>149</b> |
| - « <b>La médiatisation des compétitions</b> » [1]  | 150        |
| I- L'explosion du marché des émissions sportives  | 150        |
| II- Les spécificités du marché des retransmissions sportives  | 152        |
| III- Répartition des droits de retransmission télévisée et équilibre compétitif   | 157        |
| <br>  |            |
| - « <b>Relations économiques entre le sport et la télévision</b> » [6]  | <b>161</b> |
| I- Le marché des émissions sportives  | 162        |
| II- Le marché des retransmissions sportives   | 179        |
| <br>  |            |
| - « <b>Structures des marchés du sport télévisé et bien être social</b> » [6]   | <b>195</b> |
| I- Le bien être du téléspectateur   | 196        |
| II- La satisfaction des organisateurs sportifs  | 212        |
| III- Régulation des relations entre le sport et la télévision : la loi ou le marché ?   | 220        |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 5 - Les droits de retransmission télévisée : modèles de commercialisation, concurrence économique et compétition sportive</b> | <b>230</b> |
| « <b>Broadcasting Rights and Competition in European Football</b> » [18]  | <b>231</b> |
| Introduction  | 231        |
| I- Football and Broadcasting Rights : an Overview of European Practices   | 232        |
| II- Broadcasting Rights, Economic Competition and Competitive Balance   | 241        |
| III- The Different Practices of Television Rights Management in European Football: Recommendations  | 251        |
| Conclusion  | 256        |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 6 - Le marché de la presse sportive</b>   | <b>265</b> |
| - « <b>Formes du marché de la presse sportive et stratégie concurrentielle</b> » [6]  | <b>266</b> |
| I- Structures et performances   | 267        |
| II- La stratégie concurrentielle du groupe de presse dominant   | 276        |
| <br>  |            |
| <b>Partie III - Mondialisation</b>  | <b>296</b> |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 7- La mondialisation économique du sport</b>  | <b>298</b> |
| « <b>La mondialisation des marchés du sport</b> » [1]   | 299        |
| I- Les dimensions du phénomène  | 300        |
| II- Les stratégies d'internationalisation des principaux acteurs  | 307        |
| III- Les effets de la mondialisation  | 311        |
| <br>  |            |
| <b>Chapitre 8 - Sport et développement</b>  | <b>320</b> |
| - « <b>Développement économique et performance sportive à l'échelle mondiale</b> » [4]  | <b>321</b> |
| I- Le champ de l'analyse  | 322        |
| II- La faiblesse de l'offre et de la demande de pratique sportive dans les pays en développement (PED)                                    | 326        |
| III- Un financement intérieur ou étranger insuffisant dans le Tiers-monde   | 329        |

|   |            |
|---|------------|
| IV- La concentration spatiale des événements dans les pays développés                         | 336        |
| V- L'exode des muscles du Sud vers le Nord  | 344        |
| VI- L'inégal accès aux performances   | 358        |
| <b>Chapitre 9 - Les modèles d'organisation du sport</b>                                       | <b>369</b> |
| <b>"Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?" [22]</b>                     | <b>370</b> |
| Introduction  | 370        |
| I- Are Sports Competitions Balanced ?   | 371        |
| II- Does a European Sporting Model Exist ?  | 375        |
| III- A Crisis of Transition ?   | 376        |
| IV- The Difficulties of Regulating European Championships                                     | 378        |
| V- Perspectives and Conclusions   | 381        |
| <b>Chapitre 10 - Sport et biens publics mondiaux (BPM)</b>                                    | <b>386</b> |
| - « Sport and globalisation : sport as a global public good » [16]                            | <b>387</b> |
| I- Sport as a Global Public Good (GPG)  | 387        |
| II-The Globalisation of Sport and Its Current Regulation : What Its Current State of Affairs? | 390        |
| III- Other Ways of Sporting Governance  | 392        |
| <b>Table des illustrations</b>  | <b>398</b> |
| <b>Annexe - Références des publications de Jean-François BOURG (1983-2012)</b>                | <b>402</b> |

## **Chapitre introductif - Sport professionnel, économie de marché et science économique**

**Mots clés :** travail – spectacle – mondialisation - marchés du sport – théories économiques

## Introduction

Le parti pris de cette thèse est d'étudier trois dynamiques économiques du sport professionnel, chacune d'elles qualifiée par un mot clé : travail, spectacle, mondialisation. Après une mise en perspective historique de l'économie du sport professionnel et la présentation des analyses théoriques et empiriques de ce domaine d'application singulier dans un chapitre introductif, dix chapitres sont constitués à partir de douze publications sélectionnées - parmi 89 dont les références figurent dans une annexe qui les répertorie - et ce au regard de la diversité des champs explorés et des instruments orthodoxes ou hétérodoxes utilisés.

Terme polysémique, notion surdéterminée aux significations surchargées, le sport échappe à une définition univoque et soulève trois séries de difficultés : une ambiguïté sémantique, une ambivalence des valeurs, un paradoxe des finalités. Certes, depuis qu'il envahit notre imaginaire collectif dans sa version compétitive et médiatisée, le sport s'octroie un monopole conceptuel qui tend à convaincre que toute activité physique est du sport (Queval, 2004). Aussi, est-il plus que jamais nécessaire de donner non plus « une » définition du sport, mais « des » définitions, car toute activité physique n'est pas de fait sportive et couvre un large éventail de pratiques dotées de propriétés souvent contradictoires. Les finalités de l'éducation physique (formation, santé, connaissance et construction de soi, apprentissage de la mesure et de la limite) ou des sports « californiens » (sports de glisse notamment) apparus dans les années 1970 (entretien du potentiel physique, participation, valeur d'usage, émotions, connivence) diffèrent de celles du modèle sportif actuel (exploitation du potentiel physique, dépassement de soi, performance, valeur d'échange, domination).

Traditionnellement, et *stricto sensu*, le sport se définit selon quatre critères cumulatifs : une situation motrice (un effort musculaire), une compétition (un vainqueur et des vaincus), des règles et une institution (Loret, 1995). Les caractéristiques anthropologiques du pratiquant contemporain sont très proches de celui d'autrefois (Vigarello, 2002). Le plaisir du jeu physique, la comparaison ponctuelle des performances pour voir qui est le meilleur, l'objectivation du mouvement par une mesure isolée, la démultiplication de l'individualité, le culte de l'excellence, le plaisir de la transgression, ne sont pas des traits spécifiques de l'athlète moderne. En revanche, avec les récentes évolutions sociologiques et économiques (plusieurs centaines de milliers de sportifs professionnels sur la planète offrant un spectacle commercialisé à plusieurs milliards de téléspectateurs), le sport de haut niveau ne peut plus être considéré comme un simple jeu ou une activité physique.

Par ailleurs, l'originalité du sport – et sa complexité – est d'articuler deux systèmes de représentation opposés : d'un côté, le sport participe d'une exaltation de la nature, de l'équilibre et de la santé ; de l'autre côté, il relève d'une idéalisation du dépassement de soi qui l'ouvre sur la démesure et sur l'artifice, lesquels deviennent la négation même de l'éthique sportive et de la santé publique. De fait, les institutions sportives ont à gérer de nombreux paradoxes : le statut du sport comme activité humaine éducative strictement codifiée et ses enjeux marchands, la mondialisation du sport et sa raison d'être locale, les exigences de la performance et celles de la dignité humaine, les moyens financiers et les finalités sportives. Ces interrogations rendent compte de la difficulté à séparer radicalement deux conceptions du sport : d'une part, le sport de haut niveau commercialisé à l'échelle mondiale (bien privé) ; d'autre part, le sport patrimoine de l'humanité (bien public).

L'objet de cette thèse concerne la première dimension, celle que l'on qualifie désormais d'industrie du sport, car elle regroupe les relations économiques traversant le système sportif au sein duquel le supporteur devient un consommateur, le club une marque, l'athlète un travailleur, le sport une marchandise (Bourg et Gouguet, 2007, p 37 et s). Le sport forme ainsi un secteur économique qui se déploie selon deux axes : commercial, car il crée un chiffre d'affaires direct ; de communication, car en constituant un support d'images il engendre un chiffre d'affaires indirect. Dans une première section, est étudié ce nouvel ordre sportif mis en œuvre par des professionnels, organisé dans une logique de médiatisation et développé dans une perspective globale. Dans une seconde section, plusieurs instruments de la science économique sont mobilisés pour comprendre le fonctionnement des marchés du sport professionnel. Ainsi, le secteur économique du sport (*sports economy*), c'est-à-dire le poids des marchés du sport et l'économie du sport professionnel d'une part, et l'analyse économique du sport (*sports economics*), c'est-à-dire l'ensemble des approches théoriques et appliquées d'autre part, pourront être examinés (Andreff, 2012, p 5).

## **I - Le secteur économique du sport**

La professionnalisation du sport est un phénomène contemporain, qui met en mouvement de multiples relations marchandes et définit une économie spécifique.

### **A - Histoire économique du sport**

Des travaux historiques, sociologiques et philosophiques ont montré que le sport tel que nous le connaissons au XXI<sup>ème</sup> siècle serait né en Angleterre au moment de la révolution industrielle, et se serait ensuite institutionnalisé, puis diffusé dans le monde entier. Il n'y aurait pas continuité entre sports traditionnels et sports modernes, mais rupture entre les fonctions et les valeurs des pratiques et des spectacles sportifs (Queval, 2004 ; Vigarello, 2002). Les Jeux de notre époque ont à peine plus d'un siècle d'existence (1896-2012), alors que les Jeux de l'ancienne Grèce se sont déroulés tous les quatre ans durant près de douze siècles, à Olympie (de 776 avant Jésus-Christ à 392 après JC). Mais, ce n'est qu'au XIX<sup>ème</sup> siècle que l'esprit olympique renaît dans un contexte marqué par l'essor du capitalisme.

Durant des décennies, de 1896 à 1980, l'actuelle dimension marchande du sport de compétition n'a pu émerger en raison de la domination d'une conception anglo-saxonne du sport fondé sur l'amateurisme et le bénévolat. Pour le rénovateur des Jeux Olympiques (JO) en 1896, le baron Pierre de Coubertin, le sport devait rester en dehors du marché et n'obéir qu'à une logique désintéressée : « Je rebronzerai une jeunesse veule et confinée, son corps et son caractère, par le sport, ses risques et ses excès. J'élargirai sa vision et son entendement par le contact des grands horizons sidéraux, planétaires, historiques... »<sup>1</sup>. Un siècle plus tard, en 1998, Juan Antonio Samaranch, alors Président du Comité International Olympique (CIO), définissait encore l'olympisme comme « un style de vie fondé sur la joie dans l'effort, la valeur éducative du bon exemple et le respect des principes éthiques fondamentaux universels »<sup>2</sup>. Parallèlement, les douze sponsors officiels des JO d'hiver de 1992 (Albertville) expliquaient ainsi, dans les médias, les raisons de leur participation financière : « Les Jeux Olympiques ont une histoire, celle des hommes et des femmes qui ont œuvré pour offrir au monde l'occasion de se retrouver autour d'exploits sportifs qui sont autant de sensations fortes et d'émotions inoubliables. Aujourd'hui, des sociétés internationales sont réunies pour un seul projet : faire vivre la légende ».

<sup>1</sup> Pierre de Coubertin, "La victoire de l'olympisme" (1920), dans *L'idée olympique*, Carl Diem Institut, Stuttgart, Verlag Karl Hoffmann, 1967.

<sup>2</sup> Revue Olympique, Lausanne, août-septembre 1998.

Le mouvement olympique (CIO, comités nationaux olympiques, fédérations internationales) s'est assigné trois objectifs pour se développer : universaliser les pratiques, internationaliser les compétitions, rentabiliser le spectacle. Lors de la première édition des JO d'été, en 1896, 280 athlètes provenant de 13 pays participaient à 43 épreuves. Lors des JO de Londres, en 2012, plus de 10 000 sportifs représentant 202 pays ont concouru dans plus de 300 épreuves. Depuis 1896, l'imaginaire sportif s'est globalisé et, après presque un siècle d'immobilisme, l'ordre olympique va être profondément réorganisé autour de ces nouvelles dynamiques, et ce afin d'en tirer profit. L'ouverture des JO à tous les athlètes, amateurs ou professionnels, pourvu qu'ils soient admis par leur fédération (1981), la possibilité d'utilisation commerciale des symboles olympiques (1986), la vente mondiale des droits de parrainage avec la création d'un programme de marketing (1986, *The Olympic Partners*, TOP) et la décision de faire alterner les JO d'été et d'hiver tous les deux ans (1986, appliquée depuis 1994) illustrent la volonté du CIO de valoriser le spectacle par un double renforcement : de la compétition entre sportifs ; de la concurrence entre sponsors et télévisions pour obtenir l'exclusivité des droits. Avec la détention d'un monopole d'offre par le CIO, les droits T.V encaissés par l'institution sportive, propriétaire de l'événement, atteignent des sommes considérables : 2 milliards de dollars l'exclusivité pour les Etats-Unis (NBC) des JO d'hiver 2014 (Sotchi) et d'été 2016 (Rio), contre 0,5 million de dollars lors des JO d'hiver et d'été 1960 (CBS, premiers JO ayant fait l'objet de versement de droits). Ce qui a été mis en mouvement pour les JO par le CIO, a été reproduit pour tous les méga événements par les fédérations internationales. De fait, non seulement l'exposition médiatique procure des revenus considérables, mais elle transforme également ces spectacles en un « village global » intéressant les grandes firmes désireuses d'accroître leur notoriété et leur chiffre d'affaires : 40 milliards de téléspectateurs pour les JO d'été 2008, 26 milliards pour la coupe du monde de football 2010, 10,5 milliards pour les JO d'hiver 2010, 4 milliards pour la coupe du monde de rugby 2011 (en audience cumulée, soit l'addition des audiences de chacun des programmes de l'événement durant la totalité de la compétition).

## **B - Le poids économique du sport**

Si dès les premiers Jeux antiques, des ressources humaines, matérielles et financières étaient mobilisées, ce n'est qu'à partir du milieu des années 1980 - hors Amérique du nord pour laquelle le phénomène est plus ancien (début du XXème siècle) - que le sport est vraiment entré dans l'aire du marché justifiant le rapprochement entre les termes « économie » et « sport ». Les flux financiers globaux transitant sur l'ensemble des marchés du sport (articles de sport, construction d'équipements, droits de retransmission télévisée, contrats de parrainage, revenus des athlètes et cadres techniques) auraient représenté en 2011, 3 % du commerce mondial et 650 milliards d'euros. Ce chiffre d'affaires annuel se répartirait de la façon suivante : 29% pour les articles de sport (190 milliards d'euros) et 15% pour le sport professionnel (92 milliards se décomposant ainsi : 32 milliards pour la billetterie, 26 milliards pour le sponsoring, 20 milliards pour les droits T.V, 14 milliards pour le merchandising). Géographiquement, 42 % de ces flux ont pour origine les marchés nord américains, 33 % ceux de l'Union européenne et du Moyen Orient, dont 5 % ceux du marché français, 19% ceux d'Asie et du Pacifique, 5% ceux d'Amérique du sud et 1% ceux d'Afrique. Le marché de l'économie souterraine du sport est estimé à 130 milliards, et ce uniquement pour les paris clandestins et le trafic de produits dopants. Dans les pays développés, la part du sport dans le produit intérieur brut (PIB) est comprise entre 1,5 et 2 % (contre 0,5% dans les années 1970) ; et dans les pays les moins avancés (PMA) entre 0,5 et 1 % (Bourg, 2012, p 101 et s). Dans certains pays, le poids économique du sport est comparable à celui de l'industrie textile ou du cuir et de la chaussure (Andreff, 2012, p 6).

Le rythme de croissance annuel de ce secteur économique, de 6 à 10 %, est stimulé par

plusieurs facteurs, tels que la baisse du temps de travail et l'essor concomitant des loisirs, le changement des habitudes vestimentaires et comportementales, la progression des dépenses de publicité des entreprises dans le domaine du sport, le développement de l'offre de programmes sportifs et la hausse des droits de retransmission versés par les diffuseurs. Avec cette nouvelle donne marchande, technologique et sociétale, le sport offre des débouchés à de nombreuses activités qui appellent des financements ayant une origine privée ou publique.

Si le sport est considéré comme un bien privé (cas des États-Unis), sa production, et donc son financement, incombent aux individus ou aux entreprises. Dans la logique publique, le sport est au contraire un bien collectif (situation des pays d'Europe centrale et orientale avant l'effondrement du communisme et la dissolution de l'URSS en 1991). Dans la réalité française (la dépense sportive nationale s'est élevée en 2009 à 35 milliards d'euros, soit 1,85 % du PIB), le sport est un bien mixte, et ce malgré les changements structurels intervenus à partir des années 1980, dont le recul de l'État Providence et la croissance des dépenses sportives des ménages et des entreprises, lesquels ont contribué à accroître le financement privé qui dépasse largement en France, comme dans la plupart des pays développés, le financement public du sport (57 % contre 43 % en 2009, voir Stat-Info, février 2012).

### **C - L'économie du sport professionnel**

La conversion du sport de haute compétition à l'économie de marché engendre une fracture entre le sport professionnel et le sport amateur. Certes, de façon formelle, l'unité du sport existe toujours au regard de la sémantique, des règles du jeu ou du système de promotion/relégation entre les deux types de championnats (tout au moins en Europe). Mais, par ailleurs, en termes juridiques (support de l'activité, statut des sportifs), économiques (volume et structure des chiffres d'affaires, objectifs, impacts et retombées), sportifs (rayonnement et niveau des performances), quoi de commun entre une équipe de football de quartier et un club professionnel ?

Le premier type de clubs relève de la loi de 1901 sur les associations à but non lucratif, au budget de 35 000 euros (moyenne en France, alors que celle d'un club de Ligue 1 est de 56 millions d'euros pour 2011/2012), engagé dans un championnat départemental, financé par les collectivités territoriales dans une logique « sociétale » de proximité. Dans ce cas, le sport s'inscrit dans un contexte de valeurs éducatives, civiques, culturelles et sociales. L'Olympique de Lyon (OL) illustre la seconde catégorie de clubs constituée en société anonyme sportive professionnelle (SASP) selon la loi de 1999. Doté d'un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros, le club évolue chaque saison en coupe d'Europe, distribue fréquemment des dividendes à ses actionnaires, rémunère ses dirigeants et verse des salaires annuels de 5 à 10 millions d'euros pour ses joueurs vedettes, est coté en Bourse et finance sa future enceinte de 60 000 places pour un montant de 450 millions d'euros (Bourg et Gougnet, 2012, p 19). De fait, l'OL est « instrumentalisé » à l'échelle internationale dans un but spéculatif et il doit se soumettre à un ordre juridique voisin de celui du secteur marchand traditionnel (le droit communautaire avec ses principes de libre circulation des travailleurs et des capitaux, ainsi que de libre concurrence).

Une profonde mutation segmente donc le champ sportif en se traduisant par une professionnalisation des sportifs, une mise en spectacle directe et indirecte des compétitions, une globalisation des stratégies et des enjeux. Au-delà de ce clivage croissant, un changement fondamental du financement du sport professionnel (Andreff et Staudohar, 2000 ; Andreff, 2012, p 344 et s) peut être analysé selon trois modèles (Bourg, 2012). Le premier « Adhérents-Spectateurs-Subventions-Local » (ASSL) a prévalu de 1900 à 1960 et constitue la base fondatrice du système associatif français. Le schéma « Spectateurs-Subventions-Sponsors-Local » (SSSL) a maintenu les liens géographique, juridique et économique originels entre les clubs et leurs financeurs durant une trentaine d'années (1960-1990). En

revanche, une dynamique télévisuelle et marchande a fait émerger à partir des années 1990, partout dans le monde, le modèle « Médiats-Magnats-Merchandising-Marchés-Global » (MMMMG). Les grands clubs européens, essentiellement de football, disputant des compétitions internationales relèvent de cette structure, tout comme les franchises des quatre ligues principales en Amérique du nord (*Major League Baseball, National Basketball Association, National Football League, National Hockey League*). Toutefois en Europe, la plupart des clubs pratiquant des sports d'équipe (basketball, handball, volleyball) demeurent proches du modèle SSSL. Les plus compétitifs d'entre eux pour ces trois disciplines, dès lors qu'ils sont qualifiés régulièrement pour la Ligue des Champions, se rapprochent du mode « Sponsors-Actionnaires-Télévision-International » (SATI), qui prévaut aussi dans le rugby continental depuis sa professionnalisation en 1995. Ces évolutions résultent à la fois de l'épuisement de la marge de croissance des recettes classiques des grands clubs confrontés à des besoins nouveaux liés au poids des salaires dans leurs dépenses, et de la nécessité de faciliter la montée en puissance de deux acteurs économiques majeurs : la télévision et le sponsor. Aussi, le financement des clubs de football, par exemple, s'inverse-t-il totalement : quand 53 % de leurs ressources provenaient des spectateurs et des subventions des collectivités locales en 1990/1991, 66 % ont pour origine des chaînes de télévision et des sponsors français ou étrangers, et en vingt ans, les chiffres d'affaires ont été multipliés par cinq (de 11 à 56 millions d'euros en Ligue 1, France).

Les championnats professionnels des années 1990-2012 représentent un modèle mixte comprenant aussi bien des clubs avec des liens locaux (historiques, juridiques, identitaires) ou/et des interactions internationales (gouvernance, financement, effectif). Mais cette mutation soumet les clubs, dont les revenus sont basés sur trois sources principales (l'actionnaire, le diffuseur, le sponsor), à une évaluation et à une sanction du marché qui n'est plus seulement local, mais global. Le passage du modèle ASSL au modèle SSSL ou SATI, et au modèle MMMMG, s'est donc accompagné d'un changement des variables cruciales de la stratégie de financement de certains clubs. Ces nouvelles tendances fondant le modèle MMMMG montrent également qu'il n'y a plus de lien automatique ou nécessaire entre la nationalité du club et celle de ses propriétaires, managers, joueurs ou partenaires commerciaux. Le club de football du Paris Saint Germain illustre, en 2012/2013, la multiplicité de ses connexions multinationales : détention du capital social par un fonds qatari, gouvernance qatari et française, encadrement technique brésilien et italien, effectif avec une dizaine de nationalités, sponsor et équipementier européens, diffuseurs français et qatari.

On constate, depuis au moins une vingtaine d'années en Europe et une trentaine aux Etats-Unis, une implication croissante de magnats de l'industrie et des services dans le football ou les sports collectifs nord américains, lesquels deviennent un terrain privilégié de placement pour des groupes de taille internationale (Bourg, 2012, p 106 et s). Avec cet afflux de capitaux, le spectacle sportif est ainsi mis au service de la stratégie de ces opérateurs inédits, dont les investissements recouvrent toutefois des choix différents. Les sociétés dont les activités concernent la communication (Médiasset avec l'A.C Milan en 1985, Canal + avec le Paris Saint Germain en 1991, Pathé avec l'O. Lyon et M.6 avec les Girondins de Bordeaux en 1998) ont développé une politique d'intégration verticale pour maîtriser l'ensemble du spectacle sportif, de la production à la commercialisation des images et des produits dérivés ; le football en Europe étant le programme le plus performant pour imposer des chaînes payantes.

En fait, le calcul peut être strictement financier (rentabilité, plus-value) et/ou stratégique (synergies d'activités, visibilité planétaire, recherche de légitimité et de notoriété, blanchiment de capitaux douteux) pour compenser une absence de profit direct. La multiplication des rachats de clubs anglais par des opérateurs étrangers (fonds spéculatifs américains, sociétés pétrolières russe ou d'Abu-Dhabi, etc.) s'inscrit pleinement dans cette volonté de saisir toutes

les opportunités de la nouvelle économie du sport professionnel, en exploitant commercialement ces marques à l'échelle planétaire, ou en diversifiant leurs investissements dans le sport professionnel en Amérique du nord et en Angleterre, comme c'est le cas pour Malcolm Glazer (*Tampa Bay Buccaneers*, NFL) avec Manchester United ; Stan Kroenke (*Denver Nuggets*, NBA ; *Colorado Avalanche*, NHL ; *Saint Louis Rams*, NFL) avec Arsenal ; Randy Lerner (*Cleveland Browns*, NFL) avec Aston Villa, John W. Henry (*Boston Red Sox*, M LB) avec Liverpool. L'attractivité de la *Premier League* provient du fait qu'elle détient le premier chiffre d'affaires au monde avec plus de 2,5 milliards d'euros et constitue le championnat le plus diffusé. Cette globalisation du football anglais a d'autant plus accéléré l'internationalisation de l'actionnariat des clubs qu'ils sont propriétaires de leurs stades (bien durable, contrairement au capital joueurs) et qu'ils reçoivent les droits de retransmission les plus élevés (1,33 milliard d'euros par saison).

Au fil des années, la concentration de ces capitaux sur un petit nombre de clubs - ceux qui peuvent engendrer un profit et constituer un levier de développement ou de communication - contribue à accentuer le dualisme économique dans les sports collectifs et à réduire l'équilibre de la compétition. L'autorisation de lever des capitaux lors de l'entrée des clubs de football en Bourse (Drut, 2011, p 19-25) aurait pu constituer une nouvelle étape amplifiant cette segmentation. Toutefois, seulement 44 clubs dans neuf pays ont été cotés depuis 1983 (24 en Grande-Bretagne, 6 au Danemark, 4 en Turquie, 3 en Italie et au Portugal, 1 aux Pays-Bas, en Allemagne, en Suisse et en France), et uniquement la moitié l'est encore en 2012. Des études empiriques ont permis d'expliquer l'intérêt tout relatif d'une introduction en Bourse (Aglietta, Andreff et Drut, 2008, p 291) : illiquidité du marché, volatilité des rendements et des cours, profondeur insuffisante du marché concerné, instabilité de la valeur du capital joueurs, non maîtrise des coûts salariaux. Les performances boursières décevantes des clubs soulignent à quel point le modèle économique des sports collectifs est peu attractif pour les investisseurs : gouvernance défailante (déficits récurrents), aléas sportif (la « glorieuse incertitude du résultat ») et économique (trop forte influence des résultats sportifs sur la valorisation boursière des clubs avec une sanction en cas d'échec) ; risque élevé de captation de la valeur par les joueurs et leurs agents, et non par ceux qui prennent des risques financiers (les actionnaires) ; allocation des moyens orientée vers les enjeux sportifs au détriment d'une stratégie de diversification commerciale (Bourg, 2012, p 107 et s). Autant de motifs qui mettent en évidence les dysfonctionnements organiques entre le sport et la Bourse, lesquels détournent les investisseurs des clubs cotés, car ils doutent de la capacité des clubs à créer durablement de la valeur.

## II - L'analyse économique des marchés du sport professionnel

L'économie du sport, en tant que domaine de recherche scientifique, et si l'on se réfère aux dates des premiers travaux ou enseignements en la matière, a cinquante-six ans d'âge aux Etats-Unis (Rottenberg, 1956) et trente-cinq ans en France (Malenfant-Dauriac, 1977; Andreff, 1978/1979). Plutôt descriptive dans les années 1970-1980, cette nouvelle discipline est désormais plus théorique, mais apparaît toujours comme nettement anglo-saxonne, puisque la majorité des auteurs sont américains et britanniques, et essentiellement micro-économistes (voir notamment Andreff, éd, 2011a et 2011b ; Andreff et Szymanski, éd, 2006 ; Fort et Fizez, éd, 2004 ; Jeanrenaud et Kesenne, éd, 2006 ; Leeds et Von Allmen, 2002). Ces quinze dernières années, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, on a pu relever un accroissement du volume des connaissances, une extension du champ d'analyse et surtout une diversification de l'application des grands paradigmes. Il est vrai que la compétition sportive constitue un cadre propice aux vérifications de certaines théories économiques, puisqu'elle représente un contexte hautement concurrentiel, comprenant des

acteurs motivés et compétents, des règles du jeu claires et stables, des performances objectives, mesurées par un score, un temps ou une distance (Eber, 2008, p 342).

Aussi, l'appareil analytique de la science économique est-il mobilisé. Des concepts spécifiques à l'économie du sport sont également utilisés (équilibre compétitif/intensité compétitive, ligues fermées/ligues ouvertes ...). Une grande partie de la discipline relève de l'économie appliquée et emprunte des éléments des domaines qu'elle croise (l'économie du travail, la microéconomie, l'économie industrielle...), lesquels se sont constitués antérieurement et par ailleurs.

S'inscrivant fréquemment dans la tradition de l'Economie Politique, les travaux des chercheurs européens principalement couvrent l'ensemble des phénomènes concrets mettant en relation les activités sportives et les activités économiques avec leurs externalités positives ou négatives. C'est ainsi que sont analysés :

- les différents marchés du sport, notamment professionnels, avec leur histoire économique, leur poids financier (part du PIB) et leur régulation (Andreff, 2010 et 2012 ; Bourg et Gouguet, 2012) ;
- les flux de biens (articles de sport) et de services (spectacles sportifs directs et indirects), l'internationalisation de la mobilité des facteurs de production (capital, travail) et la stratégie globale des agents économiques (Etats, actionnaires, sponsors, diffuseurs, équipementiers, agences de marketing) et sportifs, tels que le CIO, les fédérations nationales et internationales, les ligues professionnelles et les clubs (Andreff, 2010 et 2012) ;
- le marché du travail sportif (Bourg, 1983 et 2008 ; Bourg et Gouguet, 1998 et 2007 ; Gouguet, éd, 2005 ; Jeanrenaud et Kesenne, eds, 1999 ; Kesenne, 2000a et 2000b) ;
- le dopage avec l'économie du crime (Bourg, 2011 ; Bourg et Gouguet, 2007), la théorie des jeux (Haugen, 2004) et le dilemme du prisonnier (Eber, 2008b, 2008c et 2012), les politiques de lutte contre le dopage par la répression (Berensten, 2002 ; Maennig, 2002) ou les accords volontaires de sportifs formant des coalitions stables (Cavagnac, 2009) ;
- l'économie du sport télévisé (Andreff, Nys et Bourg, 1987 ; Gratton et Solberg, 2007 ; Jeanrenaud et Kesenne, eds, 2006) ;
- le marché des droits de retransmission et le marché des émissions sportives (Bourg et Gouguet, 1998, 2007 et 2012) ;
- la corrélation entre la répartition des droits TV et l'équilibre de la compétition (Andreff et Bourg, 2006 ; Cavagnac et Gouguet, 2008) ;
- le marché de la presse sportive (Bourg et Gouguet, 1998) ;
- les modèles d'organisation du sport professionnel en Europe et en Amérique du nord (Andreff, 2012 ; Bourg et Gouguet, 2007 ; El Hodiri et Quirk, 1971 ; Kesenne, 2007 ; Lavoie, 1997 ; Scelles, 2009 ; Szymanski, 2004) ;
- les déterminants économiques des performances sportives (Andreff, 2012) ;
- l'économie du sport dans les pays en transition et dans le Tiers Monde (Andreff, 2012 ; Bourg et Gouguet, 2007 et 2012) ;
- l'économie informelle du sport (Andreff, 2009 et 2012) ;
- les retombées, l'impact économique et l'utilité sociale des méga-événements et des enceintes sportives (Barget, 2012 ; Barget et Gouguet, 2010 ; Maennig et Zimbalist, eds, 2012).

Cette thèse s'articule autour de trois parties qui correspondent aux trois principales dynamiques économiques du sport professionnel (le travail, le spectacle, la mondialisation). Il s'agit d'identifier les enjeux de ces trois thématiques, de justifier leur choix et de présenter les entrées théoriques et les approches empiriques grâce auxquelles il est possible d'appréhender le sport professionnel et ses marchés.

## A -Travail

Cette partie « Travail » aborde deux facteurs de production, d'une part les sportifs professionnels dont la prestation est mise en spectacle, d'autre part un capital technique et scientifique permettant d'optimiser les performances, à savoir les conduites dopantes. Pour ce faire, sont réunis trois chapitres sur le fonctionnement des marchés du travail et les conditions de formation des très hauts revenus des sportifs, ainsi que sur le dopage considéré ici comme un produit joint du sport professionnel. Les **chapitres 1** et **2** mobilisent l'économie du travail pour interpréter les modes de régulation du travail dans le sport professionnel et expliquer la détermination des revenus des *Superstars*. Dans le premier chapitre, une lecture critique des paradigmes classiques débouche sur l'élaboration d'une analyse alternative sous-tendue par les concepts hétérodoxes de dualisme et de rapport salarial, mieux à même d'intégrer les spécificités qui modèlent le travail dans le sport professionnel. La théorie du dualisme est en effet fondée sur l'existence de discontinuités radicales sur le marché du travail, à l'origine de la persistance des écarts de rémunération entre plusieurs segments. Ces caractéristiques reposent sur deux éléments de base qui interagissent :

-l'existence d'un système économique de compétition dual avec d'un côté, un secteur central composé de grands clubs monopolistiques qui ont fréquemment accès aux titres nationaux et/ou européens, dotés de chiffres d'affaires conséquents, bénéficiant de rendements croissants, et d'un autre côté, un secteur périphérique comprenant des petits clubs soumis à une vive concurrence et instables. La relation de dépendance et de domination entre l'un et l'autre est essentielle ;

-l'existence d'un marché du travail également dual, avec une association étroite entre chaque secteur du système de compétition et un segment particulier du marché des sportifs bien spécifié par divers traits et toujours isolé par des barrières de mobilité.

L'apport original de cette théorie réside dans l'explication de ces inégalités supposées « endogènes » au fonctionnement du marché du travail, alors que les approches néoclassiques les considèrent comme « exogènes » au système économique (différence de capital humain, discrimination, obstacles externes à la concurrence et à la mobilité).

Le deuxième chapitre étudie les revenus extrêmes dans le sport professionnel. Une grande diversité de corpus alternatifs ou complémentaires a tenté d'éclairer les causes de cette hétérogénéité : le salaire fonction croissante de la productivité (théorie du capital humain), les différences compensatrices des conditions de pénibilité, de risque et de danger des emplois (théorie hédonique des salaires), l'individualisation des revenus (théorie des incitations), la corrélation entre la performance et le salaire (théorie du tournoi), la productivité fonction croissante du salaire réel (théorie du salaire d'efficacité), les modes de valorisation des différences de talent (théorie des *Superstars*), le pouvoir monopolistique des *Superstars* (théorie du partage de la rente), les comportements discriminants des employeurs (théorie de la discrimination salariale), la segmentation du marché du travail et du spectacle (théorie du dualisme).

L'incitation financière est utilisée fortement pour promouvoir la qualité et l'incertitude du spectacle sportif. Et une corrélation positive apparaît entre la rémunération des sportifs et leurs prestations sur le marché du travail comme sur le marché du spectacle direct (stades) ou indirect (télévision), et ceux qui leurs sont associés (produits dérivés). Deux entrées théoriques sont privilégiées ici en raison de leur pouvoir explicatif : la théorie des *Superstars*, la théorie du tournoi. La première montre pourquoi un petit nombre de sportifs bénéficient de revenus considérables et captent des parts de marché prépondérantes dans leur activité. Il existe un rapport étroit entre la rémunération d'un talent et la taille de son marché. Plus le sportif est perçu comme talentueux, plus vaste sera son marché. Il y a donc deux aspects fondamentaux des modes de production et de consommation : la substituabilité imparfaite

entre les offreurs de certaines prestations a des conséquences sur la distribution des revenus et la part de marché captée par les *Superstars* ; les économies d'échelle dans la consommation jointe de certains services, grâce à la technologie audiovisuelle, démultiplient l'impact des *Superstars*.

La théorie du tournoi met en lumière une double série de problèmes qui caractérise le spectacle sportif. Tout d'abord : comment améliorer les performances (aléa moral) ? Et comment trier les meilleurs talents (anti-sélection) ? Ensuite, le risque pour les employeurs sportifs est de commettre deux erreurs : prendre une mauvaise décision (opter pour des sportifs médiocres), ne pas prendre une bonne décision (éliminer des sportifs de talent). La compétition sportive est caractérisée par le fait que le gain d'un athlète dépend uniquement de son rang par rapport aux autres. Le tournoi est le moyen à la fois d'identifier les prétendants au titre de *Superstar*, de maintenir l'émulation et de maximiser les recettes des organisateurs. Le postulat sur lequel repose cette théorie est que les résultats des sportifs lors des compétitions sont fonction des gains qu'ils escomptent.

**Le chapitre 3** procède à une analyse économique des conduites dopantes dans le sport. Positionner ce chapitre dans la partie I « Travail » peut surprendre. Pourtant, ce choix se fonde sur le caractère ancien, massif et organisé du dopage. Il se justifie également par le fait qu'il est considéré par bien des sportifs<sup>3</sup>, et par de nombreux médecins, historiens, sociologues, philosophes, comme un moyen parmi d'autres (entraînement physique, préparation mentale, etc.) de « faire » le métier le mieux possible. Dès lors, il constitue selon eux une pratique en hyper conformité avec les valeurs du sport (voir entre autres Laure, 2004 ; Mondenard, 2000 ; Queval, 2004 ; Vigarello, 2002 ; Yonnet, 1998). Le dopé ne se considère pas comme un déviant, mais comme un individu qui fait les sacrifices indispensables pour être reconnu, pour surmonter les difficultés de sa profession et pour poursuivre son rêve (Mignon, 2002, p 51). Certains chercheurs se demandent même si le sportif, en remplissant ainsi les termes de son contrat (implicite) de travail, c'est-à-dire en poussant à l'extrême la logique du haut niveau, suivant en cela les conseils des experts qui l'entourent, n'est pas finalement le modèle du professionnel accompli (Brissonneau, 2007, p 146).

La décision économique de se doper revêt deux caractéristiques, lesquelles ont été étudiées avec deux instruments analytiques : une action illicite par la transgression d'une règle (l'« économie du crime ») ; une stratégie pour se procurer un avantage concurrentiel (la théorie des jeux). Selon la première théorie inspirée par Gary Stanley Becker, les conduites dopantes relèvent d'une approche rationnelle en termes de coût d'opportunité avec une évaluation des coûts du dopage et des risques d'être contrôlé « positif », d'être sanctionné et d'être malade, et ce comparativement avec les gains financiers et de notoriété ainsi obtenus (Bourg, 2011). Dans l'hypothèse où l'espérance d'utilité nette (différence entre les avantages et les coûts) est supérieure à la désutilité du dopage (valorisation de l'aversion pour le risque, de la peur du déshonneur et du respect de l'éthique), le sportif choisira de se doper.

Cette vision de l'*homo oeconomicus* suppose une connaissance parfaite par les sportifs des choix possibles pour un arbitrage optimal. Aussi s'agit-il d'une fiction, car les sportifs ont une connaissance (très) approximative des données, vu leur jeune âge, leur immaturité et l'absence d'évaluation scientifique des risques sanitaires induits par un recours à des substances dopantes, dont la consommation correspond à un détournement de leur vocation thérapeutique, à un surdosage massif et à une combinaison de multiples produits pouvant se révéler extrêmement nocive (Mondenard, 2000). Si les sportifs maximisent leur utilité sous la contrainte des ressources disponibles, ils cherchent seulement à atteindre un certain niveau

---

<sup>3</sup> Voir les multiples témoignages de dopés : par exemple, le coureur cycliste Jacques Anquetil en 1965, l'athlète Ben Johnson en 1988, le joueur de baseball Mark Mc Gwire en 1999 (Bourg et Gouguet, 2007, p 261 et 271).

de satisfaction. Cette rationalité limitée, au sens de Herbert Alexander Simon, est de nature subjective et relative. Une autre faiblesse de cette analyse « classique » provient du fait qu'elle repose sur un calcul individuel. Or, dans le domaine sportif, les résultats obtenus sont conditionnés étroitement par le comportement des autres compétiteurs. Le recours à un concept spécifique en est d'autant plus justifié : l'*homo sportivus*. En effet, l'acte individuel de dopage apparaît comme la résultante d'enchaînements complexes liés à l'organisation collective du spectacle sportif. L'*homo oeconomicus* abstrait doit céder la place au sportif ancré dans un univers spécifique, l'*homo sportivus*, dont les décisions s'appuient sur des règles préétablies et des traditions. De plus, il y a d'autres variables non matérielles qui influent sur l'acte de dopage, celles liées au principe même du sport, à son rapport à la performance et à l'image de soi.

Les interactions stratégiques sont prises en compte par un second corpus (Berentsen, 2002 ; Eber, 2008 ; Haugen, 2004). En effet, le dopage soulève un problème relevant de la théorie des jeux en général et du « dilemme du prisonnier » en particulier. Deux sportifs A et B opposés lors d'une épreuve, décident secrètement de se doper ou non. Si A est dopé et B non dopé, A va gagner. Si A et B se dopent, les probabilités de victoire demeurent identiques, seules les qualités individuelles de A et B les hiérarchisant finalement. Dès lors que A et B se dopent, le résultat est sous optimal au sens de Vilfredo Pareto, puisque A et B seraient dans une meilleure situation si aucun des deux ne s'était dopé ; le vainqueur serait le même et les divers coûts financiers et risques sanitaires auraient pu être ainsi évités (Cavagnac, 2009).

L'issue de ce jeu dépendra du nombre de compétitions dans la saison, des primes de victoire attribuées, de la probabilité d'être contrôlé positif, du risque d'être sanctionné, d'être malade ou de trahir son éthique, du montant de la sanction sportive, financière ou/et pénale, du coût du dopage perçu par A et B. Evidemment, plus les dotations sont différenciées, plus l'incitation au dopage est forte ; plus la saison est dense en compétitions, et plus la tentation est grande de se doper ; plus le système de contrôle est inefficace, notamment en raison des asymétries d'information (Bourg, 2011), et moins le coût du dopage est élevé ; plus le sportif est neutre face au risque pour sa santé ou par rapport à sa morale, et plus il est enclin à se doper.

Il est démontré que ce jeu caractéristique du « dilemme du sportif » (Eber, 2008) est instable, et que le gain potentiel du dopage est supérieur à son coût. Chaque sportif est partagé entre sa rationalité individuelle, qui le pousse à utiliser des produits dopants, et sa rationalité collective, qui l'incite au contraire à collaborer à un sport sans dopage. Certes, chaque sportif préférerait exercer sa profession sans se doper, mais chacun est gagnant à se doper si l'autre n'y a pas recours. Du coup, le dopage devient une stratégie dominante et se généralise : à l'équilibre de Nash du jeu, A et B se dopent car, quelle que soit la stratégie retenue par l'adversaire, il est plus rémunérateur d'agir ainsi. Les conclusions du modèle dépendent donc des valeurs prises par la probabilité de victoire, de contrôle positif et de sanction, ainsi que par le montant de la dotation. Aussi, apparaît-il nécessaire d'accroître le coût du dopage en augmentant la fréquence et l'efficacité des contrôles, le niveau de la sanction, notamment financière, avec un barème discriminant de pénalités plus élevées dans le cas où le tricheur est le vainqueur que dans celui où le tricheur est le perdant (Berentsen, 2002).

Pour certains économistes, l'existence de normes de *fair-play*, de chartes déontologiques et de programmes d'éducation des jeunes sportifs peut modifier la nature du jeu, offrir une autre issue au « dilemme du prisonnier » et, par ce fait, réduire le dopage (Eber, 2008). La coordination n'ayant lieu que si chacun anticipe la coordination de l'autre, cette valorisation de l'éthique pour diminuer l'utilité que le sportif associe à une victoire usurpée a pour objet de qualifier d'abus de confiance tout acte de dopage, et ainsi amener les sportifs vers une coordination crédible contre le dopage. Dans une telle modélisation, les fonctions d'utilité des joueurs intègrent des pertes de ressentiment et de culpabilité. Il en découle que l'équilibre en

stratégie dominante où A et B se dopent n'est plus inévitable, et deux équilibres de Nash peuvent exister en tant qu'équilibres multiples (A et B se dopent, A et B ne se dopent pas). La difficulté est alors de savoir selon quelles modalités, A et B optent pour le bon équilibre. Pour d'autres (Cavagnac, 2009), une extension de cette modélisation s'attache à introduire la possibilité, pour les sportifs, de former des coalitions de joueurs propres dans un contexte qui demeure, par réalisme, celui de jeux non coopératifs. C'est uniquement l'intérêt personnel du sportif qui l'incite à adhérer ou non à la coalition. La réduction du dopage peut être ainsi amplifiée, au-delà d'une politique plus répressive, par des accords volontaires des sportifs eux-mêmes, qui peuvent constituer des coalitions stables dont la taille est suffisante pour diminuer le nombre de tricheurs.

L'impact de la réduction du dopage par l'éthique et le volontariat paraît incertain dans la réalité. Des chartes éthiques ont déjà été instaurées dans de nombreuses disciplines, sans beaucoup de résultats : par exemple, dans le cyclisme où les coureurs s'engagent sur l'honneur à ne pas recourir au dopage et à rendre tous leurs gains en cas de contrôle positif. C'est pourquoi, plusieurs prolongements de ces analyses sont envisagés : en considérant un jeu à information incomplète sur les caractéristiques des sportifs (en termes de *fair play*) ; en intégrant une nouvelle hypothèse (l'addiction) se substituant à la rationalité supposée parfaite de la théorie des jeux (Eber, 2008, p 225). Intéressants et utiles, les apports de la théorie des jeux ne doivent cependant pas faire oublier leurs limites. Dans de nombreuses situations, des équilibres multiples apparaissent, ce qui signifie que les hypothèses peuvent être insuffisantes pour déterminer les choix stratégiques, notamment à partir de considérations uniquement rationnelles, et ce dans un domaine spécifique et complexe. De plus, l'hypothèse d'une probabilité de victoire identique en cas de dopage généralisé, est irréaliste tant l'efficacité des substances prises, de leur association avec les spécificités de chaque sportif ou de chaque discipline est inégale.

## **B - Spectacle**

La partie « Spectacle » analyse dans trois chapitres la production et la consommation de biens et de services ayant une utilité. Le **chapitre 4** étudie l'économie du spectacle télévisé et le bien être social. L'essentiel de la littérature économique sur le sport et la télévision est empirique et se consacre à la demande d'émissions sportives par les téléspectateurs et de droits de retransmission par les diffuseurs (Andreff, Nys et Bourg, 1987 ; Jeanrenaud et Kesenne, éd., 2006 ; Gratton et Solberg, 2007). Depuis un demi-siècle, le sport et la télévision se développent côte à côte en bénéficiant de la convergence et de la complémentarité de leurs intérêts : le sport est un gisement de programmes et d'audience pour la télévision qui est elle-même un gisement financier et un vecteur de promotion pour le sport. Tout à la fois soumise à une dérégulation administrative (en Europe notamment avec l'abandon du monopole public de diffusion) et à une révolution des technologies (apparition du câble, du satellite, du numérique et du péage), la télévision ne peut plus être considérée comme un bien public pur depuis la création des chaînes à péage et des services de paiement à la séance. La multiplication des chaînes accroît l'offre d'émissions, tandis que la concurrence qu'elles se livrent pour l'obtention des droits augmente les revenus du sport. Du fait de l'importance des droits versés par les chaînes qui souhaitent le séduire, le téléspectateur a indirectement supplanté le spectateur en tant que financeur de premier rang des grands événements sportifs mondiaux (Bourg et Gouguet, 2007, 2012).

Aussi, la compréhension des relations financières entre le sport et la télévision exige t-elle de mettre en correspondance le marché des émissions sportives et le marché des droits de retransmission sportive (Bourg et Gouguet, 1998). En aval, le marché primaire des émissions sportives constitue le lieu d'échange entre les diffuseurs (offreurs) et les téléspectateurs (demandeurs). En amont, le marché secondaire des droits de retransmission TV met en jeu les

mêmes diffuseurs, ici demandeurs, et les organisateurs sportifs (clubs, ligues, fédérations) ou les sociétés de marketing sportif, offreurs des droits qu'ils détiennent (Gratton et Solberg, 2007). La capacité du sport à susciter de fortes audiences sur le marché des émissions représente pour les différentes chaînes une importante source de recettes, soit directement par la vente de programmes (chaînes payantes), soit indirectement par la commercialisation d'écrans publicitaires (chaînes gratuites ou payantes). Cette situation a engendré, pendant les années 1990, une forte pression sur un marché des retransmissions activée par une augmentation du nombre de demandeurs avec la multiplication des chaînes payantes. Face à une offre de droits généralement monopolistique ou cartellisée pour une compétition ou un événement donné, l'ajustement s'est fait le plus souvent par les prix, c'est-à-dire par une hausse en conséquence du coût d'acquisition des programmes sportifs.

Toutefois, nous entrons dans une phase de maturité du sport télévisé. Les premières années du XXI<sup>ème</sup> siècle marquent une nouvelle phase caractérisée par une contraction des investissements publicitaires, une stratégie de regroupement des réseaux payants de télévision, un ralentissement de la croissance du taux d'abonnement des ménages, un plafonnement ou une baisse des audiences, des difficultés financières des agences intermédiaires, une remise en cause de la centralisation des droits par les grands clubs. Toutes ces tendances convergent pour infléchir à la baisse la courbe d'évolution des droits de retransmission. Elles mettent fin au modèle économique du sport fondé depuis plusieurs décennies sur un accroissement continu des droits. Et ce d'autant plus que la progression importante du prix de ces droits fragilise la rentabilité économique des chaînes payantes, d'où le mouvement récent de fusion ou de rachat des diffuseurs avec comme volonté d'amortir l'acquisition des droits et des coûts techniques avec une meilleure optimisation des moyens de production et des profits.

Ces « vingt-cinq glorieuses » du sport télévisé en France, de 1984 à 2009, semblent remises en question par ce retournement du marché. Le dualisme du marché des droits de retransmission va s'amplifier avec une segmentation des compétitions et des clubs selon le seul critère de la création de valeur (audiences, parts de marché, annonceurs). Les surenchères des chaînes portent uniquement sur les grands événements les plus rémunérateurs, c'est-à-dire ceux qui ont un rayonnement international. Et les petits sports ou les événements de second rang auront encore moins d'accès à l'antenne et aux droits T.V et/ou seront exposés sur des médias confidentiels. En revanche, il n'y a pas de limite connue pour les sports télégéniques et les événements fédérateurs tels que les JO d'été et d'hiver, coupes du monde de football, grands prix de formule 1 ou sports nord américains, même si leur exploitation n'est pas toujours (souvent) rentable pour les diffuseurs ; lesquels dès lors qu'ils ont un statut de *networks* doivent le justifier en termes d'image par une politique d'achats prestigieuse.

Les structures et l'évolution des marchés du sport télévisé engendrent une offre d'images croissante, mais d'un accès payant pour le téléspectateur. En France, la multiplication de l'offre de sport télévisé par 430, de 1968 à 2010, s'est produite grâce au développement de la télévision à péage (Bourg et Gougnet, 2012, p 9). Dès 1988, les deux tiers du volume horaire des émissions sportives étaient soumis au paiement d'un abonnement, et cette part atteignait 99 % en 2010. L'augmentation du nombre de chaînes, 2 en 1968, 30 en 2010, ainsi que leur diversité offrent une possibilité de sélection inédite pour le téléspectateur qui choisit son programme, lequel lui est facturé individuellement, ce qui permet de rémunérer directement la chaîne. Le téléspectateur subit donc les conséquences de la progression du coût des émissions sportives. Certes, la plupart des événements diffusés par les chaînes payantes ne l'auraient pas été sur une chaîne généraliste gratuite. Mais ce développement du péage présente le risque de glissement progressif des événements majeurs, actuellement disponibles sur les grands réseaux nationaux « gratuits » vers des chaînes cryptées. Soucieux de tempérer les effets néfastes d'une concurrence exacerbée entre diffuseurs (exclusivité, péage), le Parlement

européen a adopté dès 1997 la directive « Télévision sans frontières », dont le volet sportif demande aux Etats-membres d'établir une liste d'événements qui doivent être accessibles en clair, gratuitement, pour une majorité des téléspectateurs.

Au confluent d'une analyse théorique et d'une approche empirique, sont mobilisés ici les concepts de la vision standard des marchés en concurrence et de celle des marchés administrés pour décrire les relations qui s'instaurent entre les différents acteurs de ces deux marchés. Les modalités de la formation des prix sur le marché secondaire, c'est-à-dire la fixation du montant des droits de retransmission sportive, sont présentées. Puis sont identifiées les conséquences de l'évolution des structures du marché des droits sur le bien-être du téléspectateur et la satisfaction des organisateurs sportifs, ainsi que sur la "glorieuse" incertitude du sport.

Le **chapitre 5** examine les modèles de commercialisation et de répartition des droits de retransmission télévisée et les interactions, selon les schémas retenus, entre concurrence économique et compétition sportive. Portant sur le football européen, deux types d'approche des conséquences de l'augmentation des droits versés et de l'évolution de leur redistribution sur l'équilibre de la compétition et les profits des clubs ont été réalisés. Tout d'abord, intégrant les apports de la théorie des jeux, une étude microéconomique comparative des effets de ces différentes politiques sur les stratégies d'acquisition de talents, ainsi que sur l'équilibre sportif du championnat et les résultats financiers des clubs (Cavagnac et Gougnet, 2008, p 230 et s) montre que le système français de partage des droits produit un effet inverse à celui recherché, dans la mesure où il incite à l'acquisition de joueurs, moyen pour les clubs de s'adapter à la contrainte de compétitions emboîtées (nationale/européenne) ; lequel est bien plus qu'ailleurs promu par une rémunération marginale croissante des victoires, ce qui a des conséquences négatives sur les profits des clubs. De plus, la faible incitation à la compétitivité internationale (50% des droits mutualisés de façon égalitaire), relativement aux autres championnats européens, pénalise les performances des équipes françaises en Ligue des Champions. Globalement, cette modélisation établit également une relation directe entre l'investissement dans les talents et le montant des droits TV, qui permettent de le financer, et ce dans une ligue dont les clubs maximisent les gains sportifs sous contrainte budgétaire (situation des championnats européens). Aussi, serait-il pertinent d'éviter d'utiliser la manne télévisuelle comme moyen systématique d'adoucir la contrainte budgétaire des clubs, compte tenu du fait que les formes du marché des droits de retransmission (avec un retour partiel ou total au monopole de l'achat des matches en direct des championnats domestiques par un seul opérateur national) provoquent depuis quelques années une stagnation, voire une régression, de leur volume. De plus, l'influence économique de la télévision se traduit partout en Europe, selon une intensité variable, par des déséquilibres financiers et un déséquilibre sportif (Andreff, 2009, p 629).

L'impact des divers modes de distribution des droits TV sur l'équilibre des compétitions a été clairement établi, au niveau macroéconomique cette fois, avec les inconvénients du système de vente individuelle par les clubs, lequel nuit à la cohésion des championnats, encourage les stratégies opportunistes et affecte la « glorieuse » incertitude du résultat. (Andreff et Bourg, 2006). On constate en effet, depuis une dizaine d'années en Europe, avec la conjonction d'une croissance des droits TV pour certains événements internationaux (la Ligue des Champions de football par exemple) et de la pression des revendications des grands clubs, que la mutualisation de ces recettes est en déclin. De fait, la télévision segmente les compétitions et concentre les finances des clubs, ce qui réduit l'incertitude du résultat, à l'échelon national et au niveau européen.

Comme il est possible de mesurer précisément l'attrait commercial de chaque club, les chaînes achètent et diffusent prioritairement les matches des équipes prestigieuses. La solidarité est la plus forte lorsque la ligue est propriétaire et gestionnaire des droits T.V (France). Elle est

inexistante quand la ligue n'exerce aucun rôle en la matière (Espagne) ou faible quand la ligue détient un pouvoir limité (Italie). Les critères de répartition des droits T.V évoluent tous selon un principe libéral qui veut qu'il y ait une plus grande proportionnalité entre le palmarès et la capacité à attirer l'audience des clubs et les revenus T.V qu'ils perçoivent : en France, la part redistribuée de façon égalitaire entre clubs représentait 91 % des droits en 1998/1999 contre 50 % en 2011/2012. Dans les championnats dont les clubs sont propriétaires et vendeurs individuellement des droits, les équipes les mieux dotées ne le sont pas en raison de leurs résultats sportifs. Les revenus payés annuellement par les chaînes cryptées aux clubs italiens ou espagnols sont liés exclusivement à leur attrait commercial et sont garantis pour quatre ou cinq ans.

A l'opposé, dans les pays où la propriété et/ou la négociation des droits sont collectives et centralisées, le club qui reçoit les plus hautes recettes T.V est toujours le vainqueur du championnat national. Il en est de même pour les petits clubs : celui qui est le moins bien doté en Italie (une dizaine de millions d'euros) l'est parce qu'il est celui qui suscite le nombre d'abonnements le plus faible, et perçoit une somme deux fois inférieure à son homologue anglais ou français. Les clubs ne disposent pas, a priori, des mêmes ressources financières, à l'intérieur des championnats nationaux comme au sein de la Ligue des champions. La Juventus de Turin a reçu 110 millions d'euros en 2007/2008, soit 12 fois plus que Trévise. Les trois équipes les mieux loties du championnat italien (Juventus de Turin, AC Milan, Inter Milan) percevaient 50 % de l'ensemble des droits T.V des vingt clubs de série A et les trois les moins rémunérées seulement 5 %.

Une étude statistique (part des premiers clubs, coefficient de Gini, corrélation de rang) portant sur les cinq principaux championnats européens (Andreff et Bourg, 2006) a montré les effets de la redistribution des recettes TV sur l'équilibre des compétitions nationales. Une forte relation a pu être ainsi établie entre le chiffre d'affaires des clubs, le montant de leurs droits de retransmission et leur classement sportif. Même lorsque la ligue commercialise et redistribue ces droits, l'exposition et le rang du club déterminent la manne qu'il reçoit. Cette tendance est sensiblement amplifiée par les revenus répartis par l'UEFA aux clubs qualifiés en Ligue des champions, lesquels contribuent à renforcer les grands clubs à la fois dans leur championnat national (perception de revenus auxquels leurs concurrents nationaux n'ont pas accès) et dans les compétitions européennes. Compte tenu du mode de répartition des recettes T.V, les deux clubs les mieux dotés réunissent environ 25 % du total et les deux clubs les moins lotis moins de 3 % de l'ensemble. Une répartition basée sur un principe de solidarité engendrerait une part de 3,1 % pour chacune des 32 équipes qualifiées. Cette caractéristique du modèle sportif européen, le mélange de deux niveaux de compétition national/européen, donne un avantage économique considérable aux grands clubs participant à ces deux compétitions par rapport à ceux qui évoluent seulement dans les championnats nationaux. Le montant inégal de ces droits, leur stabilité ou non dans le temps, leur autonomie ou non par rapport aux aléas de la compétition ont pour conséquence une plus ou moins grande incertitude des résultats dans les championnats. La Juventus de Turin (29 titres nationaux) et le Real Madrid (30 titres) inscrivent leur domination sportive dans la durée, laquelle est entretenue par leur hégémonie financière qui leur donne les moyens d'investir dans les talents et de maintenir ainsi leur suprématie sportive.

Aussi, doit-on formuler plusieurs recommandations (Andreff et Bourg, 2006). Il semble bien qu'une mutualisation des revenus égale ou supérieure à 50 %, situation de la France, soit contre-productive pour les clubs disputant les coupes d'Europe, surtout lorsque plusieurs distorsions de concurrence hiérarchisent également les clubs : poids des charges sociales et fiscales, chiffre d'affaires inégal, apport des actionnaires comblant les déficits d'exploitation. Le système français de régulation est pertinent au niveau national. Il est le plus égalitaire de tous les championnats européens, se rapprochant même du modèle des ligues nord-

américaines, notamment celui de la *National Football League*. Ce faisant, il est celui qui a priori assure le mieux un équilibre de la compétition et une promotion de l'incertitude. A l'opposé, en Italie et en Espagne, les écarts entre budgets (de 1 à 10 ou 20) et entre droits T.V (de 1 à 8 ou 12) ne permettent pas de créer une vraie solidarité économique. Le modèle français constituerait une référence dans le cas d'une ligue fermée, avec des clubs ne participant qu'à un seul niveau de compétition. De son côté, le modèle italo-espagnol est efficace pour doter les grands clubs de moyens considérables afin qu'ils puissent être compétitifs à l'échelon européen. La difficulté réside donc dans le fait que ces deux modèles ne sont performants qu'à un seul niveau (national ou européen). Dès lors, quel est le niveau intermédiaire entre la France et l'Espagne susceptible de réguler correctement le championnat sans pénaliser les clubs relevant des deux niveaux de compétition?

Un minimum de péréquation des droits TV par la ligue doit être préservé, faute de quoi, les championnats nationaux ne seraient pas viables. Il est vrai que les résultats sportifs d'un club sont corrélés avec sa capacité financière. La relation positive entre la dénaturation de l'équilibre de la compétition et la dispersion des capacités financières des clubs rend inquiétante la tendance libérale qui domine en Europe. La possibilité juridique de vente collective est certes utile, mais pas suffisante. Seule une redistribution de ces droits peut déboucher sur une compétition homogène et non pas à partir d'un partage selon le classement sportif, l'exposition médiatique des équipes et le nombre de connexions payantes. Car, dans ce dernier cas, les grands clubs seraient incités à se comporter de façon plus individualiste.

Le **chapitre 6** mobilise une branche de la théorie économique, à savoir l'économie industrielle. Ces développements sont ici consacrés aux structures du marché de la presse sportive, aux performances et aux stratégies des groupes de presse pour tenter d'expliquer les formes monopolistiques du marché de la presse sportive, ainsi que les pratiques du groupe Amaury-*L'Équipe* mises en œuvre pour protéger ses titres et réduire la contestabilité de leur marché, en érigeant des barrières à l'entrée, en fixant des prix prédateurs et en étouffant le jeu concurrentiel par une double diversification de son activité.

Malgré le lancement fin 2008-début 2009 de trois nouveaux journaux payants (*Le 10 Sport*, *Aujourd'hui Sport*, *Le Foot*), il a été une fois de plus démontré qu'il n'y avait pas d'espace économique durable pour quatre quotidiens sportifs en France, qui plus est basés majoritairement ou exclusivement sur le football, et ce alors que l'Espagne (4) ou l'Italie (3) ont de longue date une offre de publications diversifiée. L'histoire de la presse sportive quotidienne française de 1900 à 2012 comprend cent deux ans de monopole, huit ans de régime concurrentiel et deux ans sans journal de 1944 à 1946, soit quatre périodes de monopole, dont deux longues (*L'Auto* de 1905 à 1944, *L'Équipe* de 1947 à 1987) et quatre courtes séquences concurrentielles (de 1900 à 1905 avec *L'Auto*, *L'Auto-Vélo* et *L'Écho des sports* ; de 1946 à 1947 avec *L'Équipe*, *Sports* et *Élans* ; de 1987 à 1988 avec *L'Équipe* et *Le Sport* et de 2008 à 2009 avec *Le 10 Sport* et *Le Foot*).

Avec plus de 70 % des parts de marché au début des années 2010 (contre 61% en 1987 avec la concurrence de *Le Sport*), le groupe Amaury représente plus que jamais un partenaire obligatoire des lecteurs, du mouvement sportif et des annonceurs, et ce d'autant plus que cette hégémonie est durable. Les profits récurrents de *L'Équipe* constituent un autre indice de sa dominance, et ce quelles que soient les années, à actualité dense ou faible, et quel que soit le degré de concurrence (de 2 millions d'euros en 1983 à 4 millions en 2007 par exemple). Cette entreprise affirme sa domination par le produit, par le prix et par la promotion de ses titres. Ce faisant, elle élève constamment les droits d'entrée sur le marché, pratique une politique prédatrice et anime efficacement son actualité en la créant.

Après en avoir énoncé l'hypothèse, la non-contestabilité du marché est vérifiée à travers l'exemple de l'échec en 1988 d'un second quotidien *Le Sport* et de ses tentatives de relance, ainsi que celui en 2009 de deux nouveaux titres parus en 2008 (*Le 10 Sport*) et en 2009 (*Le*

*Foot*). En éditant à perte le quotidien *Aujourd'hui Sport* qui a cessé de paraître en 2009, simultanément au retrait de ses deux concurrents éphémères, *L'Equipe* a répliqué, à la même date de sortie que *Le 10 Sport*, en positionnant *Aujourd'hui Sport* sur le même segment (concept éditorial *low cost*, prix bas, format tabloïd, pagination, tirages et objectifs de ventes identiques). Le nombre de lecteurs et d'annonceurs des deux autres quotidiens, ainsi affaibli, a été insuffisant pour espérer un retour sur investissement. En conséquence, le rétablissement du monopole a été profitable à *L'Equipe*, dont le marché a été élargi avec le report des anciens lecteurs de ses rivaux, lesquels ont été donc perçus comme proposant des produits de moins bonne qualité, avec une couverture rédactionnelle moindre.

La politique prédatrice du groupe Amaury et son avance technique liée à un double savoir-faire d'éditeur et de journaliste (seul quotidien sportif au monde à couvrir l'actualité internationale dans 70 sports à l'année) revêtent plusieurs caractéristiques : un désir de ruiner les concurrents ou d'empêcher l'entrée de nouveaux rivaux ; une fixation de conditions d'accès au marché étouffant le jeu concurrentiel (ticket d'entrée, prix de vente, tarifs publicitaires, fidélisation des meilleurs annonceurs, adoption d'une stratégie commerciale développant de nouveaux produits). Le groupe Amaury peut également étendre son action hors de son marché originel par une croissance externe ou une croissance verticale et horizontale, à travers notamment son *know how* de créateur et d'organisateur d'épreuves sportives. La particularité de la presse sportive et la forme de ce marché incitent *L'Equipe* à créer sa propre actualité pour densifier le calendrier des événements dont elle rend compte : l'ensemble des épreuves gérées ou inspirées par le monopoleur représente 117 jours par an. Les effets interviennent à plus long terme, mais sont très porteurs de retombées d'audience et de recettes publicitaires.

### **C - Mondialisation**

La partie « Mondialisation » rassemble quatre chapitres pour appréhender la globalisation sportive, les liens entre développement économique et performance sportive, les caractéristiques des modèles d'organisation du sport et la notion de bien public mondial sportif. Le **chapitre 7** étudie la recomposition du sport de haut niveau mis en spectacle autour des valeurs du marché globalisé, laquelle revêt des formes inédites par le niveau des enjeux financiers, par leur géographie, comme par les stratégies mises en œuvre par les acteurs privés et publics. Le système sportif de production/consommation de masse comprend désormais un espace de compétition quasiment unifié, des instances sportives (les fédérations ou les ligues avec leurs filiales commerciales) et des firmes (fabricants d'articles de sport, sponsors, diffuseurs et autres opérateurs) qui gèrent leurs activités sur une base planétaire avec des mécanismes globalisant relevant de l'économie de marché et d'une logique libérale (accès aux marchés financiers, conquête de nouveaux débouchés, développement de programmes de marketing, recherche internationale d'une création de valeur pour les actionnaires, libre circulation du facteur travail et du facteur capital, etc.). Tel n'était pas le cas antérieurement, puisque de 1850 à 1980, les principes fondateurs du sport moderne reposaient sur l'amateurisme et le bénévolat.

Dès lors, comment être surpris que l'économie du sport soit constituée par un maillage indissociable d'images, de produits, de capitaux et de modèles de consommation qui se répandent sur les cinq continents ? Avec le retour sur investissement attendu par les multiples entreprises de cette industrie du sport, l'éthique en est altérée dans son fondement objectif, la règle sportive, et dans son fondement subjectif, les valeurs qui lui sont communément associées. De plus, à côté de ces flux commerciaux, et échappant aux normes de régulation des institutions sportives et étatiques, se développe depuis une dizaine d'années une autre mondialisation, celle des dérives mafieuses (des produits dopants aux paris clandestins, du blanchiment de l'argent sale aux matches truqués) qui dénature également l'identité du sport.

Le **chapitre 8** approfondit l'étude des interactions entre développement économique et développement sportif. Il convient à la fois d'établir le constat du cercle vicieux du sous-développement sportif et d'en analyser la persistance. Ses principaux stigmates sont les suivants : une offre et une demande de pratique faibles ou inexistantes : un taux de pratique licenciée par rapport à la population très bas ; une concentration d'une grande majorité des pratiquants sur un petit nombre de sports ; une quasi-inexistence de la pratique des sports les plus instrumentés dans les pays les moins avancés (PMA) ; une très faible présence de l'éducation physique et sportive à l'école liée au bas niveau de la scolarisation et à la pénurie d'enseignants et d'installations ; un faible ratio de disponibilité par habitant d'un club ou d'une structure d'accueil ; l'insuffisance ou l'absence d'infrastructures et de matériels sportifs. Dès lors, comment s'étonner que, globalement, le Tiers-monde représente 80 % de la population mondiale, 55 % des footballeurs, 10 % des joueurs de tennis, 1 % des joueurs de golf et 20 % des pratiquants organisés.

Le financement intérieur ou étranger y est également insuffisant car les budgets publics alloués au sport sont faibles, voire inexistantes, et ce d'autant plus que le bénévolat est peu répandu et ne peut pallier partiellement les carences de l'Etat et des collectivités locales. Dans les faits, un seul sport dans le Tiers-monde (le football) attire des capitaux extérieurs significatifs. Toutefois, l'intérêt des firmes étrangères concerne uniquement les clubs et équipes nationales engagés dans des compétitions internationales médiatisées dans le monde entier. De même, il convient de relativiser le processus de mondialisation de l'accueil de méga événements, car la compétitivité des pays d'accueil est nettement circonscrite à des espaces géographiques limités, à savoir le triangle Union Européenne - Amérique du nord - Asie. Le pourcentage du Tiers Monde est faible si l'on prend en compte l'attribution des J.O d'été : 4 villes seulement sur 28 (Mexico en 1968, Séoul en 1988, Pékin en 2008, Rio en 2016) et nul pour celle des J.O d'hiver, et ce sur les vingt deux localisations.

La migration des talents sportifs du Sud vers le Nord est croissante. Outre des causes socio-économiques générales, plusieurs incitations très fortes amplifient les velléités de départ des sportifs : les écarts de salaires (de 1 à 50 entre l'Afrique et l'Europe pour le football d'élite), l'insuffisance des moyens matériels et humains pour s'entraîner, les perspectives de carrière limitées, l'absence de professionnalisation du haut niveau, la faiblesse du chiffre d'affaires des marchés nationaux du sport. L'impact de l'exode des muscles est multiple : une décrépitude des championnats nationaux liée à la mauvaise qualité du jeu et à l'absence de sponsors et de spectateurs ; l'institutionnalisation d'une économie souterraine des transferts vers les pays développés ; un subventionnement croissant des pays riches par les pays pauvres (notamment de l'Europe par l'Afrique), dans la mesure où ces derniers investissent des ressources dans la formation des talents, alors que les premiers importent ces qualifications à un coût presque nul.

Peut-on remédier à l'appropriation des talents sportifs originaires des pays à faibles revenus par les pays riches ? Quelles régulations de la circulation des sportifs du Tiers-monde mettre en œuvre ? Comment conserver des talents sportifs formés, ou comment bénéficier de leurs retombées s'ils émigrent ? Esquissée dans son principe en 2001, développée en 2002, puis étudiée en profondeur dans ses aspects techniques et financiers en 2004, une taxe "Coubertoin" prélevée sur l'exode des muscles a été conçue par Wladimir Andreff (2010 et 2012). Il s'agit tout à la fois de freiner la fuite des jeunes talents des pays en développement (PED), de dégager de nouveaux moyens pour le Tiers-monde afin d'assurer un réel développement sportif et de renforcer ainsi le caractère universel des compétitions conformément à la philosophie du rénovateur des J.O modernes, Pierre de Coubertin.

Une lecture historique et géographique des résultats olympiques, sur la longue période (1896-2010) révèle que les PED ont une « productivité » moyenne quatre fois inférieure à celle des pays développés : 62 médailles/265 médailles. Et les valeurs de ce ratio de concentration des

podiums pour les PMA (11) et pour les économies de marché émergentes (EME, 104) traduisent l'amplitude des disparités au sein des PED. Une fracture profonde apparaît entre les pays développés (69% des médailles) et les PED (31%). Ce bilan statistique met en évidence une corrélation entre le niveau de développement économique et le degré de réussite sportive d'un pays.

La littérature sur les déterminants de la performance olympique est ancienne (à partir des années 1950) et pluridisciplinaire : l'ancienneté des pratiques, leur diffusion sociale et spatiale, le climat, le régime alimentaire, la race, la population, le système politique, le revenu par habitant. Il est admis que la tradition et la culture sportives, la richesse et le niveau de vie d'un pays, sa population ainsi que la volonté politique nationale expliquent les succès olympiques de façon significative. Mais ces variables peuvent se combiner de façon complexe. L'analyse classique des déterminants de la performance sportive par une macroéconomie des médailles, où le nombre de titres gagnés par une nation dépend de son PIB et de sa population, rend-elle compte de la répartition inégale des podiums? Les derniers travaux scientifiques montrent qu'une fonction de production des performances avec comme uniques facteurs de production les ressources économiques et démographiques ne suffit pas pour traduire le potentiel d'une nation (Andreff, 2010, p 29-58). En effet, des tests économétriques ont établi une corrélation positive entre le niveau du financement public du sport et celui du taux de pratique sportive d'une part, et la qualité des résultats sportifs d'autre part. Les médailles, records et titres olympiques ou mondiaux sont déterminés par la mobilisation des ressources économiques et humaines et non par leur simple disponibilité. Autrement dit, les deux variables pertinentes expliquant les performances sportives d'un pays sont constituées par la part du budget de l'Etat consacrée au sport et le pourcentage de la population pratiquant une activité sportive dans un cadre organisé et une logique compétitive. Le **chapitre 9** examine comment et pourquoi, le système européen des sports collectifs ne parvient plus à garantir la cohérence de ses championnats, à en maintenir la viabilité financière, ainsi qu'à assurer l'équilibre de ses compétitions, trois conditions à réunir pour en préserver son identité qui la singularise du modèle américain caractérisé par une organisation « collectiviste » mise au service d'une logique de profit. La dérégulation en Europe se traduisant par une liberté d'accès, pour les clubs, aux marchés de leurs facteurs de production (l'arrêt Bosman de 1995 pour le travail, la commercialisation de leur statut juridique et la cotation en Bourse à partir des années 1980 pour le capital) met en péril les principes et l'architecture du modèle européen. De ce point de vue, il convient de se demander s'il existe encore un modèle européen tant sont nombreuses les distorsions de concurrence entre les équipes.

Il est vrai que le système européen de championnats ouverts et reliés, contrairement aux ligues fermées du modèle américain, complique l'instauration de moyens de régulation. En effet, une répartition optimale au niveau national (des droits TV, principale recette), cas voisin de la Ligue 1 française, ne le sera pas nécessairement quant au degré de compétitivité de ses clubs engagés dans les coupes d'Europe. Selon l'indice UEFA de performance de leurs clubs en coupes d'Europe, la France occupe ainsi le 5ème rang alors que l'Espagne et l'Italie sont les mieux placées. Certes, l'homogénéité économique du championnat de France facilite l'accès au titre d'un grand nombre de clubs différents, mais la forte régulation par la ligue handicape ses clubs européens puisqu'ils n'ont pas les moyens d'investir massivement dans les talents, ce qui compromet leurs chances de victoire dans les compétitions européennes.

Le concept d'équilibre compétitif recouvre au moins une dizaine de définitions pour évaluer la répartition des forces sportives entre les équipes, les préférences des supporters, le pourcentage de victoires des clubs, l'anticipation du vainqueur, etc. (Andreff, 2009, p 604 ; El Hodiri, Quirk, 1971 ; Rouger, 2000 ). Si l'équilibre compétitif est mesuré par son effet sur l'incertitude du résultat d'un match, d'une ou de plusieurs saisons, il existe une diversité

d'instruments (indices d'Herfindahl, Gini, de corrélation de rang de Spearman...). L'indice de dispersion des victoires, calculé par le ratio de l'écart-type observé à l'écart-type des victoires d'un championnat théorique parfaitement équilibré (indice de Noll-Scully) permet de comparer les degrés d'incertitude de plusieurs compétitions. La hiérarchie des cinq principaux championnats européens de football, en allant du plus au moins incertain, c'est-à-dire des championnats de France, d'Allemagne, d'Angleterre (négociation collective des droits et degré de mutualisation des revenus élevé) à ceux d'Italie et d'Espagne (négociation individuelle et faible redistribution des revenus par la ligue) ne constitue pas une surprise. L'organisation économique plus ou moins solidaire, à travers principalement la fonction régulatrice des droits de retransmission, contribue à expliquer la position de chacun de ces pays. D'où la difficulté de concilier la mise en œuvre d'une solidarité économique nationale avec la consolidation des grands clubs engagés dans les coupes d'Europe avec des critères de répartition « libéraux » leur assurant un « juste » retour de leur contribution à la création de valeur (nombre de matchs diffusés, nombre de connexions payantes suscitées, etc.).

La loi des rendements d'échelle croissants (et décroissants) s'applique pleinement en l'espèce, puisque l'hégémonie dans le temps d'une minorité de clubs, toujours les mêmes, qui concentrent les principaux gains télévisuels nationaux et européens (entre 100 et 200 millions d'euros par saison), des chiffres d'affaires considérables (entre 300 et 500 millions d'euros), des effectifs de *Superstars* et des gains sportifs « garantis » en championnat (au minimum qualification pour la lucrative Ligue des Champions) se traduit par la marginalisation et l'instabilité des autres clubs, qui sont confinés dans les compétitions nationales, avec une faiblesse des droits TV (entre 20 et 40 millions d'euros) et des ressources financières (entre 40 et 60 millions), un insuffisant potentiel sportif, qualitativement contraint, un risque de relégation...

Ce dualisme sportif et économique des compétitions est largement activé par la relation financière entre sport et télévision. Dans la réalité, cette segmentation débouche quasiment, de façon implicite, sur une ligue majeure européenne « fermée » comprenant une trentaine de clubs (Barcelone, Real Madrid, Juventus Turin, A.C Milan, Inter Milan, Bayern Munich, Manchester United, Chelsea, Arsenal...), et sur des ligues mineures nationales pratiquement « fermées » elles aussi. Autrement dit, cette architecture présente des points communs avec les ligues américaines, qui sont régulées pour garantir leur cohérence et leur viabilité, alors que le modèle européen est dénaturé par une dérégulation continue des marchés du travail et du spectacle sportifs...

Cette question illustre le débat classique entre équité et efficacité :

- pour être efficace, il faut concentrer les moyens entre quelques clubs, au risque de nuire à l'équilibre compétitif. Cela a été le choix de la plupart des championnats européens qui ont privilégié, voire anticipé, la performance européenne, mais ont rompu l'équilibre national ;
- pour être équitable, et cela a été le cas de la France pour des raisons historiques et culturelles, on prend le risque de ne plus être efficace. Et c'est effectivement, la situation des clubs français qui rencontrent des difficultés pour se qualifier au niveau des compétitions européennes. Cette question ouverte ces dernières années représente des enjeux considérables pour l'identité et l'efficacité du système sportif en Europe.

Dès lors, quelle peut être la meilleure synthèse entre les deux objectifs d'une fonction régulatrice par une ligue nationale ou continentale ? Aucune analyse théorique, ni aucune approche empirique, n'ont déterminé le niveau pertinent de l'équilibre de la compétition par rapport à l'attente des supporters, des médias ou des sponsors. Toutes les observations réalisées ne confirment pas que l'équilibre compétitif attire les spectateurs : l'enjeu d'un match, ou son absence, est une variable omise dans l'analyse économique des championnats (Andreff, 2009, p 594). Il est vrai que les attentes du spectateur (l'incertitude du résultat liée à une compétition équilibrée) diffèrent de celles du supporter (la préférence pour un club

associée à un déséquilibre de la compétition). Dans une compétition statistiquement parfaitement équilibrée, une hypothèse certes peu réaliste, toutes les équipes seraient de force équivalente et chaque match se terminerait par un score de parité. Il serait alors impossible d'établir un classement et l'intérêt d'un tel championnat serait discutable. Malgré tout, les évolutions divergentes de l'équilibre compétitif dans les cinq championnats étudiés ne semblent pas affecter, en courte période, le bien-être des supporters qui, indépendamment de ces variations, sont plutôt de plus en plus nombreux, sur la longue période, dans les enceintes sportives.

L'équilibre compétitif donné par le rapport de l'écart-type du pourcentage de victoires effectif sur l'écart-type théorique renseigne bien sur la dispersion des résultats des équipes en évaluant dans quelles proportions elles s'éloignent de la situation « idéale » où toutes les équipes gagneraient 50% de leurs matches. Mais cette mesure souffre d'une lacune (Lavoie, 1997, p 98). Imaginons un championnat très serré, mais dans lequel, saison après saison, les mêmes clubs terminent aux premières places et se qualifient pour les phases finales ou/et l'échelon de compétition supérieur (la coupe d'Europe par exemple). Une telle domination persistante dans le temps de quelques équipes, toujours les mêmes, ne peut être prise en compte par cet indicateur (Bourg, 2004, p 7-8). C'est d'autant plus regrettable que, dans les faits, la hiérarchie des championnats en haut et en bas du classement est relativement stable. Aussi, convient-il de recourir à d'autres indicateurs traduisant de façon plus complète le degré de concurrence à l'intérieur d'un championnat. De ce point de vue, une mesure de corrélation des résultats sportifs des équipes peut révéler la permanence de leurs positions, saison après saison, ce que ne peut constater l'équilibre compétitif issu de cette méthode.

L'intensité sportive complète également l'approche en intégrant une structure de gains sportifs et financiers multiples, situation conforme au système européen (championnat national ou supra-national). Cette notion rend compte de la compétition des équipes pour une même récompense : une des trois premières places qualificatives pour la Ligue des Champions, la 4<sup>ème</sup>, 5<sup>ème</sup> ou 6<sup>ème</sup> donnant accès à la Ligue Europa, un rang évitant la rétrogradation (Scelles, 2009). En revanche, l'intensité compétitive ne mesure pas la différence de qualité entre les équipes. Sa valeur peut augmenter, même si celle de l'équilibre compétitif se détériore, s'il y a des surprises modifiant l'attribution des prix. De fait, l'intensité compétitive constitue un déterminant de la demande de spectacle à chaque journée de championnat en incorporant l'enjeu sportif, l'incertitude du résultat et les changements de position en cours de match ou de championnat.

Le **chapitre 10** aborde, à partir de l'économie internationale, les questions de la globalisation du sport et de ses marchés, de sa gouvernance, de la nature et du « sens » du sport. L'origine, la gestion et la répartition des flux financiers considérables ainsi créés soulèvent des questions théoriques fondamentales s'agissant du statut du sport :

- est-on face à un bien privé ou à un bien public ?
- peut-il relever du statut de bien public mondial (BPM), dans la mesure où son message universel pacificateur et humaniste constitue toujours le corpus de référence des dirigeants du mouvement sportif ?
- ou bien est-on en présence d'un bien privé obéissant uniquement à une logique classique de conquête de chiffre d'affaires, de nouveaux marchés et de profits ?
- faut-il améliorer la gouvernance mondiale du sport ou trouver une alternative à l'organisation actuelle ?

La valeur d'échange du sport l'emporte sur sa valeur d'usage et ses valeurs éducatives et sanitaires, son esthétique intrinsèque sont remplacées par les valeurs instrumentales du marché. De plus en plus, l'enjeu est l'appropriation des ressources financières engendrées par le sport de haute compétition. Depuis toujours, des organismes à but non lucratif, le CIO, les fédérations internationales ou nationales, sont propriétaires des événements sportifs. La

détention de ce monopole pour l'exploitation de ces manifestations a créé une rareté qui a permis d'en accroître son chiffre d'affaires et d'en extraire des profits croissants. Mais, à une multiplication des droits de propriété (droits de retransmission radio-télévision, Internet, marketing, produits dérivés, etc.) correspond une multiplication des acteurs économiques et des métiers de l'industrie du sport, au sens large du terme : agences spécialisées en marketing, communication, placements financiers, management de carrières, etc.

Cette chaîne de valeurs s'est fractionnée et privatisée. Pourtant, à bien des titres (financement public de la formation des athlètes et des installations, exonération d'impôts et de taxes, concession de l'exploitation des enceintes sportives publiques à des sociétés commerciales, subventions directes, captation des externalités positives créées par le sport amateur), les spectacles sportifs sont un bien mixte. Toutefois, si le contribuable est fréquemment sollicité, seul l'actionnaire des partenaires commerciaux (sponsors, télévisions privées, équipementiers) reçoit des dividendes. La légitimité de ce double mouvement concomitant de socialisation d'une partie des coûts et de privatisation des bénéfices paraît contestable même s'il intervient pour renforcer l'autonomie financière de ces méga événements, ainsi que le retour sur investissement des opérateurs privés. Ces coûts assurés par l'Etat sont à la base de la formation de profits privés et d'avantages médiatiques et commerciaux dont bénéficient les firmes qui, elles, ne prennent en charge que des coûts de courte période (financement du spectacle). A court terme, les effets d'entraînement de ces spectacles sportifs sur l'activité économique et touristique paraissent faibles et éphémères. Dès lors, l'accès aux infrastructures et aux avantages promotionnels de ces manifestations paraît souvent coûteux. La dérégulation et la privatisation de l'économie du secteur sportif entraînent également la disparition d'instruments de souveraineté pour les institutions sportives. Le vrai pouvoir, celui d'écrire les règles et de produire les normes de la mondialisation, est détenu par un réseau de firmes omniprésentes sur les marchés du sport. Ainsi, les institutions sportives sont-elles placées sous la tutelle de sociétés privées qui ne sont responsables que devant leurs actionnaires. Certes, elles conservent le pouvoir de légitimation symbolique des exploits des athlètes et de validation officielle des résultats des compétitions ; mais pour le reste, le marché globalisé supplante désormais la régulation sportive. Le catalyseur d'une telle gageure ne peut être que le « sens » donné à l'action collective, c'est-à-dire un ensemble de valeurs partagées sur des données essentielles du devenir du sport et une appréciation commune des moyens à mettre en œuvre. La construction de cet intérêt général sportif mondial ou de ce bien commun universel doit nécessairement impliquer les opinions publiques.

### **Perspectives**

La complexité des interactions entre les acteurs économiques et les acteurs sportifs, la jeunesse de l'économie du sport en tant que domaine de recherche et discipline académique expliquent que la théorisation des marchés du sport professionnel n'est pas encore stabilisée. Aussi, plusieurs prolongements à ces analyses peuvent-ils envisagés. Par exemple, l'approche des marchés du travail sportif (chapitre 1), pourrait porter sur leur mondialisation et leur dérégulation, l'influence et le rôle des agents sur l'évolution des salaires des sportifs, l'impact des règles et des institutions sur le rapport salarial selon les modèles d'organisation des ligues, les conséquences des objectifs financiers/sportifs des clubs sur le volume et la structure de la masse salariale (Andreff, 2012, p 357-410).

Malgré son pouvoir explicatif de la formation des revenus extrêmes (chapitre 2), la théorie des *Superstars* présente des limites lorsqu'elle assimile la qualité à la notoriété, ce qui peut être contestable même si dans le domaine sportif, il y a des processus de légitimation du mérite qui réduisent les risques de non correspondance. Toutefois, il peut être difficile d'expliquer une telle concentration de parts de marché et des revenus chez des sportifs parfois totalement dépourvus de talent. Ce point faible est lié au fait qu'est théorisée l'adéquation de la qualité à la sélection

par le marché, une « main invisible » qui montrerait son efficacité jusque sur les marchés du renom. De même, les réponses par la théorie du tournoi aux questions de la formation des revenus des *Superstars* doivent être fondées, pour être précises et opérationnelles, sur un lien mieux établi entre les hypothèses et les résultats. Les modèles du tournoi n'éclairent qu'une partie de la logique du phénomène *Superstar* : signaux sur la qualité des sportifs, effets participatif et incitatif. De nouvelles analyses sont nécessaires pour valider de façon plus significative la relation prix/performance : le montant des gains distribués a-t-il eu un impact sur la performance des sportifs ou sur la participation des meilleurs spécialistes? Par ailleurs, le comportement des sportifs, et notamment des *Superstars*, peut s'expliquer par d'autres objectifs qu'une volonté de maximisation de leurs gains : l'esprit de compétition, la volonté de se dépasser, le culte de soi, la recherche de la gloire, le souhait d'entrer dans la légende, autant de motivations internes à la logique sportive.

Une autre piste de recherche pourrait être envisagée afin de mettre en perspective le rôle des institutions sur le niveau et la hiérarchie des revenus des *Superstars*. Les arrangements institutionnels adoptés influent sur les résultats économiques des championnats et des clubs (Andreff, 2007). Les marchés du travail fonctionnent selon des règles différentes en Amérique du nord, très régulés (*draft*, *salary cap*, négociation collective) ou en Europe, dérégulés (libre circulation, arrêt Bosman). Il en est de même des marchés du spectacle : ligues fermées/ligues ouvertes, maximisation des gains financiers/des gains sportifs, pouvoir de cartel de la ligue élevé/faible, mutualisation des revenus commerciaux forte/faible. Il conviendrait de procéder à une étude comparative de l'impact des modes d'organisation du sport professionnel et du degré d'imperfection de ces marchés du sport - justifiés par la nécessité de les réguler pour préserver l'équilibre de la compétition et l'incertitude du résultat - sur la détermination des rémunérations des talents. Ainsi, et notamment, pourrait être expliqué le paradoxe apparent d'une représentation largement majoritaire de professionnels nord américains des quatre ligues majeures (entre 30 et 40 joueurs de basket-ball, football américain et base-ball) dans le classement annuel des 50 plus hauts revenus mondiaux, alors même que les marchés du travail sur lesquels ils vendent leurs prestations sont théoriquement encadrés de façon stricte, contrairement à ceux dérégulés des sportifs européens pourtant peu présents dans cette hiérarchie.

La compréhension du phénomène du dopage n'est pas vraiment complète (chapitre 3). Une autre perspective doit être envisagée car elle peut modifier radicalement les paramètres de l'approche. Des médecins contestent la justification de la politique antidopage actuelle qualifiée par eux de simple alibi commercial pour valoriser le spectacle. Ils estiment que c'est le sport de haut niveau qui engendre lui-même, et tout d'abord, des conséquences négatives pour la santé : déséquilibres, carences, cadences, traumatismes, blessures. Selon eux, c'est la clandestinité des pratiques qui rend le dopage dangereux. Aussi, se déclarent-ils favorables à une légalisation du dopage, laquelle garantirait un suivi médical scientifique, et permettrait d'adapter les produits aux caractéristiques de l'athlète et du sport, et de concevoir des médicaments spécifiques et à faibles effets secondaires (Kayser, Mauron et Miah, 2007).

Le débat médical est ouvert depuis une quinzaine d'années. Il doit être poursuivi au croisement d'autres disciplines telles que la philosophie, la sociologie, le droit ou l'économie car cette question présente de multiples dimensions contradictoires. Si plusieurs des arguments des partisans d'une légalisation sont recevables, de nombreux inconvénients apparaissent, même si au-delà de son principe, ce sont les modalités de sa mise en oeuvre qui sont essentielles. Il est possible de mentionner : les conséquences de son « affichage » officiel par la puissance publique, en vertu de son pouvoir régalién et régulateur, sur l'ensemble de la communauté sportive en termes de valeurs (le dopage n'étant pas pourchassé dans les autres professions, le sportif deviendrait ainsi un « travailleur » comme un autre de ce point de vue) ; la difficulté à définir la catégorie de sportifs éligibles à cette assistance (un problème de

frontière amateurs/professionnels) ; la poursuite de la recherche par certains sportifs (les plus fortunés) de produits « hors marché » (y compris ceux sont en phase d'expérimentation n'ayant pas encore reçu l'autorisation de mise sur le marché), comme cela est déjà le cas actuellement et ce afin d'être dotés d'un avantage par rapport à leurs adversaires moins bien lotis ; la remise en cause de plusieurs fondements du mythe sportif (un corps sain, un esprit loyal, les effets bénéfiques du sport sur la santé, l'amélioration des performances conditionnée par un recours à des artifices etc.) ; l'illusion d'une équité rétablie par un accès de tous les sportifs aux mêmes substances et aux mêmes soins ; une incitation à développer encore les exigences du *sport business* en adaptant le dopage aux besoins des sportifs au lieu d'adapter le sport aux limites et à la dignité humaines...

Une ouverture pourrait consister à ne plus centrer l'analyse sur le comportement des sportifs et sur leurs interactions stratégiques, mais à formuler d'autres hypothèses. A l'intersection d'une analyse théorique et d'une démarche holiste, il nous paraît fécond de privilégier le courant institutionnaliste (Thorstein Veblen, John Roger Commons) et ses ramifications plus contemporaines (Douglas Cecil North), pour tenter d'appréhender la complexité du dopage qui s'inscrit dans un certain contexte historique, culturel et social. Le sportif professionnel n'est pas guidé par le seul appât de gains financiers ou symboliques. Les décisions économiques qu'il prend résultent également de l'influence de son environnement, du poids des habitudes et des traditions, de la logique des institutions, lesquels facilitent et orientent la coordination des acteurs économiques et contribuent à déterminer ses préférences et ses choix. En l'espèce, la « main invisible » du marché chère aux penseurs néoclassiques est remplacée par la « main visible » des institutions. Des causalités circulaires opèrent : institutions-règles-comportements. De fait, la trans-action est privilégiée au lieu de l'action individuelle, pour souligner la connexion entre l'économie, le droit et l'éthique. Ce lien social, ainsi que cette dépendance mutuelle expliquent pourquoi les sportifs recherchent une solution acceptable parmi une sélection proposée par les institutions, faute de pouvoir les envisager toutes, et parce qu'ils ont confiance en elles.

Sous ces angles, comment ne pas noter le rôle pour le moins ambivalent des institutions (publiques, médicales, sportives), qui à la fois punissent l'utilisation de dopants et encouragent les sportifs à dépasser leurs limites physiologiques par des incitations financières à la perfection athlétique, par une assistance scientifique à la performance et une définition de l'objet du sport de compétition avec la devise olympique « plus vite, plus haut, plus fort » ? Selon les institutionnalistes, pour changer une société, il convient d'agir sur ses institutions car si elles favorisent l'émergence de groupes sociaux, elles encadrent simultanément les marges de manœuvre individuelles. Les sportifs sont insérés dans des réseaux de relations sociales qui jouent un rôle majeur dans le fonctionnement du sport professionnel. Et le mouvement sportif national et international s'auto reproduisent : un ancien sportif de haut niveau a de bonnes chances de devenir éducateur dans un centre de formation, entraîneur dans une équipe professionnelle, dirigeant de club ou de fédération, salarié dans l'industrie du spectacle sportif (équipementier, sponsor, etc.), consultant pour la radio ou la télévision... Les marchés du sport sont « encastrés », au sens de Karl Polanyi, dans un ensemble plus vaste de nature sociétale qui s'est développé depuis plus d'un siècle, durant lequel la culture officielle du sport spectacle est constante sur le fond (la valorisation de la compétition et de la domination), même si elle peut s'adapter sur la forme.

S'agissant du marché de la presse sportive (chapitre 6), une double extension envisageable de cette réflexion pourrait, avec les instruments analytiques de l'économie industrielle, tout d'abord élargir le périmètre étudié à divers médias qui concurrencent la presse écrite spécialisée payante, et dont les modèles économiques sont différents (la presse sportive gratuite, les chaînes sportives d'information continue, Internet, etc.). Il s'agirait d'évaluer les structures et les performances du marché global de l'information sportive. Dans un second

temps, il serait intéressant d'examiner les conséquences de ces formes de marché, ainsi que celles de la logique des médias, sur le droit à l'information, le traitement éditorial et la hiérarchisation des disciplines sportives, et ce dans l'optique de l'économie du bien être.

L'analyse du sous-développement sportif des pays du Tiers -monde (chapitre 8), et de leur marginalisation sur la scène sportive internationale, pourrait soulever de nouvelles problématiques. Le prix de l'insertion toujours plus poussée de ces pays dans la sphère compétitive mondiale est-il raisonnable ? Le sport ne constitue-t-il pas un mode coûteux d'accès à la "modernité" ? Faut-il suggérer une déconnexion de cet ordre sportif hautement productiviste pour les pays les moins développés ? Autrement dit, le sport spectacle n'est-il pas un obstacle au développement économique, bien plus qu'un levier, dans la plupart de ces pays ? Enfin, faut-il sortir de ce sous-développement sportif-là ?

En ce qui concerne le chapitre 9, un axe de recherche pourrait tenter de clarifier la portée pas vraiment consolidée, et les limites pas totalement identifiées, des indicateurs de la « santé » sportive d'un championnat en vigueur, et éventuellement de forger de nouveaux instruments. Paradoxalement, les apports théoriques des économistes du sport et les préoccupations des ligues sportives professionnelles en faveur d'une régulation de l'équilibre de la compétition, condition d'une maximisation de leurs affluences et de leurs revenus, pourraient être relativisés par l'approfondissement des analyses et la diversification des hypothèses... (Andreff, 2012, p 326).

## Bibliographie

- AGLIETTA Michel., Wladimir ANDREFF, Bastien DRUT, Bourse et Football, *Revue d'Economie Politique*, 118 (2), 2008
- ANDREFF Wladimir, *Mondialisation économique du sport*, Bruxelles, De Boeck, 2012
- ANDREFF Wladimir, éd, *Recent Development in Sports Economics*, Cheltenham, Edward Elgar, 2011a
- ANDREFF Wladimir, éd, *Contemporary Issues in Sports Economics: Participation and Professional Team Sports*, Cheltenham, Edward Elgar, 2011b
- ANDREFF Wladimir, *Economie internationale du sport*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2010
- ANDREFF Wladimir, Equilibre compétitif et contrainte budgétaire dans une ligue de sport professionnel, *Revue économique*, 60, 2009/3
- ANDREFF Wladimir, Régulations et institutions en économie du sport, *Revue de la Régulation : Capitalisme, Institutions, Pouvoirs*, 1, 2007
- ANDREFF Wladimir, éd, *Economie politique du sport*, Paris, Dalloz, 1989
- ANDREFF Wladimir, *Aspects économiques des relations sportives*, cours de maîtrise, non publié, Université de Limoges, 1978/1979
- ANDREFF Wladimir, Jean-François NYS, *Economie du sport*, Paris, Que sais-je ? PUF, 2003, 5<sup>ème</sup> édition
- ANDREFF Wladimir, Paul STAUDOCHAR, The Evolving European Model of Professional sports finance, *Journal of Sports Economics*, Sage Publications, 1, 2000
- ANDREFF Wladimir, Jean-François BOURG, Broadcasting Rights and Competition in European Football, dans Claude Jeanrenaud, Stefan Kessené, eds, *Sports and the Media*, Edward Elgar, 2006
- ANDREFF Wladimir, Jean-François NYS, Jean-François BOURG, *Le sport et la télévision : relations économiques*, Paris, Dalloz, 1987
- ANDREFF Wladimir, Stefan SZYMANSKI, eds, *Handbook on the Economics of Sports*, Cheltenham, Edward Elgar, 2006

- BARGET Eric, L'économie des événements sportifs. Nouvelles perspectives de recherche, Sarrebruck, Editions universitaires européennes, 2012
- BARGET Eric, Jean-Jacques GOUGUET, Evénements sportifs. Impacts économique et social, Bruxelles, De Boeck, 2010
- BERENTSEN Aleksander, The economics of doping, European Journal of Political Economy, 18, 2002
- BOURG Jean-François, L'économie du sport, dans Le sport, concours commun IEP, sous la dir. de Michaël Attali et Jean Saint-Martin, Paris, SEDES, 2012
- BOURG Jean-François, Dopage et risques : *homo oeconomicus ou homo sportivus* ? Risques, n° 88, décembre 2011
- BOURG Jean-François, Les très hauts revenus des superstars du sport. Un état des approches théoriques et empiriques, Revue d'Economie Politique, vol 118, n° 3, 2008
- BOURG Jean-François, Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?" dans Rodney F. Fort et John Fizel (eds), International Sports Economics Comparisons, Praeger, New York, 2004
- BOURG Jean-François, Salaire, travail et emploi dans le football professionnel français, Centre de Droit et d'Economie du Sport, FFF-LNF, 1983
- BOURG Jean-François, Jean-Jacques GOUGUET, Economie du sport, Repères, La Découverte, 2012, 3<sup>ème</sup> édition
- BOURG Jean-François, Jean-Jacques GOUGUET, The Political Economy of Professional Sport, *Cheltenham*, Edward Elgar, 2010
- BOURG Jean-François, Jean-Jacques GOUGUET, Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, Paris, Vuibert, 2007
- BOURG Jean-François, Jean-Jacques GOUGUET, Analyse économique du sport, Paris, Presses Universitaires du Sport, 1998
- BRISSONNEAU Christophe, Le dopage dans le cyclisme professionnel au milieu des années 1990 : une reconstruction des valeurs sportives, Déviance et Société, 2, vol 31, 2007
- CALVET Jacques, Le mythe des géants de la route, Presses universitaires de Grenoble, 1981
- DOBSON Stephen, John GODDARD, The Economics of Football, Cambridge, Cambridge University Press, 2001
- CAVAGNAC Michel, La réduction du dopage par les accords volontaires, Document de travail, CDES, Université de Limoges, LERNA, Toulouse School of Economics, janvier 2009
- CAVAGNAC Michel, Jean-Jacques GOUGUET, Droits de retransmission, équilibre compétitif et profits des clubs, Revue d'Economie Politique, 118, 2008
- DOWNWARD Paul, Alistair DAWSON, The Economics of Professional Team Sports, Routledge, 2000
- DI RUZZA Renato, Bernard GERBIER, Ski en crise. Le cirque blanc : du profit ... à la compétition, Presse universitaires de Grenoble, 1977
- DRUT Bastien, Economie du football professionnel, Paris, Repères, La Découverte, 2011
- EBER Nicolas, Doping and anti-doping measures, dans Wolfgang Maennig, Andrew Zimbalist, 2012
- EBER Nicolas, Ce que les sportifs ont appris aux économistes, Revue d'Economie Politique, vol 118, n° 2, 2008a
- EBER Nicolas, Le dilemme du sportif, Revue d'Economie Politique, 118, 2008b
- EBER Nicolas, The performance-enhancing drug game reconsidered : a fair play approach, Journal of Sports Economics, 2008c
- EBER Nicolas, Doping, dans Wladimir Andreff, Stefan Szymanski, 2006
- EBER Nicolas, Jacques THEPOT, Doping in Sport and Competition Design, Recherches économiques de Louvain, 65, 1999
- EL-HODIRI Mohamed, James QUIRK, An Economic Model of a Professional Sports League, Journal of Political Economy, 79, 1971

- FIZEL John, Elizabeth GUSTAFSON, Lawrence HADLEY, eds, Sports Economics, Current Research, New York, Praeger, 1999
- FORT Rodney, Sports Economics, Boston, Pearson Prentice Hall, 2011, Third Edition
- FORT Rodney, John FIZEL, eds, International Sport Economic Comparisons, New York, Praeger, 2004
- GOUGUET Jean-Jacques (éd), Le sport professionnel après l'arrêt Bosman. Une analyse économique internationale, PULIM, 2005
- GRATTON Chris, Harry Arne SOLBERG, The Economics of Sports Broadcasting, Routledge, 2007
- HAUGEN Kjetil, The performance-enhancing drug game, Journal of Sports Economics, 5, 2004
- JEANRENAUD Claude, Stefan KESENNE, eds, Economics of Sport and the Media, Cheltenham, Edward Elgar, 2006
- JEANRENAUD Claude, Stefan KESENNE, eds, Competition Policy in Professional Sports : Europe after Bosman Case, Neufchatel, CIES, Standard Editions Ltd, 1999
- KAYSER Bengt, Alexandre MAURON, Andy MIAH, Current anti-doping policy: a critical appraisal, BMC Medical Ethics, 8 (2), 2007
- KESENNE Stefan, The Economic Theory of Professional Team Sports: An Analytical Treatment, Cheltenham, Edward Elgar, 2007
- KESENNE Stefan, Revenue Sharing and Competitive Balance. Does the Invariance Proposition Hold? , Journal of Sports Economics, 6, 2005
- KESENNE Stefan, Revenue Sharing and Competitive Balance in Professional Team Sports, Scottish Journal of Political Economy, 47, 2000a
- KESENNE Stefan, Les conséquences de l'arrêt Bosman pour le football européen, Reflets et Perspectives de la Vie Economique, XXXIX, 2000b
- KUPER Simon, SZYMANSKI Stefan, Les attaquants les plus chers ne sont pas ceux qui marquent le plus, Bruxelles, De Boeck, 2012
- LAURE Patrick, Histoire du dopage et des conduites dopantes : les alchimistes de la performance, Paris, Vuibert, 2004
- LAVOIE Marc, Faut-il transposer à l'Europe les instruments de régulation du sport professionnel américain ? , dans Jean-Jacques Gouguet (éd), 2005
- LAVOIE Marc, La proposition d'invariance dans un monde où les équipes maximisent la performance sportive, Reflets et Perspectives de la Vie Economique, XXXIX, 2000
- LAVOIE Marc, Avantage numérique, l'argent de la ligue nationale de hockey, Hull, Editions Vents d'ouest, 1997
- LEEDS Michael, Peter VON ALLMEN, eds, The Economics of Sports, New York, Addison Wesley, 2002
- LORET Alain, Génération Glisse, Editions Autrement, Paris, 1995
- MALENFANT-DAURIAC Chantal, L'Economie du sport en France, un compte satellite du sport, Paris, Cujas, 1977
- MAENNIG Wolfgang, Andrew ZIMBALIST, eds, International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events, Cheltenham, Edward Elgar, 2012
- MIGNON Patrick, Le dopage : état des lieux sociologique, Documents du CESAMES, Université René Descartes, Paris 5, n°10, 2002
- MONDENARD Jean-Pierre de, Dopage, l'imposture des performances, Paris, Chiron, 2000
- NEALE Walter, The peculiar economics professional sports, The Quarterly Journal of Economics, 1964
- NOLL Roger, Government and the Sports Business, New York, Brooking Institution, 1974
- QUEVAL Isabelle, S'accomplir ou se dépasser. Essai sur le sport contemporain, Paris, Gallimard, 2004.

- RODRIGUEZ Peter, Stefan KESENNE, Jaume GARCIA, eds, Sports Economics after Fifty Years: Essays in Honour of Simon Rottenberg, Oviedo, Ediciones de la Universidad de Oviedo, 2006
- ROTTENBERG Simon, The Base Ball Player's Labour Market, Journal of Political Economy, vol 64, n°3, 1956
- ROUGER Arnaud, La régulation des championnats de sports collectifs professionnels : entre équilibre compétitif et équilibre concurrentiel, thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Limoges, 2000
- SANDY Robert, Peter SLOANE, Mark ROSENTRAUB, The Economics of Sport : An International Perspective, New York, Palgrave Macmillan, 2004
- SELLES Nicolas, L'incertitude du résultat, facteur clé du succès du spectacle sportif professionnel. L'intensité compétitive des ligues : entre impacts mesurés et effets perçus, Thèse de doctorat STAPS, Université de Caen, 2009
- SCULLY Gerald, The Market Structure of Sports, Chicago, The University of Chicago Press, 1995
- SLOANE Peter, The Labour Market in Professional Football, British Journal of Industrial Relations, 7, 1969
- SOBRY Claude, Socio économie du sport. Structures sportives et libéralisme économique, Bruxelles, De Boeck, 2003
- SZYMANSKI Stefan, Is There a European Model of Sports, dans Rodney Fort, John Fizel, International Sports Economic Comparisons, Praeger, 2004
- SZYMANSKI Stefan, Tom KUYPERS, Winners and Losers, The Business Strategy of Football, Viking, 1999
- VIGARELLO Georges, Du jeu ancien au show sportif, Paris, Le Seuil, 2002.
- VROOMAN John, A General Theory of Professional Sports Leagues, Southern Economic Journal, 61, 1995
- YOINNET Paul, Systèmes des sports, NRF, Paris, Gallimard, 1998
- ZIMBALIST Andrew, Performance Enhancing Drugs and Antidoping Policy in Major League Baseball: Experience, Incentives and Challenges, dans Peter Rodriguez, Stefan Kesenne, Jaume Garcia, eds, Sports Economics after Fifty Years: Essays in Honour of Simon Rottenberg, Oviedo, Ediciones de la Universidad de Oviedo, 2006
- ZIMBALIST Andrew, The Economics of Sport, Cheltenham, Edward Elgar, 2001

# Partie I - Travail

Chez Rabelais, *se desporter* signifiait passer agréablement son temps. Le mot « sport » est partiellement issu de cet ancien vocable français. Mais l'apport du verbe *to sport* a modifié considérablement le sens et les valeurs de cette activité au XIX<sup>ème</sup> siècle. Avec cette contribution anglo-saxonne, il s'agit désormais de pratiquer une compétition et d'entrer en concurrence avec d'autres. De fait, un entraînement physique et une préparation spécifique vont déboucher sur l'apparition de spécialistes, dont la confrontation sera mise en spectacle. Bien avant que le phénomène existe, Adam Smith avait proposé, dès 1776, une définition de la *star* et une analyse de l'exploitation de son statut (notoriété, excellence) en écrivant au sujet des arts : «... Dans une profession où vingt personnes échouent pour une qui réussit, celle-ci doit gagner tout ce qui aurait pu être gagné par les vingt qui échouent... »<sup>4</sup>. A sa manière, Rudi Altig, champion du monde de course sur route en 1962, résumait la nécessité raisonnée de recourir au dopage compte tenu des contraintes du sport de haut niveau contemporain : « nous sommes des professionnels, nous ne sommes pas des sportifs ».<sup>5</sup> Ainsi, peuvent être illustrées les caractéristiques de l'économie de la célébrité au sein de laquelle le sportif professionnel essaie « d'être mieux, d'être soi, d'être mieux que soi »<sup>6</sup>, en vue d'obtenir des gains matériels et symboliques, mais également pour respecter la logique interne de l'*homo sportivus*. Cette première partie traite dans trois chapitres du marché du travail sportif, de la formation des revenus des *Superstars* et du dopage assimilé à un produit joint du sport professionnel.

---

<sup>4</sup> Adam Smith, Recherches sur la Nature et les causes de la Richesse des Nations, Flammarion, Paris, tome 1, 1961, p 180-181.

<sup>5</sup> Voir Bourg et Gougnet (2007, p 272).

<sup>6</sup> Voir Patrick Mignon, Le dopage : état des lieux sociologique, Documents du CESAMES, Université René Descartes, Paris 5, n°10, 2002.

## Chapitre 1 – Le marché du travail

- « **Dualisme et rapport salarial dans le sport professionnel** », dans Bourg J.F et Gougnet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 3, p 119-178

**Mots clés** : paradigmes néo-classique et marxien - rapport salarial - théorie du dualisme - segmentation du marché du travail et du marché du produit - marché interne

## **Chapitre 2- La formation des revenus des *Superstars***

- « **Les très hauts revenus des *Superstars* du sport - Un état des approches théoriques et empiriques** », Revue d'Economie Politique, Dalloz, Paris, 118 (3), mai-juin 2008, p 375-394

**Mots clés** : économie de la célébrité - théorie des *Superstars* - théorie du tournoi - aléa moral  
- anti-sélection

## Chapitre 3 – Le dopage

- « **Le dopage comme produit joint du sport professionnel** », dans Bourg J.F et Gougnet J.J, Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, Vuibert, Paris, 2007, chapitre 8, p 249-274

**Mots clés** : conduites dopantes - coût d'opportunité - asymétries d'information - *homo oeconomicus* - *homo sportivus*

## **Partie II- Spectacle**

L'émergence des médias dans l'univers sportif au début du XX<sup>ème</sup> siècle pour la presse écrite, des années 1950 pour la radio et des années 1980 pour la télévision, désormais principal acteur économique du *sport business*, a transformé le sport professionnel, en mettant en mouvement plusieurs marchés à l'origine de revenus directs (droits de retransmission) et indirects (actionnaires, sponsors, subventions). La télévision active les trois dynamiques économiques du sport professionnel (travail, spectacle, mondialisation). Depuis une vingtaine d'années, la conjonction et l'intensité de diverses composantes sociétales ont amplifié la globalisation des enjeux du sport grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (télévision, câble, satellite, numérique) qui effacent les distances et les frontières d'un point de vue spatial, temporel, linguistique et idéologique. Ainsi, la technologie audiovisuelle et la perméabilité du sport à l'économie ont bouleversé les principes, l'organisation et le financement du sport professionnel. Cette deuxième partie aborde dans trois chapitres les marchés du sport télévisé, ainsi que le bien être des téléspectateurs et des organisateurs sportifs ; les relations entre droits de retransmission télévisée, concurrence économique, équilibre de la compétition et incertitude du résultat ; et enfin le marché de la presse sportive.

## **Chapitre 4- Les deux marchés du sport télévisé et le bien être social**

- « **La médiatisation des compétitions** », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Economie du sport, La Découverte, Paris, 2012, p 8-18

- « **Relations économiques entre le sport et la télévision** », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 5, p 209-242

-« **Structures des marchés du sport télévisé et bien être social** », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 6, p 243-277

**Mots clés** : marchés en concurrence – marchés administrés – marché des émissions sportives (primaire) – marché des droits de retransmission T.V (secondaire) – économie du bien-être

## **Chapitre 5- Les droits de retransmission télévisée : modèles de commercialisation, concurrence économique et compétition sportive**

« **Broadcasting Rights and Competition in European Football** » avec W Andreff dans C. Jeanrenaud et S. Kesenne (eds), *Sports and the Media*, Edward Elgar, London, 2006, p 37-70

**Mots clés :** vente centralisée - vente individuelle – critères de répartition – équilibre compétitif – corrélations droits de retransmission et performances sportives

## Chapitre 6 – Le marché de la presse sportive

- « **Formes du marché de la presse sportive et stratégie concurrentielle** », dans Bourg J.F et Gougnet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 4, p 179-208

**Mots clés** : théorie des marchés contestables - barrières à l'entrée - *goodwill* - continuum d'investissements en actifs incorporels - profits de monopole

## **Partie III- Mondialisation**

Si le processus d'internationalisation du sport coïncide avec la construction historique et naturelle du mouvement olympique à la fin du XIXème siècle, la globalisation de l'économie du sport professionnel est récente (années 1980). Elle traduit l'idée de son intégration dans un vaste marché devenant un espace de mobilité des athlètes professionnels, des capitaux, des images, des articles de sport, etc. De plus, parallèlement à cette mondialisation marchande, se développent des dérives et une délinquance économique qui déstabilisent également l'organisation du sport. Mais la mondialisation du sport est asymétrique, tant l'étude de la répartition spatiale des pratiquants, des performances et des compétitions révèle une diffusion internationale limitée, bien que de façon inégale, aux zones dont le développement économique permet l'équipement et l'encadrement, favorise l'extension des temps de loisir et infuse dans les classes moyennes de l'argent et des modèles de comportement. A l'échelle planétaire, deux grands modèles d'organisation du sport professionnel se différencient au regard de leur architecture et de leurs finalités. De son côté, le système européen, fortement dérégulé, ne parvient plus à préserver la viabilité économique et l'équilibre sportif de ses championnats, ce qui conduit à un certain rapprochement avec le modèle nord-américain. Dans ce contexte de globalisation, nous nous demanderons également si le sport peut être considéré comme un bien public mondial, et selon quelles modalités ? Cette troisième partie rassemble quatre chapitres pour tenter d'analyser les aspects complexes de la mondialisation économique du sport ; les liens entre performance sportive et développement économique ; les modèles d'organisation des sports collectifs ; et la notion de bien public mondial sportif.

## **Chapitre 7- La mondialisation économique du sport**

- « **La mondialisation des marchés du sport** », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Economie du sport, La Découverte, Paris, 2012, p 36-57

**Mots clés** : globalisation – flux économiques internationaux – stratégies d'internationalisation des acteurs – effets de la mondialisation – économie informelle du sport

## Chapitre 8- Sport et développement

- « **Développement économique et performance sportive à l'échelle mondiale** », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, Vuibert, Paris, 2007, chapitre 3, p 71-118

**Mots clés** : sous-développement sportif – régime politique - système économique - taxe « Coubertobin » - variables explicatives de la réussite sportive d'un pays

## **Chapitre 9- Les modèles d'organisation des sports collectifs**

**"Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?"** dans International Sports Economics Comparisons, R. Fort et J. Fizel (eds), Praeger, New York, 2004, p 3-18

**Mots clés :** équilibre compétitif – ligues ouvertes/fermées – proposition d'invariance de Rottenberg – arrêt Bosman - maximisation des gains sportifs/financiers

## Chapitre 10- Sport et biens publics mondiaux

- « **Sport and globalisation : sport as a global public good** » avec J.J Gouguet dans W. Andreff et S. Szymanski (eds), *The Handbook on the Economics of Sports*, Cheltenham, Edward Elgar, 2007, p 744-754

**Mots clés :** statut économique du sport – socialisation des coûts et privatisation des bénéfices  
– bien public mondial - valeur d'échange – valeur d'usage

## Table des illustrations

### Partie I - Travail

#### Chapitre 1 - Le marché du travail

Tableau 25- Les dix plus hauts revenus sportifs du monde (1997)

Tableau 26- Les dix plus hauts revenus sportifs français (1996)

Tableau 27- La dispersion des dans deux sports (basket, football) et deux pays (Etats-Unis, France)

Tableau 28- La dispersion des salaires des joueurs de basket-ball de la NBA (USA, 1996/97) et de Pro A (France, 1997/98)

Tableau 29- Indice Gini d'inégalité de la répartition des salaires pour quatre sports professionnels (Amérique du Nord, 1968-1997)

Tableau 30- Composition des segments du marché du travail dans le football professionnel en France

Tableau 31- Une segmentation sportive des clubs de football

Tableau 32- Données comparatives sur la concurrence dans trois sports et sept pays (1987-1996)

Tableau 33- Système des transferts et degré de concurrence sportive

Tableau 34- Une segmentation économique des clubs de football

Tableau 35- L'écart entre les budgets des deux clubs les plus riches et des deux clubs les plus pauvres pour cinq sports professionnels (Amérique du Nord, France, 1990-1996)

Tableau 36- Les dix premiers clubs de football en Europe selon le budget

Tableau 37- Les dix transferts majeurs du football international en Europe

#### Chapitre 2 - La formation des revenus des *Superstars*

Tableau 1- Les quinze plus hauts revenus de l'économie de la célébrité (monde, juillet 2006/juin 2007)

Tableau 2- Les quinze plus hauts revenus sportifs (monde, juillet 2006/juin 2007)

#### Chapitre 3 - Le dopage

Tableau 1- Evolution des records du monde dans quatre sports masculins (1896-2003)

Tableau 2- Les statistiques officielles des contrôles anti-dopage

Tableau 3- Les asymétries d'information : l'exemple des difficultés de la lutte anti-dopage

Tableau 4- L'industrie du dopage

### Partie II - Spectacle

#### Chapitre 4 - Les deux marchés du sport télévisé et le bien être social

- « La médiatisation des compétitions »

Tableau 1- L'offre de sport télévisé en France de 1968 à 2010

Tableau 2- Formes du marché des droits de retransmission sportive et prix des images

Tableau 3- Les droits de retransmission sportive aux Etats-Unis et en Europe

Tableau 4- Hiérarchie des droits T.V et des audiences télévisées des principaux championnats professionnels dans les sports collectifs en France (2009-2010)

**- « Relations économiques entre le sport et la télévision »**

Tableau 46- L'offre de sport télévisé en France de 1968 à 1996

Tableau 47- L'offre d'émissions sportives en % du temps d'antenne de 1968 à 1995

Tableau 48- Les cinq sports les plus diffusés sur les chaînes de télévision de 1992 à 1996

Tableau 49- L'audience mondiale des principaux événements sportifs

Tableau 50- La demande d'émissions sportives en % du temps d'écoute de 1973 à 1995

Tableau 51- Les meilleures audiences sportives à la télévision en France

Tableau 52- Les disciplines préférées des téléspectateurs français

Tableau 53- Ecart entre l'offre et la demande d'émissions sportives en France de 1973 à 1995

Tableau 54- Formes du marché des retransmissions sportives

Tableau 55- Les droits de retransmission sportive aux Etats-Unis (1998)

Tableau 56- Les droits de retransmission des Jeux Olympiques d'été

Tableau 57- Les droits de retransmission des Jeux Olympiques d'hiver

Tableau 58- Les droits de retransmission de la coupe du monde de football

Tableau 59- Les droits de retransmission du football en Europe (1997/98)

Tableau 60- Les droits de retransmission sportive en France

**- « Structures des marchés du sport télévisé et bien être social »**

Tableau 61- Le budget des chaînes de télévision françaises consacré au sport de 1987 à 1995

Tableau 62- Formes du marché des droits de retransmission et bien être social

Tableau 63- Structure du financement des événements sportifs

Tableau 64- L'inégal accès du sport à l'antenne

**Chapitre 5 - Les droits de retransmission télévisée : modèles de commercialisation, concurrence économique et compétition sportive**

**« Broadcasting Rights and Competition in European Football »**

Table 3.1- The supply side on the television rights market for domestic championships in Europe, 2002-2003

Table 3.2- The criteria used for the television rights redistribution in the main European football leagues (first division, 2001-2002)

Table 3.3- The share television rights pooling in France, Germany and the Champions League (in per cent of overall distribution criteria)

Table 3.4- The growth of broadcasting rights in European football first division, million euros

Table 3.5- The share of broadcasting rights in clubs' turnover (first division, per cent)

Table 3.6- The relationship between the clubs' broadcasting rights and turnover

Table 3.7- Rank correlation between club turnover and television rights

Table 3.8- Overall value of television rights in national championships (million euros)

Table 3.9- Uneven economic strengths and competitive balance in European football

Table 3.10- Rank correlation between club ranking, turnover and television rights

Table 3.11- Summary of stylised facts: ICO and RPL models

**Chapitre 6 - Le marché de la presse sportive**

Tableau 38- Le marché de la presse sportive en France (1996)

Tableau 39- Les parts de marché de la presse sportive en France (1996)

Tableau 40- Evolution de la diffusion du journal L'Equipe (1982-1996)

Tableau 41- Evolution comparée du prix de quelques produits « de base » et de la presse quotidienne (1983-1995)

Tableau 42- Fidélisation des annonceurs de *L'Equipe*

Tableau 43- Les dix meilleures ventes de *L'Equipe*

Tableau 44- Organigramme du groupe Amaury

Tableau 45- Chiffre d'affaires et résultat du groupe *L'Equipe*

## **Partie III - Mondialisation**

### **Chapitre 7 - La mondialisation économique du sport**

#### **« La mondialisation des marchés du sport »**

Tableau 1- Histoire économique du sport : les trois étapes de sa conversion à la globalisation marchande

Tableau 2- Le chiffre d'affaires des principaux marchés mondiaux du sport (2011)

Tableau 3- Les coûts d'investissement pour la coupe du monde de football et les Jeux Olympiques

Tableau 4- La répartition des médailles aux Jeux Olympiques d'été (de 1896 à 2008) et d'hiver (de 1924 à 2010) selon le PNB par habitant des pays

Tableau 5- Globalisation du sponsoring sportif et des activités de Coca Cola

Tableau 6- La mondialisation de l'olympisme et de Mc Donald's

Tableau 7- Les pôles économiques du sport mondial

### **Chapitre 8 - Sport et développement**

#### **- « Développement économique et performance sportive à l'échelle mondiale »**

Tableau 1- La pratique sportive dans le monde : l'exemple de quinze pays qualifiés pour les phases finales de la coupe du monde 2006 de football

Tableau 2- L'inégal développement économique du football professionnel

Tableau 3- Les investissements étrangers dans le sport d'un pays en développement : l'exemple des clubs de football brésiliens

Tableau 4- La part des pays en développement dans l'organisation des principaux événements sportifs mondiaux

Tableau 5- Les principaux événements sportifs mondiaux dans les pays développement de 1950 à 2014

Tableau 6- Les coûts d'investissement pour l'accueil de compétitions sportives internationales

Tableau 7- Les budgets d'organisation d'événements sportifs internationaux

Tableau 8- Les événements sportifs internationaux « régionaux » dans les pays en développement de 1950 à 2008

Tableau 9- La participation des sportifs professionnels des pays en développement aux championnats nord-américain et européens dans trois sports

Tableau 10- Evolution de la part des joueurs de football africains dans les effectifs professionnels du championnat de France de division 1 (de 1955 à 2006)

Tableau 11- Origines géographiques des footballeurs professionnels étrangers évoluant dans les cinq principaux championnats européens (Allemagne, Angleterre, Espagne, France, Italie, 2003/2004)

Tableau 12 – Participations et résultats des pays aux Jeux Olympiques d’été (1976-2004)

Tableau 13 – Nombre de médailles et de sports avec médailles aux Jeux Olympiques d’été 2004

Tableau 14 – Participations et résultats des pays aux Jeux Olympiques d’hiver (1980-2006)

Tableau 15 – Répartition des médailles selon le PNB par habitant des pays aux Jeux Olympiques d’été (de 1896 à 2004) et d’hiver (de 1924 à 2006)

Tableau 16 – Répartition des médailles selon l’indicateur du développement humain des pays aux Jeux Olympiques d’été (de 1896 à 2004) et d’hiver (de 1924 à 2006)

## **Chapitre 9 - Les modèles d’organisation du sport**

### **"Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?"**

Introduction

Table 1- Competitive Balance in the Main European Soccer Championships (Professional First Division, Averages by Period 1980-1981 to 1999-2000)

Table 2- Organisation of Professional Team Sports in Europe

Table 3- Competition Factors in Europe (First Division Professional Soccer Clubs)

Table 4- Decline in Broadcasting Pooling Rights in European Professional Soccer (en %)

## **Chapitre 10 - Sport et biens publics mondiaux (BPM)**

### **- « Sport and globalisation : sport as a global public good »**

Box 82.1- The Agenda 21 of World Sport: can Sport become a Global Public Good? (21 Priority Recommendations for the Twenty-First Century)

## **Annexe - Références des publications de Jean-François BOURG (1983-2012)**

## 1 - Ouvrages

[1]- Economie du sport, avec Jean-Jacques Gouguet, collection Repères, La Découverte, Paris, 1<sup>ère</sup> édition 2001, 2<sup>ème</sup> édition 2005, 3<sup>ème</sup> édition 2012, 126 pages

[2]- Clubs sportifs et collectivités territoriales : enjeux, modèles, partenariats, stratégies, avec Jean-François Nys, Presses Universitaires du Sport, Voiron, 1<sup>ère</sup> édition 1996, 2<sup>ème</sup> édition 1999, 3<sup>ème</sup> édition 2001, 4<sup>ème</sup> édition 2006, 5<sup>ème</sup> édition 2012, 346 pages

[3]- *The Political Economy of Professional Sport*, avec Jean-Jacques Gouguet, Edward Elgar, Cheltenham, 2010, 260 pages

[4]- Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, avec Jean-Jacques Gouguet, collection Sciences, corps et mouvements, Editions Vuibert, Paris, 2007, 310 pages

[5]- *Economia do Esporte*, avec Jean-Jacques Gouguet, EDUSC, Sao Paulo, 2005, 126 pages

[6]- Analyse économique du sport, avec Jean-Jacques Gouguet, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, 380 pages

[7]- Les enjeux économiques du sport en Europe : financement et impact économique, avec Wladimir Andreff, Bénédicte Halba et Jean-François Nys, Conseil de l'Europe, Dalloz, Paris, 1995, 196 pages

[8]- Le sport et la télévision : relations économiques, avec Wladimir Andreff et Jean-François Nys, Dalloz, Paris, 1987, 158 pages

[9]- Salaire, travail et emploi dans le football professionnel français, Centre de Droit et d'Economie du Sport, FFF/LNF, Paris, 1983, 135 pages

## 2 - Chapitres dans des ouvrages collectifs

[10]- « L'économie du sport » dans Michaël Attali et Jean Saint-Martin (éd), *Le sport, concours commun des IEP, SEDES*, Paris, 2012

[11]- « Histoire économique d'un stade et d'un club de rugby de haut niveau : l'exemple du C.A.Briviste (1910-2010) », dans Pierre Chaix (dir), *Les grands stades*, L'Harmattan, Paris, 2011

[12]- « Agents de sportifs », « AMA », « Bourse », « Economie du sport », « Marché des transferts », « Mondialisation », « Régulation », « Réussite sportive », « Revenus », avec Jean-Jacques Gouguet, dans Michaël Attali et Jean Saint Martin (éd), *Dictionnaire culturel du sport*, Armand Colin, Paris, 2010

[13]- « L'économie du sport » dans Pierre Arnaud, Michaël Attali et Jean Saint-Martin (éd), *Le sport en France*, La Documentation Française, Paris, 2008

[14]- « Dopage sportif », dans *Encyclopaedia Universalis*, Paris, 6<sup>ème</sup> édition, 2008

[15]- « Le champion et le marché : l'avenir du dopage » dans Franck Nicolleau (dir), *Où va le sportif d'élite ? Les risques du star system*, collection Présage, Dalloz, Paris, 2005

- [16]- « Sport and globalisation » avec Jean-Jacques Gouguet dans Wladimir Andreff et Stefan Szymanski (eds), *The Handbook on the Economics of Sports*, Cheltenham, Edward Elgar, 2007
- [17]- « Demand for media coverage » avec Frédéric Bolotny dans Wladimir Andreff et Stefan Szymanski (eds), *The Handbook on the Economics of Sports*, Cheltenham, Edward Elgar, 2007
- [18]- « Broadcasting Rights and Competition in European Football » avec Wladimir Andreff dans Claude Jeanrenaud et Stefan Kesenne (eds), *Sports and the Media*, Edward Elgar, London, 2006
- [19]- « Les ligues américaines » dans Georges Vigarello (dir), *Le sens du sport*, Paris, Universalis, 2004
- [20]- « Le dopage sportif » dans Georges Vigarello (dir), *Le sens du sport*, Paris, Universalis, 2004
- [21]- « Les sports collectifs en Europe : quel modèle économique ? » dans Jean-Jacques Gouguet (dir), *Le sport professionnel après l'arrêt Bosman*, Limoges, PULIM, 2004
- [22]- "Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?" Rodney F. Fort et John Fizel (eds), *International Sports Economics Comparisons*, Praeger, New York, 2004
- [23]- « La NBA et le modèle sportif européen : approche comparée » dans *Le Basket*, Limoges, Pulim, 2003
- [24]- "Le sport à l'épreuve du marché" dans Jean-Charles Basson (dir), *Sport et ordre public*, La Documentation Française, 2001
- [25]- "L'économie du sport" dans Pierre Arnaud (dir), *Le sport en France*, La Documentation Française, 176 pages, 2000
- [26]- "Sport, une économie-monde" dans Serge Cordellier et Béatrice Didiot (dir), *L'état du monde 1997*, La Découverte, 697 pages, 1996
- [27]- "Economie du sport télévisé en France : l'ambivalence des relations" dans Gérard Derèze (dir), *Sport, médias et société*, Observatoire du récit médiatique, Université catholique de Louvain, 220 pages, 1995
- [28]- "Le sport, l'argent et les médias" dans Serge Cordellier (dir), *L'état de la France 1994/1995*, La Découverte, 1994
- [29]- "Sport et télévision : entre éthique de la compétition et ordre économique" dans Jean-Marie Charron (dir), *L'état des médias*, La Découverte, Médiaspouvoirs, CFPJ, 464 pages, 1991
- [30]- "Le marché du travail sportif" dans Wladimir Andreff (dir), *Economie politique du sport*, Dalloz, 239 pages, 1989

### **3 - Articles dans des revues à comité de lecture international**

- [31]- Dopage et risques : *homo oeconomicus ou homo sportivus ?* Risques, n° 88, décembre 2011

[32]- Les très hauts revenus des *Superstars* du sport - Un état des approches théoriques et empiriques, Revue d'Economie Politique, Dalloz, Paris, 118 (3), mai-juin 2008, pp 375-394 repris dans Problèmes économiques, La Documentation Française, Paris, n° 2955, 1er octobre 2008, p 35-40

[33]- La télévision fait le sport : l'équité à l'épreuve du marché, Finance et Bien commun, Genève, n° 26, hiver 2006/2007, repris dans Problèmes économiques, La Documentation Française, Paris, n° 2924, 23 mai 2007

[34]- Le sportif et le marché : le cas du dopage, Revue Internationale de Psychosociologie, 20, 2003

[35]- Contribution à une analyse économique du dopage, Reflets et perspectives de la vie économique (Bruxelles), De Boeck, juin 2000, repris sous le titre "Dopage : y-a-t-il une explication économique ?" dans Problèmes économiques, La Documentation Française, n° 2687, 8 novembre 2000

[36]- La presse sportive en France. Formes du marché, stratégies concurrentielle, offre d'informations, Recherches en communication, Université catholique de Louvain, n° 5, octobre 1996 repris sous le titre Le marché de la presse sportive en France dans Problèmes économiques, La Documentation Française, n° 2 503, 15 janvier 1997

[37]- Economia del deporte y de la television - Intereses Complementarios avec Jean-François Nys, Telos n° 38, Fundesco (Madrid), 1994

[38]- Analyse économique du marché du travail sportif, Reflets et perspectives de la vie économique (Bruxelles), Tome XXIX, 1990.1

#### **4 - Articles dans des revues à comité de lecture national**

[39]- Eléments d'une macroéconomie du dopage, Jurisport, Dalloz, Paris, septembre 2010

[40]- L'économie mondialisée du sport. Un marché lucratif, Questions internationales, La Documentation française, Paris, juillet 2010

[41]- Coupe du monde de football 2010 : quels retours sur investissement pour l'Afrique du sud ? Jurisport, Dalloz, Paris, mai 2010

[42]- P...comme presse sportive (le marché de la), Revue juridique et économique du sport, Dalloz, décembre 2008, p 127-136

[43]- S... comme Superstars (théorie des), Revue juridique et économique du sport, Dalloz, septembre 2008, p 135-140

[44]- Pour une refondation des Jeux Olympiques, Le Meilleur des Mondes, Denoël, Paris, juin 2008

[45]- Développement économique et productivité sportive : l'exemple des Jeux Olympiques, Revue juridique et économique du sport, Dalloz, juin 2008, repris sous le titre « Quel sera le palmarès des PED aux Jeux de Pékin? » dans Problèmes économiques, La Documentation Française, Paris, n° 2952, 16 juillet 2008

[46]-Le rugby à l'épreuve du professionnalisme, Universalia 2007, Paris, Encyclopaedia Universalis, mars 2007

- [47]- L'économie des Jeux Olympiques, avec J.J Gouguet, *Revue Juridique et Economique du Sport*, Dalloz, septembre 2004, repris dans *Problèmes économiques*, La Documentation Française, Paris, décembre 2004
- [48]- R... comme rationalité économique du dopage, *Revue Juridique et Economique du Sport*, Dalloz, septembre 2004
- [49]- L'économie du sport, *Les Cahiers Français*, La Documentation Française, juin 2004
- [50]- L'avenir du modèle sportif européen, *Universalialia* 2003, *Encyclopaedia Universalis*, avril 2003
- [51]- Le football et la télévision : évolution des relations économiques, *Panoramiques*, novembre 2002
- [52]- Les ligues sportives professionnelles aux Etats-Unis, *Universalialia* 2002, *Encyclopaedia Universalis*, avril 2002
- [53]- Le football à l'épreuve des marchés financiers, *Universalialia* 2001, *Encyclopaedia Universalis*, avril 2001
- [54]- L'olympisme à la croisée des chemins, *Universalialia* 2000, *Encyclopaedia Universalis*, avril 2000
- [55]- L'économie du sport, CD Rom version 5.0, *Encyclopaedia Universalis*, septembre 1999
- [56]- Dopage sportif, CD Rom version 5.0, *Encyclopaedia Universalis*, septembre 1999
- [57]- Le sport à l'épreuve du marché, *Géopolitique* n° 66, juin 1999
- [58]- Le dopage, *Universalialia* 1999, *Encyclopaedia Universalis*, avril 1999
- [59]- Plus vite, plus haut, plus fort - Jusqu'à quand ? dans *Le dossier du dopage*, *Science et Vie Hors Série* n° 206, mars 1999
- [60]- Sport business et règles du jeu, *Sociétal* n° 20, juin 1998 repris dans *Problèmes économiques*, La Documentation Française, n° 2578, 12 août 1998
- [61]- Esprit sportif et pratique professionnelle, *La Revue encyclopédique*, Larousse, 1997
- [62]- Le gouvernement du sport mondial, *Universalialia* 1996, *Encyclopaedia Universalis*, avril 1996
- [63]- L'économie du sport avec Wladimir Andreff dans *Une histoire du sport*, Pierre Arnaud (éd), *Documentation photographique* n° 7029, La Documentation Française, juin 1995
- [64]- Le sport dans l'ex-URSS, *Universalialia* 1995, *Encyclopaedia Universalis*, avril 1995
- [65]- Le sport dans l'ex - URSS : des ruptures aux incertitudes, *Revue juridique et économique du sport*, Editions Lamy, 1995.1, repris sous le titre "Sport et économie de marché dans l'ex-URSS" dans *Problèmes Economiques*, La Documentation Française, N° 2 425, 24 mai 1995
- [66]- Economie politique du sport, *Documents pour l'enseignement économique et social (DEES)*, Centre National de Documentation Pédagogique, juin 1994

- [67]- Le sport dans le Tiers-monde, Etudes, mai 1994
- [68]- Sport et Tiers-monde, Universalia 1994, Encyclopaedia Universalis, avril 1994
- [69]- Ethique sportive et ordre économique, Universalia 1994, Encyclopaedia Universalis, avril 1994
- [70]- Le sport dans le Tiers-monde : caractéristiques, obstacles, enjeux, Revue juridique et économique du sport, n° 27, 1993 - 4
- [71]- Sport et télévision, Universalia 1993, Encyclopaedia Universalis, avril 1993
- [72]- Les Jeux Olympiques d'Albertville : enjeux et investissements, Universalia 1993, Encyclopaedia Universalis, avril 1993
- [73]- Ordre télévisuel et éthique sportive, Médiaspouvoirs n° 29, janvier - février - mars 1993
- [74]- Les coûts des retransmissions sportives, Réseaux n° 55, C.E.N.T, septembre - octobre 1992
- [75]- Sport et argent : le football, Pouvoirs, P.U.F, n° 61, avril 1992
- [76]- Les industriels du football, Universalia 1992, Encyclopaedia Universalis, avril 1992
- [77]- Economie du sport et éthique, Etudes, janvier 1992 repris dans Problèmes Economiques, La Documentation Française n° 2267, 18 mars 1992
- [78]- Le sport et la télévision : économie des relations, Revue juridique et économique du sport, n° 19, 1991.4
- [79]- Aspects économiques des relations entre le sport et la télévision, Médiaspouvoirs n° 23, juillet - août - septembre 1991
- [80]- L'information sportive sur un marché monopolistique, Médiaspouvoirs n° 18 avril - mai -juin 1990
- [81]- Le marché de la presse sportive, Revue juridique et économique du sport n° 10, 1989.3
- [82]- Le marché du travail des footballeurs : dualisme et rapport salarial, Economie et Humanisme novembre - décembre 1989 repris dans Problèmes Economiques, La Documentation Française n° 2174, 10 mai 1990
- 5 - Articles dans des revues sans comité de lecture**
- [83]- Le dopage comme produit joint du sport professionnel, avec Jean-Jacques Gougnet, Revue EPS, Paris, n° 326, juillet-août 2007, p 5-8
- [84]- La cotation en bourse des clubs de football européens : une opération rentable ? Le Mensuel de l'Université, juin 2006
- [85]- Le sport à l'épreuve de la globalisation, Revue EPS, mai-juin 2002

[86]- Collectivités territoriales et clubs sportifs : une évolution des relations juridiques et financières, Revue EPS, janvier 2001

[87]- Sport et économie, un mariage d'intérêts, La Revue des Marques, n° 26, avril 1999

[88]- Questions d'économie : éthique sportive et ordre économique, Revue EPS, n° 250, novembre - décembre 1994

[89]- Le sport : médias, argent et éthique, Sciences Humaines n° 20, juillet - août 1992

## Table des matières

|  |    |
|--|----|
| <b>Chapitre introductif – Sport professionnel, économie de marché et science économique</b> .....      | 8  |
| Introduction.....  | 9  |
| I - Le secteur économique du sport.....  | 10 |
| A - Histoire économique du sport.....  | 10 |
| B - Le poids économique du sport.....  | 11 |
| C - L'économie du sport professionnel.....   | 12 |
| II - L'analyse économique des marchés du sport professionnel.....                                      | 14 |
| A - Travail.....   | 16 |
| B - Spectacle.....   | 19 |
| C- Mondialisation.....   | 24 |
| Perspectives.....  | 30 |
| <b>Partie I - Travail</b> .....  | 36 |
| <b>Chapitre 1 - Le marché du travail</b> .....   | 38 |
| « <b>Dualisme et rapport salarial dans le sport professionnel</b> », dans Bourg J.F, Gougnet.....      | 39 |
| J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 3, p 119-178 |    |
| I - Les théories du marché du travail.....   | 41 |
| A- En économie du travail.....   | 41 |
| 1)- L'analyse néo-classique et ses variantes.....  | 42 |
| a)- La représentation traditionnelle.....  | 42 |
| b)- Le relâchement des hypothèses.....   | 43 |
| 2)- Le courant hétérodoxe.....   | 44 |
| a)- Les fondements du clivage orthodoxie/hétérodoxie économique.....                                   | 44 |
| b)- Régulation et segmentation.....  | 45 |
| B- En économie du sport.....   | 46 |
| 1)- Le paradigme néo-classique.....  | 46 |
| a)- Le relâchement des hypothèses traditionnelles.....   | 46 |
| b)- L'efficacité des règlementations du marché du travail sportif.....                                 | 49 |
| 2)- Le paradigme marxien.....  | 52 |
| II - La segmentation du marché du travail sportif.....   | 54 |
| A- L'hypothèse du dualisme.....  | 54 |
| 1)- Le principe central.....   | 54 |
| 2)- Les autres spécificités de l'hypothèse.....  | 55 |
| B- La vérification de l'hypothèse.....   | 56 |
| 1)- Le constat d'un système inégalitaire.....  | 56 |
| a)- Pour l'ensemble des disciplines dans le monde.....   | 57 |
| b)- Pour l'ensemble des disciplines dans un pays : la France.....                                      | 58 |
| c)- Pour une discipline dans le monde : le tennis.....   | 58 |
| 2)- La mesure de la dispersion des revenus.....  | 59 |

|   |    |
|---|----|
| a)- Le rapport des déciles .....  | 59 |
| b)- Courbe de Lorenz et indice de Gini .....  | 61 |
| 3)- Le marché dual des joueurs .....  | 63 |
| a)- Les critères de segmentation .....  | 63 |
| b)- Les segments du marché .....  | 65 |
| III - La question théorique du dualisme du marché du travail sportif, de son origine et de son développement..... | 70 |
| A- Une stratégie des clubs .....  | 72 |
| 1)- Une réponse à l'incertitude .....   | 73 |
| a)- Une triple incertitude .....  | 73 |
| b)- Une gestion de l'incertitude .....  | 75 |
| 2)- Une réponse à la transformation du rapport salarial .....   | 79 |
| a)- Les deux formes du rapport salarial : le contrat « à vie » et le contrat « à temps » .....                    | 80 |
| b)- Les nouvelles formes d'emplois.....   | 84 |
| B- L'organisation sportive.....   | 87 |
| 1)- Une différenciation sportive des rôles des clubs .....  | 88 |
| a)- Le constat.....   | 89 |
| b)- Concurrence sportive et mécanismes de solidarité .....  | 91 |
| 2)- Une différenciation financière des tailles des clubs .....  | 93 |

## **Chapitre 2 - La formation des revenus des Superstars..... 99**

- « **Les très hauts revenus des Superstars du sport - Un état des approches théoriques et empiriques** », Revue d'Economie Politique, Dalloz, Paris, 118 (3), 2008, p 375-394

|  |     |
|--|-----|
| I - Introduction .....   | 101 |
| II - Les très hauts revenus dans le sport, la culture et le management : données comparatives et première approche explicative ..... | 103 |
| III - La théorie des Superstars .....  | 107 |
| IV - La théorie du tournoi .....   | 112 |
| V - Conclusion .....   | 116 |

## **Chapitre 3 - Le dopage ..... 120**

- « **Le dopage comme produit joint du sport professionnel** », dans Bourg J.F, Gougnet J.J, Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, Vuibert, Paris, 2007, chapitre 8, p 249-274 .....

|   |     |
|---|-----|
| 121   |     |
| I - La détermination du cadre de l'analyse.....                               | 123 |
| II - L'hypothèse de l'homo oeconomicus appliquée au sportif qui se dope ..... | 130 |
| III - Critique des postulats de la rationalité économique .....               | 134 |
| IV - Une hypothèse alternative : l'homo sportivus .....                       | 137 |
| V - Perspectives .....  | 140 |

## **Partie II - Spectacle..... 147**

### **Chapitre 4 - Les deux marchés du sport télévisé et le bien être social ..... 149**

- « **La médiatisation des compétitions** », dans Bourg J.F et Gougnet J.J, Economie du sport, La Découverte, Paris, 2012, p 8-18.....

|     |
|-----|
| 150 |
|-----|

|   |     |
|---|-----|
| I - L'explosion du marché des émissions sportives.....  | 150 |
| A- Volume et structure de l'offre de sport télévisé.....  | 150 |
| B- Diversification de l'offre de sport télévisé et nouveaux modes de tarification.....  | 151 |
| II - Les spécificités du marché des retransmissions sportives.....  | 152 |
| A- La cartellisation de l'offre.....  | 153 |
| B- La diversification de la demande.....  | 154 |
| C- La segmentation financière des championnats par la télévision.....   | 156 |
| III - Répartition des droits de retransmission télévisée et équilibre compétitif.....   | 157 |
| <br>  |     |
| - « <b>Relations économiques entre le sport et la télévision</b> », dans Bourg J.F et Gouguet J.J,<br>Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998, chapitre 5, p.....                  | 161 |
| 209-242   |     |
| <br>  |     |
| I - Le marché des émissions sportives.....  | 162 |
| A- Les singularités de l'offre.....   | 162 |
| 1)- Les particularités économiques de la télévision.....  | 163 |
| 2)- Les particularités économiques du sport à la télévision.....  | 167 |
| B- L'offre et la demande : volume, structure et adéquation.....   | 169 |
| 1)- L'offre d'émissions sportives.....  | 169 |
| a)- D'un point de vue global.....   | 169 |
| b)- Selon les disciplines.....  | 171 |
| 2)- La demande d'émissions sportives.....   | 172 |
| a)- Dans le monde.....  | 173 |
| b) En France.....   | 173 |
| 3)- L'adéquation entre l'offre et la demande.....   | 177 |
| II - Le marché des retransmissions sportives.....   | 179 |
| A- La cartellisation de l'offre.....  | 181 |
| 1)- Le monopole.....  | 182 |
| a)- Le cartel des ligues.....   | 182 |
| b)- Le monopole du CIO et de la FIFA.....   | 184 |
| 2)- Le monopole contrarié.....  | 186 |
| a)- Les droits de retransmission en Europe.....   | 186 |
| b)- Les droits de retransmission en France.....   | 188 |
| B- La cartellisation de la demande.....   | 189 |
| 1)- Le monopsonne.....  | 190 |
| 2)- Le monopole bilatéral.....  | 190 |
| a)- En Europe.....  | 191 |
| b)- En France.....  | 193 |
| <br>  |     |
| -« <b>Structures des marchés du sport télévisé et bien être social</b> », dans Bourg J.F et<br>Gouguet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998,<br>chapitre 6, p 243-277..... | 195 |
| I - Le bien être du téléspectateur.....   | 196 |
| A- Cartellisation, concurrence et péage.....  | 196 |
| 1)- Le coût d'accès aux émissions sportives.....  | 197 |
| 2)- Le prix des messages publicitaires.....   | 203 |
| a)- Aux Etats-Unis.....   | 203 |
| b)- En France.....  | 203 |
| 3)- Le degré de concurrence entre chaînes et entre annonceurs.....  | 204 |
| 4)- Le prix et l'offre d'émissions en situation de cartel des chaînes.....  | 205 |

|   |     |
|---|-----|
| B- Pratiques restrictives et droit à l'information.....                                     | 206 |
| 1)- Les effets néfastes des exclusivités .....  | 206 |
| a)- Un abus de position dominante .....   | 206 |
| b)- Le gel des droits .....   | 208 |
| 2)- La dénaturation du traitement médiatique.....   | 209 |
| II - La satisfaction des organisateurs sportifs.....  | 212 |
| A- Ordre télévisuel et économie du sport .....  | 212 |
| 1)- La télévision, moyen d'échapper au déficit.....   | 212 |
| 2)- La télévision, instrument de promotion du sport.....                                    | 214 |
| a)- Aux Etats-Unis.....   | 214 |
| b)- En France.....  | 215 |
| B- Ordre télévisuel et éthique sportive .....   | 216 |
| 1)- L'inégal accès à l'antenne .....  | 217 |
| 2)- La dénaturation de la règle sportive .....  | 219 |
| III - Régulation des relations entre le sport et la télévision : la loi ou le marché ?..... | 220 |
| A- Du côté des chaînes de télévision .....  | 221 |
| 1)- Au niveau français .....  | 222 |
| 2)- Au niveau européen .....  | 223 |
| B- Du côté des organisateurs sportifs .....   | 226 |
| 1)- Les faits .....   | 226 |
| 2)- La théorie des droits de propriété .....  | 228 |

## **Chapitre 5 - Les droits de retransmission télévisée : modèles de commercialisation, concurrence économique et compétition sportive ..... 230**

|   |     |
|---|-----|
| « <b>Broadcasting Rights and Competition in European Football</b> », avec W. Andreff, dans<br>C. Jeanrenaud et Stefan Kesenne, eds, Sports and the Media, Edward Elgar, London, 2006, p 37-70 ..... | 231 |
| Introduction .....  | 231 |
| I - Football and Broadcasting Rights : an Overview of European Practices .....  | 233 |
| A- Two Models of Television Rights Management .....   | 233 |
| 1)- The individual club ownership (ICO) model .....   | 234 |
| 2)- The rights pooling by the league (RPL) model .....  | 234 |
| B- The Criteria Used for Redistribution of Television Rights .....  | 235 |
| 1)- The domestic championships .....  | 236 |
| 2)- The Champions League .....  | 237 |
| C- The Resulting Distribution of Television Rights across the Clubs .....   | 238 |
| II - Broadcasting Rights, Economic Competition and Competitive Balance .....  | 241 |
| A- The Relationship between the Club's Broadcasting Rights and Turnover .....   | 243 |
| B- The Relationship between Broadcasting Rights, Turnover and the Competitive Balance .....   | 247 |
| III - The Different Practices of Television Rights Management in European Football: .....   | 251 |
| <b>Recommendations</b>  |     |
| A- First Recommendation .....   | 252 |
| B- Second Recommendation.....   | 253 |
| C- Third Recommendation.....  | 253 |
| D- Fourth Recommendation .....  | 255 |
| E- Fifth Recommendation.....  | 256 |
| Conclusion .....  | 256 |

**Chapitre 6 - Le marché de la presse sportive** ..... 265

- « **Formes du marché de la presse sportive et stratégie concurrentielle** », dans Bourg J.F, Gougnet J.J, Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris, 1998 chapitre 4, p 179-208 ..... 266

I - Structures et performances ..... 267

A- Caractéristiques..... 267

1)- Les particularités de la presse..... 267

2)- Les formes de marché ..... 268

a)- La presse sportive quotidienne ..... 269

b)- Le presse sportive magazine ..... 269

B- Les parts de marché ..... 270

1)- Présentation de la méthode..... 271

2)- Analyse des résultats ..... 273

II - La stratégie concurrentielle du groupe de presse dominant..... 276

A- La non-contestabilité du marché de la presse sportive quotidienne ..... 276

1)- L’hypothèse de la non-contestabilité ..... 276

2)- La vérification de l’hypothèse ..... 277

a)- L’élévation des conditions d’accès au marché ..... 277

b)- La fermeture du marché ..... 280

B- L’élargissement de son marché ..... 286

1)- Une diversification mineure ..... 287

2)- Une diversification majeure ..... 289

a)- La stimulation des ventes ..... 289

b)- L’accroissement des recettes publicitaires ..... 292

**Partie III - Mondialisation**..... 296

**Chapitre 7 - La mondialisation économique du sport**» ..... 298

« **La mondialisation des marchés du sport** », dans Bourg J.F, Gougnet J.J, Economie du sport, La Découverte, Paris, 2012, p 36-57..... 299

I - Les dimensions du phénomène ..... 300

A- Trois périodes, depuis 1850, dans le processus de mondialisation..... 300

B- Aspects de la mondialisation..... 302

C- Les flux monétaires des marchés du sport ..... 304

D- Le grand déséquilibre du sport mondial du point de vue des performances ..... 306

II - Les stratégies d’internationalisation des principaux acteurs..... 307

A- Le rôle du CIO et des fédérations internationales ..... 307

B- Le jeu des multinationales ..... 308

1)- Les fabricants d’articles de sport..... 308

2)- Les firmes sponsors n’appartenant pas à la filière sportive ..... 309

III - Les effets de la mondialisation ..... 311

A- Sur le gouvernement du sport ..... 312

B- Sur l’éthique sportive ..... 314

IV - L’économie informelle du sport et ses enjeux ..... 315

A- L’industrie illégale du dopage..... 317

B- Les paris sportifs illégaux ..... 317

C- Les autres dérives mafieuses du sport ..... 318

|   |     |
|---|-----|
| <b>Chapitre 8 - Sport et développement</b> .....  | 320 |
| - « <b>Développement économique et performance sportive à l'échelle mondiale</b> », dans Bourg J.F et Gouguet J.J, Economie politique du sport professionnel. L'éthique à l'épreuve du marché, Vuibert, Paris, 2007, chapitre 3, p 71-118 ..... | 321 |
| I - Le champ de l'analyse .....   | 322 |
| II - La faiblesse de l'offre et de la demande de pratique sportive dans les pays en développement (PED) .....   | 326 |
| III - Un financement intérieur ou étranger insuffisant dans le Tiers-monde .....  | 329 |
| IV - La concentration spatiale des événements dans les pays développés.....   | 336 |
| V - L'exode des muscles du Sud vers le Nord .....   | 344 |
| A- La mesure des migrations .....   | 345 |
| B- L'impact de l'exode des muscles .....  | 349 |
| C- Une régulation du marché des transferts.....   | 352 |
| D- Les difficultés d'application d'une taxation .....   | 355 |
| VI - L'inégal accès aux performances.....   | 358 |
| A- Le bilan statistique de la répartition des performances .....  | 358 |
| B- Les variables explicatives de la réussite sportive .....   | 365 |
| <b>Chapitre 9 - Les modèles d'organisation des sports collectifs</b> .....  | 369 |
| - « <b>Professional Team Sports in Europe : which Economic Model ?</b> », dans Fort R, Fizel J, eds, International Sports Economics Comparisons, Praeger, New York, 2004, p 3-18 .....  | 370 |
| Introduction.....   | 370 |
| I - Are Sports Competitions Balanced ?.....   | 371 |
| II - Does a European Sporting Model Exist ? .....   | 375 |
| III - A Crisis of Transition ? .....  | 376 |
| IV - The Difficulties of Regulating European Championships .....  | 378 |
| A- The Territoriality and Nature of Championships .....   | 378 |
| B- Competition Law versus Competitive Balance.....  | 380 |
| V - Perspectives and Conclusions .....  | 381 |
| <b>Chapitre 10 - Sport et biens publics mondiaux (BPM)</b> .....  | 386 |
| - « <b>Sport and globalisation : sport as a global public good</b> », avec J.J Gouguet, dans Andreff W, Szymanski S, eds, The Handbook on the Economics of Sports, Edward Elgar, Cheltenham, 2007, p 744-754 .....                              | 387 |
| I - Sport as a Global Public Good (GPG) .....   | 387 |
| A theoretical revival.....  | 388 |
| II - The Globalisation of Sport and Its Current Regulation : What Its Current State of Affairs ? .....  | 390 |
| A- Globalised sport, commercialised sport.....  | 390 |
| B- The current weaknesses of world sports governance.....   | 391 |
| III - Other Ways of Sporting Governance .....   | 392 |
| A- An instrumental reorientation of sport.....  | 392 |
| B- A new institutional structure .....  | 395 |
| <b>Table des illustrations</b> .....  | 398 |
| <b>Annexe - Références des publications de Jean-François BOURG (1983-2012)</b> .....  | 402 |
| <b>Table des matières</b> .....   | 409 |