



**HAL**  
open science

## La mondialisation économique du football

Wladimir Andreff

► **To cite this version:**

Wladimir Andreff. La mondialisation économique du football. Bachir Zoudji & Didier Rey. Le football dans tous ses états. Regards croisés sur les acteurs du ballon rond., Sciences et pratiques du sport, De Boeck, pp.159-168, 2015, 978-2-8041-9080-4. halshs-01342572

**HAL Id: halshs-01342572**

**<https://shs.hal.science/halshs-01342572>**

Submitted on 6 Jul 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# La mondialisation économique du football

Wladimir ANDREFF\*

La mondialisation de l'économie s'est étendue à l'économie du sport dans les années 1990 pour devenir aujourd'hui une caractéristique majeure de la plupart des marchés du sport (Andreff, 2012). Le football est en pointe dans ce mouvement: en 2011, le marché mondial des biens et services sportifs était estimé à 600 milliards €, dont 270 milliards € pour le seul football (soit 45% du total). La mondialisation concerne la pratique du football, le spectacle football et ses sponsors, le football télévisé, les paris sportifs sur le football, les articles de sport destinés à la pratique du football et le marché du travail des footballeurs professionnels (1). Il s'ensuit que les grands clubs de football ressemblent à des firmes transnationales (FTN), notamment par leur modèle de financement (2). Les problèmes que rencontre le football sont désormais à la même échelle: mondiale; on examine ici la corruption, notamment la plus répandue, liée aux matchs truqués (3).

## 1. Les marchés mondiaux du football

La pratique du football est née en Angleterre, s'est d'abord répandue en Europe continentale, puis dans le monde entier, 208 pays à présent. Le *Big Count* de la FIFA dénombrait 265 millions de pratiquants et 5 millions d'arbitres et de dirigeants dans le monde en 2006. Ces chiffres n'incluent pas la pratique hors des structures fédérales. Le nombre réel de joueurs s'adonnant effectivement au football est probablement de plus d'un demi-milliard de personnes sur la planète, la troisième population du monde après celles de la Chine et de l'Inde. Mondialisation de la pratique du football que précise un peu le Tableau 1.

**Tableau 1: La mondialisation de la pratique du football, 2000-2006**

Millions de joueurs:				Milliers de clubs:	
Pays	2000	Pays	2006	Pays	2006
Etats-Unis	17,9	Chine	26,2	Angleterre	40
Indonésie	10,0	Etats-Unis	24,5	Brésil	29
Chine	7,2	Inde	20,6	Allemagne	26
Mexique	7,4	Allemagne	16,3	France	19
Brésil	7,0	Brésil	13,2	Espagne	18
Allemagne	6,3	Mexique	8,5	Italie	16
Bangladesh	5,2	Indonésie	7,1	Russie	14
Italie	4,0	Nigeria	6,7	Canada	7
Russie	3,8	Bangladesh	6,3	Ecosse	7
Angleterre	3,3	Russie	5,8	Inde	7
Japon	3,3	Italie	5,0	Chili	6
France	3,0	Japon	4,8	Pologne	6
Espagne	2,5	Afrique du Sud	4,5	Irlande	6
Inde	2,2	France	4,2	Grèce	6
Turquie	1,7	Angleterre	4,2	Etats-Unis	5
Colombie	1,5	Ethiopie	3,5	Turquie	4
Argentine	1,5	Egypte	3,1	Bangladesh	4
Canada	1,4	Colombie	3,0	République tchèque	4

Pays Bas	1,3	Pakistan	2,9	Pays Bas	4
Pérou	1,2	Espagne	2,8	Argentine	3
Source: FIFA BigCount					

Le football est le segment le plus vaste et le plus mondialisé du marché des spectacles sportifs. A son sommet, la Coupe du monde FIFA est le premier spectacle sportif mondial; au cours de sa seule phase finale, elle attire plus de 3,2 millions de spectateurs dans les stades, une audience cumulée de 26 milliards de téléspectateurs et des droits de retransmission télévisée de 2,1 milliards €, selon les chiffres pour 2010 en Afrique du Sud – contre 1,2 milliard \$ (890 millions €) pour les Jeux Olympiques d’été de Londres 2012 et 820 millions \$ (600 millions €) pour les Jeux d’hiver de Vancouver 2010<sup>1</sup>. D’après les mêmes critères, la Coupe d’Europe des nations, dite Euro, dépasse les championnats du monde de toutes les autres disciplines sportives, même la Coupe du monde de rugby, et la Coupe d’Afrique des Nations est récemment devenue un évènement médiatique significatif.

Si l’on se tourne vers les spectacles élaborés à partir de compétitions internationales de clubs, la Ligue des Champions de l’UEFA est, sans conteste, la plus importante au monde par son audience et ses revenus qui permettent à l’organisateur de distribuer des primes considérables aux clubs qualifiés pour y participer. Entre les bonus de participation, les bonus pour les matchs joués, et les primes pour: victoires en phase de groupe, 1/8<sup>e</sup> de finale, ¼ de finale, ½ finale, finaliste et vainqueur, la Ligue des Champions répartit 35 millions € entre les clubs participants, à quoi s’ajoute une prime variable de *market pool* indexée sur la valeur du marché national du football télévisé de chaque club. Moins bien dotée que la Ligue des Champions, l’Europa ligue (ex-Coupe de l’UEFA), est plus attractive et plus riche que les Coupes d’Europe de tous les autres sports.

Enfin, sur le plan des compétitions nationales de clubs, nul autre sport que le football européen ne parvient à attirer constamment 45.000 spectateurs en moyenne par match (*Bundesliga*), ou même 35.000 (*English Premier League - EPL*) ou 30.000 (*Liga de Futbol* espagnole - LF), pas même les sports nord-américains (baseball, football US) et *a fortiori* aucun autre sport européen. Pour comparaison, l’affluence moyenne par match en France est, en 1<sup>ère</sup> division professionnelle, de 22.000 spectateurs pour le football, 14.000 pour le rugby, 3.500 pour le basketball, 2.000 pour le handball et 1.200 pour le volleyball.

Comment les économistes analysent-ils cette réalité quantitativement favorable au football? Sur le marché du spectacle football, la FIFA dispose d’un monopole mondial en ayant l’exclusivité d’organisation de la Coupe du monde, l’UEFA d’un monopole à l’échelle européenne pour l’organisation de l’Euro, de la Ligue des Champions<sup>2</sup> et de l’Europa ligue. Les règles de la FIFA interdisant de créer plus d’une fédération dans chaque pays, cette dernière a un monopole sur le football national et sa ligue professionnelle sur le haut niveau. Chaque club professionnel a un monopole local sur le spectacle football de haut niveau pour au moins l’une des quatre raisons suivantes: a/ le club professionnel est le seul à offrir du

---

\*Professeur émérite à l’Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Président d’honneur de l’*International Association of Sports Economists (IASSE)*, de la *European Sports Economics Association (ESEEA)*, **Membre d’honneur de la *European Association for Comparative Economic Studies (EACES)*** et ancien Président de l’*Association Française de Science Economique – AFSE (2007-2008)*.

<sup>1</sup> La Coupe du monde FIFA est définitivement le premier évènement sportif mondial, comparée aux J.O., si l’on ajoute qu’avant sa phase finale, elle comporte une phase de qualification dans chacune de ses six confédérations continentales et subcontinentales (ACF, CAF, CONCACAF, CONMEBOL, OFC, UEFA), lesquelles attirent des spectateurs, des téléspectateurs et des droits de TV dont il faudrait aussi tenir compte.

<sup>2</sup> Ainsi, l’UEFA a défendu son pouvoir de monopole en réformant ses compétitions et en accroissant leur dotation financière lorsque celui-ci fut menacé par le projet de *Mediapartners* de créer une Super-ligue européenne en 1999.

spectacle football dans une ville ou une zone urbaine; b/ un match de Division d'Honneur ou même de National ne détourne pas les spectateurs désireux d'assister à un match de Ligue 1 localisé dans la même ville; c/ même lorsqu'il y a plus d'un club professionnel dans une même ville (Londres, Manchester, Milan, Turin, etc.), les clubs professionnels fidélisent leurs spectateurs en les transformant en supporters (ventes de maillots, écharpes, merchandising), en leur offrant des abonnements à tarif intéressant, si bien que les supporters d'Arsenal ne vont pas assister aux matchs à domicile de Chelsea ou de Tottenham, les supporters de l'AS Roma ne vont pas à ceux de la Lazio – autrement dit il n'y a pas d'effet de substitution entre les deux produits que sont un match de l'Inter Milan et un match de l'AC Milan, entre ceux d'Arsenal et de Chelsea; d/ il n'y a pas non plus d'effet de substitution pour un supporter local de football avec un match de rugby ou de basketball de haut niveau dans la même ville, sauf très occasionnellement. Quand l'effet de substitution est exactement nul, le club de football local dispose d'un monopole local absolu. Il adopte une stratégie de monopole.

Cette stratégie porte sur le prix des billets d'entrée au stade. Un club professionnel comme tout monopole fixe lui-même ses prix<sup>3</sup> de manière discrétionnaire et ne les fait pas varier en fonction de la concurrence – puisqu'il n'y en a pas - et de la demande de billets en ajustant les prix aux quantités demandées. Il ne baisse pas ses prix si le match va se jouer devant un stade presque vide, il ne les augmente pas s'il constate qu'une longue file d'attente au guichet s'allonge. Il n'applique pas la tarification marginale en marché concurrentiel où le prix dépend des quantités demandées et offertes (la capacité du stade) jusqu'à la dernière unité (billet) disponible. Le prix du billet ne varie pas non plus selon le rang des spectateurs dans la file d'attente, ni selon la date où ils s'adressent au système de réservation sur Internet, et il ne varie pas de toute la saison pour les abonnés. De nombreuses études ont démontré cette inélasticité des prix des matchs de football (Andreff, 1981; Falter & Pérignon, 2000).

Un monopole habituellement maintient ses prix pour maximiser ses profits. Afin de satisfaire aussi bien la demande de consommateurs riches que celle de spectateurs moins fortunés, il a une stratégie de vente du même produit (le billet d'entrée) à des prix différenciés. On parle de monopole discriminant, le club discrimine entre ses supporters, avec des prix moins chers pour les abonnés (supporters les plus fidèles), puis pour les places dans les virages et ainsi de suite jusqu'aux prix les plus élevés dans la tribune officielle et les loges VIP. La discrimination par les prix ne remet pas en cause les prix fixes, elle ne se base pas sur les variations de la demande mais sur des facteurs plus durables: fidélité et statut des supporters, abonnement, confort, qualité différente des places dans le stade. Le prix n'est pas variable mais différencié.

Du fait de cette stratégie de prix fixes et d'une capacité d'accueil de son stade qui ne peut pas varier d'un match à l'autre, le monopole local du club rencontre (et crée) trois problèmes. Pour les matchs de grande qualité et de forte attractivité, une longue file d'attente, impossible à satisfaire entièrement la taille du stade étant limitée, exprime un déséquilibre du marché par excès de demande de billets. Il se forme alors un marché noir des billets où des spéculateurs ayant acheté des billets à l'avance les revendent le jour du match à un prix multiple du prix facial du billet (Andreff, 2012). D'autres matchs, de faible qualité, mais que le club ne peut pas éviter de jouer puisqu'ils sont programmés dans le calendrier du championnat, se jouent devant un stade en partie vide, exprimant un excès d'offre local pour ce type de match, que certains supporters «boudent» ou auxquels ils préfèrent un autre loisir. Au total, les stades des clubs professionnels sont en moyenne sous-utilisés; même là où le taux d'occupation moyen est le plus élevé (95% en EPL), il est inférieur à une pleine utilisation du stade (100%). Ce taux est de l'ordre de 76% en Ligue 1 et seulement 74% en LF et 45% en LC.

---

<sup>3</sup> Si, par ses règles, la ligue professionnelle interfère dans la formation des prix des clubs, étant elle-même un monopole national, cela ne change pas la nature de la stratégie de prix qui reste monopoliste.

La mondialisation réside en ce que d'une part ces stratégies de monopole s'observent dans toutes les ligues de football professionnel, d'autre part les mêmes stratégies monopolistes sont conduites au niveau international par la FIFA, l'UEFA et les autres confédérations continentales.

Le monopole mondial de la FIFA, européen de l'UEFA et national de la ligue professionnelle opère aussi sur le marché du football télévisé en mettant en concurrence plusieurs chaînes de télévision pour l'attribution des droits de retransmission. Le monopole football attribue ces droits en les mettant aux enchères, ce qui oblige les chaînes de TV à surenchérir entre elles pour les obtenir. Les ligues de football ont recours soit à une enchère à l'anglaise où le processus commence avec un prix faible, augmenté par paliers chaque fois qu'une chaîne de TV surenchérit, jusqu'à ce qu'il ne reste plus qu'un participant à poursuivre l'enchère, celui qui l'emporte. Soit à une enchère fermée où chaque participant soumet un prix d'offre pour les droits de retransmission à l'insu des concurrents; lorsque les scellées sont levées, la chaîne de TV qui a proposé le prix le plus élevé l'emporte (Solberg, 2006). Ces processus d'enchères engendrent une *winner's curse* – «malédiction du gagnant de l'enchère» (Andreff, 2014a). Pour remporter l'enchère, une chaîne de TV doit surenchérir à tout moment sur tous ses concurrents; par conséquent, c'est la chaîne la plus optimiste quant aux revenus escomptés de la retransmission des matchs, celle qui en surestime le plus la valeur, qui remporte l'enchère en proposant un prix dont les économistes démontrent qu'il est alors beaucoup trop élevé. Ceci profite au monopole football qui reçoit des droits de retransmission d'autant plus élevés, mais menace parfois l'équilibre financier des sociétés de TV: ITV Digital et Kirch Media ont fait faillite pour avoir payé trop cher des droits à une ligue de football sans recevoir autant de revenus (publicitaires, d'abonnés) des retransmissions qu'elles l'avaient initialement espéré. Ce marché d'enchères est mondialisé car des chaînes de TV de différentes nationalités y surenchérissent: les droits de retransmission du football français ont été acquis par Canal+ et BeIn, filiale d'Al Jazira (Qatar).

Le marché du football télévisé est mondialisé par un second flux économique. Les ligues nationales de football exportent leurs images en vendant des droits de retransmission hors de leur pays. La Ligue 1 tire 1,1% de ses revenus télévisuels de retransmissions à l'étranger, la *Bundesliga* 5,7%, la LC italienne 12,3%, la LF espagnole 19,2% et l'EPL 20,8%.

La mondialisation du football télévisé, source de sa richesse relative aux autres sports, n'est pas sans inconvénient. La manne télévisuelle internationale se concentre surtout sur les cinq principales ligues européennes ci-dessus et, au sein de chacune, sur quelques clubs, ceux qui terminent le championnat en tête de classement et se qualifient pour les compétitions européennes. Il existe une forte corrélation entre les revenus TV des clubs, leur budget et leur classement en championnat (Andreff & Bourg, 2006), ainsi qu'avec leurs performances européennes: de 2003 à 2010, 85,7% des clubs qualifiés pour les ¼ de finale de la Ligue des Champions étaient originaires des cinq grandes ligues susmentionnées. Au sein de celles-ci, il suffit de donner trois ou quatre noms de clubs pour deviner qui sera champion (Manchester U et City, Chelsea, Arsenal, Liverpool en EPL, FC Barcelone et Real Madrid en LF, Juventus, Inter et Milan AC en LC).

Le marché des footballeurs professionnels est mondialisé depuis l'arrêt Bosman (1995) qui a supprimé toute entrave à la mobilité internationale des joueurs. Deux fois par an s'ouvre un *mercato* pendant lequel des joueurs sont transférés entre des clubs du monde entier. Le pourcentage des joueurs expatriés a doublé de 1996 à 2008 où il atteignait 60% en EPL, 47% en *Bundesliga*, 37% en LF, 36% en LC et 33% en Ligue 1. Ces pourcentages ont encore augmenté depuis lors. Les heureux bénéficiaires en sont les joueurs superstars car leurs salaires sont significativement supérieurs à leurs performances (Lucifora & Simmons, 2003) grâce à une mobilité sans limite par laquelle ils peuvent mettre en concurrence des clubs de

n'importe quel pays du monde souhaitant les recruter. Moins heureux sont les joueurs moins talentueux (*journeymenplayers*) contraints soit au chômage, soit à bouger vers des ligues nationales moins prestigieuses ou vers des clubs de division inférieure.

Les plus malheureux sont souvent les joueurs de moins de 18 ans transférés malgré les règles de la FIFA qui interdisent le transfert des joueurs mineurs à trois exceptions<sup>4</sup> près. Il s'est formé un véritable marché noir des très jeunes joueurs provenant des pays du Tiers Monde. Le nombre de joueurs transférés avant l'âge de 18 ans est passé de 2 en 1980 à 139 en 2008 dans les cinq principales ligues européennes. Ils sont des milliers chaque année si l'on tient compte des autres ligues professionnelles européennes et des divisions inférieures à la première. Une partie d'entre eux correspond aux trois exceptions autorisées par la FIFA et le reste consiste en des transferts illicites ou illégaux de joueurs mineurs. Les très jeunes joueurs testés par des clubs professionnels européens et qui finalement ne sont pas recrutés, se retrouvent souvent dans une situation difficile, sans billet de retour vers leur pays, sans revenu, sans emploi, parfois même sans papiers. On a suggéré, pour diminuer et ralentir ces flux illicites de transferts de jeunes joueurs et leurs conséquences négatives, d'introduire une taxe conçue sur le modèle de la taxe Tobin qui vise à freiner les transferts internationaux de capitaux. Baptisée «taxe Coubertobin» (Andreff, 2010a), elle serait à appliquer aux transferts de joueurs de moins de 18 ans, avec un taux de taxation qui augmente quand l'âge au moment du transfert diminue – en clair, la taxe serait plus élevée pour le transfert d'un joueur de 12 ans que pour un joueur de 15 ans, et plus élevée pour ce dernier que pour un joueur de 17 ans. Tout en freinant les transferts de joueurs très jeunes des pays du Tiers Monde vers les championnats européens, la taxe permettrait d'alimenter un fonds de financement du sport dans les pays d'origine de ces jeunes joueurs.

Il n'est pas jusqu'au marché des articles de sport qui ne soit affecté par la mondialisation économique du sport, du football en particulier. L'essentiel de l'offre sur ce marché est détenue par une vingtaine de FTN, en tête desquelles Nike et Adidas, situation qualifiée d'oligopole mondial. Exemple: dans les chaussures de sport, Adidas a racheté Reebok en 2005, Nike a acquis Umbro en 2007, ce qui permet à Nike et Adidas de réaliser ensemble plus de 65% des ventes mondiales, proportion qui s'applique aux chaussures de football. Ces deux firmes sont les principaux équipementiers des clubs et des fédérations de football dans le monde et figurent parmi leurs principaux sponsors. En outre, les articles de sport, et de football, font l'objet d'un commerce extérieur représentant plus de 30 milliards € en 2004, soit plus de 0,5% de tout le commerce mondial (M. & W. Andreff, 2009). Ce commerce est en majeure partie composé de réexportations vers les pays développés d'une production qui a été délocalisée vers des pays moins développés en Asie, en Afrique du Nord, au Mexique et en Europe centrale. On est au cœur de la mondialisation économique. La délocalisation de la production d'articles utilisés dans le football s'est effectuée selon deux stratégies alternatives. L'une est l'investissement direct à l'étranger, en y créant des filiales, qui fut initiée dès les années 1960 par Adidas. L'autre est le recours à la sous-traitance internationale caractérisant la stratégie de Nike qui a fermé ses usines aux Etats-Unis pour signer des contrats avec des sous-traitants pakistanais, indonésiens et chinois qui produisent des articles de sport estampillés Nike.

## 2. Le modèle de financement du football professionnel

---

<sup>4</sup> Les règles de la FIFA prévoient qu'un joueur peut être transféré avant l'âge de 18 ans si: a/ la famille du joueur quitte son pays pour des raisons non liées au football; b/ à l'intérieur de l'Union européenne, la mobilité de ces joueurs est autorisée si et seulement si les clubs s'engagent à leur fournir à la fois une formation scolaire et un entraînement sportif; c/ le joueur réside à l'étranger près de la frontière du pays où se situe son club.

Opérant sur des marchés mondiaux, les grands clubs de football sont devenus des FTN (Andreff, 2010b). Les principaux sponsors qui investissent dans le football le sont aussi. La liste des sponsors des clubs de football européens, en particulier ceux qui sont qualifiés pour participer aux compétitions de l'UEFA, se renouvelle chaque année. Ils ne sont pas nécessairement de la même nationalité que le club sponsorisé (ex: Gazprom/Schalke 04, City Bank/Werder Brême, Samsung/Chelsea, Emirates Airlines/Arsenal, Fedcom/Monaco, Milan AC/Bwin, etc.). Les sponsors diffusent mondialement des messages publicitaires associant leur nom à l'image du club sponsorisé; la notoriété du club de football devient mondiale. Les matchs de niveau européen sont toujours retransmis dans deux pays au moins, souvent plus. A l'approche de la finale, le nombre de chaînes de TV de différentes nationalités intéressées augmente et la diffusion tend à se mondialiser. Les matchs des phases finales de la Ligue des champions sont retransmis dans la quasi-totalité des pays européens et hors d'Europe. Les matchs de l'EPL sont retransmis dans 200 pays et génèrent une audience d'un milliard de téléspectateurs. On l'a vu, la main-d'œuvre provient de plusieurs pays; il n'est pas rare que certains clubs anglais n'alignent aucun joueur anglais lors d'un match. En 2011, un club européen de 1<sup>ère</sup> division employait en moyenne 24,5 joueurs, dont 8,2 expatriés (parmi lesquels 1,1 Brésilien), 7,2 d'entre eux ayant été recrutés à l'étranger.

C'est surtout du côté des finances que les grands clubs sont devenus des FTN en suivant deux évolutions. L'une est que la propriété (du capital) d'un nombre croissant de clubs est acquise par des intérêts étrangers. Dans l'EPL, 13 des 20 clubs n'appartiennent plus à des propriétaires anglais (Chelsea-Abramovitch, Manchester City-cheikh Mansour, Liverpool-New England Sports Venture, USA, etc.). Le phénomène se propage dans les autres ligues; en Ligue 1, PSG, Monaco et Nantes ont des propriétaires étrangers, ainsi que Lens en Ligue 2.

Plus encore que la propriété des grands clubs, la mondialisation affecte leur modèle de financement. Selon cette deuxième évolution, en passant en vingt ans d'un modèle SSSL à un modèle MMMMG (Andreff&Staudohar, 2000), leur financement s'est globalisé. Dans le premier modèle, jusqu'au début des années 1990, les finances des clubs étaient avant tout alimentées par les Spectateurs – c'est-à-dire les recettes au guichet. Venaient ensuite les Subventions publiques, les donations privées et les cotisations des adhérents. La troisième source de financement, qui est montée en puissance dans les années 1970, consistait en revenus tirés des Sponsors. A cette époque, les revenus provenant des droits de retransmission télévisée ne formaient qu'une part minime du financement (0 % en 1971 et 1 % en 1981 pour les clubs français de première division, Tableau 2). Ces sources de financement étaient Locales (spectateurs et sponsors locaux, collectivités territoriales), tout au plus nationales.

Le second modèle de financement est apparu dans les grands clubs de football européens au cours des années 1990-2000. Les Médias sont la première source de financement, en particulier les droits de retransmission télévisée, mais également par la prise de contrôle de certains clubs par des chaînes de télévision (ex: Girondins de Bordeaux par M6). Une autre source de fonds provient de Magnats comme Joe Lewis, propriétaire du groupe ENIC contrôlant à la fois Glasgow Rangers, Vicenza, Slavia Prague et AEK Athènes FC, Agnelli (Juventus), Berlusconi (Milan AC), Glazer puis Ashley (Manchester United) ou Lerner (Aston Villa). Pour ces hommes d'affaires, l'investissement dans un club s'accompagne de sa gestion par des managers professionnels. La troisième tendance est le développement du *Merchandising*, qui a représenté jusqu'à 34 % des revenus de Manchester United en 1998. La quatrième source de financement est le marché, ou plutôt les Marchés. Certains clubs se spécialisent dans la formation de jeunes joueurs et tirent ensuite une valeur ajoutée de leur transfert sur le marché mondial des footballeurs professionnels. D'autres clubs ont fait appel au marché du capital en se transformant en sociétés par actions, puis en

introduisant leurs titres en Bourse. Enfin, le modèle de financement contemporain est de plus en plus Global ou mondial: les financeurs sont aussi bien locaux ou nationaux qu'étrangers, allant de consortiums (comme le consortium américain finançant Derby County) à des FTN de diverses industries et des Etats étrangers (le PSG est financé par un fonds souverain du Qatar).

**Tableau 2: Le passage de la Ligue 1 du modèle de financement SSSL au modèle MMMMG**

Source (en %)	Modèle SSSL			Transition 1990-91	Modèle MMMMG		
	1970-71	1980-81	1985-86		1997-98	2004-05	2009-10
Spectateurs	81	65	50	29	21	19	13
Subventions	18	20	21	24	12	3	2
Sponsors	1	14	22	26	20	20	16
Droits de TV	0	1	7	21	42	49	57
Autres*	0	0	0	0	5	9	12

\* dont merchandising et marchés

Source: LFP

De toutes ces nouvelles sources de financement, les médias sont devenus tellement importants que l'on parle parfois de télé-dépendance du football – italien et français en particulier. En revanche, la Bourse qui semblait devoir être une source de financement prometteuse avec plus de 40 clubs européens cotés au tournant des années 2000, s'est avérée relativement décevante. Ils ne sont plus qu'une vingtaine de clubs cotés: 5 clubs anglais, 1 allemand, 5 danois, 2 français (O.L. et Istres), 3 italiens, 1 néerlandais, 3 portugais, 1 suédois et 4 turcs (Drut, 2011). Quasiment tous ont vu la valeur de leur titre s'effondrer sur la durée. L'action de l'Olympique Lyonnais est tombée à 30% de sa valeur d'introduction en Bourse, celle du FC Istres de 4 à 1,65€. L'explication économique de ce déclin repose sur trois facteurs: a/ l'investissement n'est pas très rentable si l'on compare l'évolution de l'indice DJ StoXX Football (les clubs cotés) à celle des autres indices boursiers; b/ l'investissement est très risqué car la valeur de l'action est soumise aux aléas des résultats sportifs (le cours de l'action chute après chaque défaite sur le terrain); c/ surtout l'essentiel du capital des clubs de football est composé d'actifs intangibles, dont la valeur est très volatile, sauf pour les (rares) clubs propriétaires de leurs stades – détenant des actifs tangibles (Aglietta *et al.*, 2008).

Le nouveau mode de financement du football professionnel n'a pas trouvé son équilibre. L'inflation de la masse salariale des clubs de football, accentuée après l'arrêt Bosman, exige sans cesse de nouveaux revenus qui s'avèrent insuffisants malgré les nouvelles sources de financement. Il s'ensuit un cercle vicieux entre les hausses salariales des clubs de football et la nécessité de faire monter les enchères pour obtenir un prix plus élevé pour les droits de retransmission (Andreff, 2011). Résultat: beaucoup de clubs européens sont régulièrement en déficit financier. L'UEFA recensait, sur l'ensemble de tous les clubs des premières divisions de football européennes, 56% de clubs en déficit en 2010 et 63% en 2011. L'accumulation de ces déficits conduit les clubs à s'endetter pour des montants de plus en plus considérables, comme l'illustre le cas des Ligue 1 et Ligue 2 en France (Tableau 3), qui pourtant sont moins en difficulté que la LC, la LF et l'EPL qui flirte avec les 2 milliards € de dette. La Ligue 1 a été en déficit neuf ans au cours des douze dernières années, en raison de l'indiscipline financière récurrente de certains clubs, mais pas de tous.

**Tableau 3: Résultat net et dette du football professionnel en France**  
(en millions €)

Ligue 1	2000- 2001	2001- 2002	2002- 2003	2003- 2004	2004- 2005	2005- 2006	2006- 2007	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Résultat net	-54	-46	-151	-36	-33	28	43	25	-15	-114	-97	-82
Dette	521	503	458	364	466	532	579	690	593	610	611	625
Ligue 2	2000- 2001	2001- 2002	2002- 2003	2003- 2004	2004- 2005	2005- 2006	2006- 2007	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Résultat net	-14	-20	-16	-8	6	5	4	2	-19	-16	-33	-53
Dette	38	56	56	58	58	65	86	80	129	78	97	164

Source: DNCG

Dans n'importe quel secteur économique, une entreprise en propriété privée qui est régulièrement en déficit et endettée est mise en faillite, ... mais pas dans le football! Au pire, un club trop endetté est relégué dans une division inférieure (par la DNCG dans la Ligue du Football Professionnel en France), et reviendra quelques saisons plus tard au plus haut niveau où il recommencera une gestion déficitaire. Il y a un réel problème de mauvaise gouvernance (et gestion) dans le football mondial, européen et spécialement dans les cinq principales ligues européennes, y compris française (Andreff, 2007). Les performances sportives spectaculaires et l'attractivité du football, en un mot son succès, se paient par des déficits financiers et des dettes qui soit ne sont pas remboursées (arriérés de paiement, arriérés fiscaux), soit sont comblés à fonds perdus par l'Etat (Italie) ou par des banques (Espagne), soit sont renfloués par de riches émirs pétroliers, oligarques russes ou fonds d'investissement internationaux qui finissent par racheter le club.

Face à cette situation qui crée une distorsion de la concurrence économique entre les clubs et porte atteinte à l'équité des compétitions sportives (européennes et championnats nationaux), l'UEFA a lancé la mise en place du *fairplay* financier qui entre en vigueur pendant cette saison 2013-14. L'objectif à terme est que les clubs de football européens ne fassent plus de déficits systématiques et que ceux qui en feraient ne pourraient plus être renfloués par des investisseurs à fonds perdus comme aujourd'hui. Pour l'heure, un club qui a accumulé une perte globale supérieure à 5 millions € sur les trois exercices 2011, 2012 et 2013 ou qui a couvert ses pertes par une injection exceptionnelle de capital supérieure à 45 millions € sur trois ans, est menacé de sanctions par l'UEFA, pouvant aller jusqu'à sa non-qualification pour la licence UEFA, et donc l'impossibilité de participer aux compétitions européennes, malgré sa qualification sur le terrain. Il reste à voir comment sera appliqué le *fairplay* financier dans la pratique et sur la durée. **En 2014, quatorze clubs européens ont été sanctionnés par l'UEFA - d'une amende substantielle et d'un plafonnement du montant financier de leur recrutement de joueurs -, dont Manchester City et le Paris-Saint-Germain.**

### 3. Corruption et matchs truqués

Tout comme l'économie du sport, les dysfonctionnements du sport ont tendance à se mondialiser. Le football n'y échappe pas. Parmi les différents types de corruption existants (Andreff, 2014b), le football, en attirant d'importants flux d'argent au niveau mondial a aussi attiré la forme la plus répandue et en expansion de la corruption: les matchs truqués liés à des paris sportifs frauduleux.

La corruption peut apparaître à divers moments et selon des modalités variées dans le football. Au cours d'un match, les circonstances de jeu peuvent conduire un joueur ou une équipe A à tenter de corrompre un joueur ou équipe adverse B pour qu'il (elle) le laisse gagner le match; ou inversement, par certains actes, B peut faire comprendre à A qu'il (elle) est prêt(e) à «vendre» le résultat (la victoire). Comme l'indique Caruso (2008), pendant un match de football, les joueurs des deux équipes se parlent ou simplement certains signalent à leurs adversaires qu'ils sont prêts «à ne pas tout donner pour gagner» par des passes ou des tirs manqués ou une combativité moindre. Ce type de corruption peut être organisé par des dirigeants sportifs, comme ce fut le cas d'un certain match Valenciennes-O.M. ayant entraîné la condamnation ultérieure de M. Tapie. Une autre variante consiste à ce que l'équipe B concède la victoire à A en contrepartie d'une victoire de B contre A lors de leur prochaine rencontre. Elle semble moins pratiquée dans le football que dans d'autres sports, comme on l'a prouvé pour le sumo japonais (Duggan & Levitt, 2002).

La corruption peut remonter jusqu'aux plus hautes instances du football, mais il est souvent difficile ou impossible de la mettre en évidence. Elle est pourtant présente parfois lors de l'attribution de la Coupe du monde à un pays hôte, lors de la nomination d'une personnalité à un poste de décision important dans la hiérarchie du football ou lors de la construction de nouveaux stades (Maennig, 2005). Pour s'en tenir à des évidences démontrées, le secrétaire général de la FIFA a rédigé un rapport remis à la justice en 2002 accusant le président de la FIFA de malversations et de corruption pour détourner des fonds vers certains membres de la FIFA tels les présidents de la CONMEBOL et de la CAF. En 2010, la FIFA a suspendu deux membres de son comité exécutif suspectés d'avoir vendu leurs votes lors de l'attribution de la Coupe du monde 2022 au Qatar ainsi que le président qatari de la confédération (AFC) du football d'Asie pour présomption de fraude.

Le domaine de forte expansion de la corruption dans le football est cependant à rechercher du côté des matchs truqués et des paris frauduleux. Elle existait déjà avant la mondialisation économique du football. Un premier scandale de paris sur le football fut mis au jour en 1964 dans la ligue anglaise. Le *Calcio* italien s'est longtemps illustré en laissant se développer un marché noir des paris sur les matchs de football (*Totonero*) à côté du système officiel, le *Totocalcio*. Plus récemment, on a découvert que l'AS Roma avait corrompu des arbitres en 1999. L'affaire *Calciopoli* des années 2000 a également eu à juger de la corruption d'arbitres; en 2006, la Juventus fut reléguée en division inférieure car ses dirigeants ont été convaincus d'avoir truqué 18 matchs par achat de l'arbitre. En 2011, dans l'affaire *Calciocomese*, 47 personnes furent condamnées, y compris des criminels appartenant à des réseaux extérieurs au football, pour avoir organisé et développé tout un système de paris illicites sur des matchs truqués de *Serie B* (2<sup>e</sup> division) et de *Lega Pro* (3<sup>e</sup> division).

Pour être la plus connue et la plus dense, l'expérience de corruption des résultats dans le football italien n'est pas un cas isolé. Les championnats malaisiens et chinois ont été un temps suspendus vers la fin des années 1990, car trop de matchs étaient truqués par des réseaux illicites de parieurs. En Russie, lors de la saison 1996, la majorité des buts marqués le furent sur penalty et plusieurs dirigeants de clubs furent assassinés. En Colombie, depuis que la mafia de la drogue a mis la main sur les paris sportifs, beaucoup de résultats sont peu crédibles et l'affluence moyenne aux stades a chuté de 30.000 à 5.000 spectateurs. En Espagne et au Portugal en 2004, au Brésil en 2006, plusieurs dirigeants de clubs et quelques arbitres de football ont été arrêtés pour corruption. Même dans la très sérieuse *Bundesliga*, l'arbitre Robert Hoyzer a été condamné à la prison pour avoir truqué des matchs en 2004 sur lesquels il pariait lui-même en relation avec un réseau de parieurs truqueurs et de criminels

croates. Tout ceci montre combien la corruption a pris une dimension mondiale dans le football, suivant en cela l'origine mondialisée des fonds affluant dans ce sport.

Les formes les plus extrêmes de la corruption dans le football ont cependant émergé quand la mondialisation économique a été renforcée par la dérégulation du marché des paris sportifs et la possibilité de parier en ligne sur Internet. A partir des années 2000, quiconque peut parier en ligne à tout moment. Le volume des paris sportifs, dont sur le football, a littéralement explosé, les opportunités de trucage et de fraude aussi, dans les mêmes proportions. Les opérateurs de paris sportifs et les bookmakers en ligne ont différencié leur offre de *live betting*, paris en direct qui représentent maintenant 60% de tous les paris sportifs. Ils ont proposé des paris pendant (et non avant) le déroulement du match - *in-play betting*, des paris avec handicap sur l'une des deux équipes, des paris sur l'écart de buts (ou de points) - *spread betting*, ou même sur des faits de jeu autres que le 1-2-3 (victoire-nul-défaite) ou les scores, par exemple, le nombre de cartons jaunes, de corners, à quelle minute le premier but et ainsi de suite – c'est le *proposition betting*. Ces paris sont beaucoup plus risqués que l'ancien 1-2-3 et attirent particulièrement les parieurs frauduleux et les criminels. Ils sont décrits dans Hill (2009).

Malgré la mise en place d'un système de surveillance de 30.000 matchs de football par saison dans 43 ligues européennes, 10% de tous les matchs étaient suspectés de trucage en 2011 et en 2012 on a la certitude que près de 700 matchs ont été truqués, ce qu'a divulgué le Conseil de l'Europe. On trouve la grande majorité de ces matchs truqués dans les divisions inférieures du football professionnel. Les trucages et les fraudes sont souvent liés à des réseaux de parieurs frauduleux qui parient à partir de pays d'Asie ou d'Europe centrale sur des matchs se jouant en Europe de l'Ouest. Dans ces pays et notamment en Chine, en Malaisie, aux Philippines et à Singapour, le montant des mises des parieurs n'est pas régulé (limité). En 2007, Interpol a démantelé 272 opérateurs et bookmakers irréguliers, arrêté 1.300 personnes organisant des paris suspects liés à des matchs truqués, la plupart dans le football, et saisi 16 millions \$. On atteint là une mondialisation de la corruption dans le football qui n'est pas sans danger pour son avenir. Les grandes organisations internationales, les plus hautes instances du football international, d'autres fédérations sportives internationales se préoccupent depuis quelques années de trouver les moyens de lutter contre le fléau des matchs truqués nourrissant des paris sportifs frauduleux. Elles n'en sont pas encore venues à prendre des mesures radicales telles que, par exemple, une taxe mondiale sur les paris sportifs, dont un modèle est esquissé dans Andreff (2014b).

En 2014, la Coupe du monde au Brésil va consacrer une fois de plus le football comme évènement sportif mondial majeur, y compris sous l'angle économique. La même année, on pourra constater si, au niveau européen, le *fairplay* financier est capable d'améliorer la gouvernance des grands clubs de football et de remédier à leurs déficits et leur endettement récurrents. En revanche, il est improbable que cessent les matchs truqués et les paris sportifs liés, faisant planer une sérieuse menace sur la crédibilité et l'intégrité du football à long terme. La mondialisation économique du football peut-elle continuer si ce sport devient moins crédible et par là-même moins attractif? Il est urgent que les instances du football entament une lutte sans merci contre les trucages, les fraudes et la corruption.

Références :

Aglietta M., Andreff W., Drut B. (2008), Bourse et Football, *Revue d'Economie Politique*, 118 (2), 255-96.

- Andreff M., Andreff W. (2009), Global Trade in Sports Goods: International Specialisation of Major Trading Countries, *European Sport Management Quarterly*, 9 (3), 259-94.
- Andreff W. (1981), Le prix du spectacle sportif et le comportement du spectateur, dans *Le spectacle sportif*, Presses Universitaires de France, Paris, 60-83.
- Andreff W. (2007), French Football: A Financial Crisis Rooted in Weak Governance, *Journal of Sports Economics*, 8 (6), 652-61.
- Andreff W. (2010a), Why Tax International Athlete Migration? The ‘Coubertoin’ Tax in a Context of Financial Crisis, in J. Maguire, M. Falcoux, eds., *Handbook on Sport and Migration*, Routledge, Abingdon, 31-45.
- Andreff W. (2010b), Les grands clubs de football : des firmes transnationales, *Questions internationales*, n° 44, 50-57.
- Andreff W. (2011), Some comparative economics of the organization of sports: Competition and regulation in north American vs. European professional team sports leagues, *European Journal of Comparative Economics*, 8 (1), 3-27.
- Andreff W. (2012), *Mondialisation économique du sport. Manuel de référence en Economie du sport*, De Boeck, Bruxelles.
- Andreff W. (2014a), The winner’s curse in sports economics, in: O. Budzinski, A. Feddersen, eds., *Contemporary Research in Sports Economics: Proceedings of the 5<sup>th</sup> ESEA Conference*, Peter Lang Academic Research, Frankfurt am Main, 177-205.
- Andreff W. (2014b), Corruption, in T. Byers, S. Gorse, eds., *Contemporary Issues in Sport: An Introduction*, Sage, London, à paraître.
- Andreff W., Bourg J.-F. (2006), Broadcasting rights and competition in European football, in: C. Jeanrenaud, S. Késenne, eds., *The Economics of Sport and the Media*, Edward Elgar, Cheltenham, 37-70.
- Andreff W., Staudohar P. (2000) The Evolving European Model of Professional Sports Finance, *Journal of Sports Economics*, 1 (3), 257-76.
- Caruso R. (2008), Spontaneous Match-Fixing in Sport: Cooperation in Contests, in: P. Rodriguez, S. Késenne & J. Garcia, eds., *Threats to Sports and Sports Participation*, Ediciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo, 63-82.
- Drut B. (2011), *Economie du football professionnel*, Repères 578, La Découverte, Paris.
- Duggan M., Levitt S.D. (2002), Winning Isn’t Everything: Corruption in Sumo Wrestling, *American Economic Review*, 92 (5), 1594-605.
- Falter J.-M., Pérignon C. (2000), Demand for Football and Intra-match Winning Probability: An Essay on the Glorious Uncertainty of Sports, *Applied Economics*, 32 (13), 1757-65.
- Hill D. (2009), How Gambling Corruptors Fix Football Matches, *European Sport Management Quarterly*, 9 (4), 411-32.
- Lucifora C., Simmons R. (2003), Superstar Effects in Sport, *Journal of Sports Economics*, 4 (1), 35-55.
- Maennig W. (2005), Corruption in International Sports and Sport Management: Forms, Tendencies, Extent and Countermeasures, *European Sport Management Quarterly*, 5 (2), 187-225.
- Solberg H.A. (2006), The Auctioning of TV Sports Rights, *International Journal of Sport Finance*, 1 (1), 33-45.

