

LE SPORT ET L'ÉCONOMIE : QUELLE CONCILIATION?

DOUAH Belkacem

Kacemdouah1@yahoo.fr

Maitre de conférences A- Université de Mostaganem

LAID Mohamed

Maitre de conférences A- Université de Mostaganem

Résumé :

La relation entre le sport et l'économie est très ancienne, elle remonte au moins aux premiers Jeux Olympiques de l'Antiquité en passant par le sport loisir bénévole au sport marchand générateur de ressources et consommateur de dépenses au point de devenir un enjeu multisectoriel et un des éléments moteurs du développement dominé par les règles économiques, mais aussi par les pratiques et comportements de ses acteurs et décideurs entachés de « scandales » financiers et sportifs divers qui continuent à faire la une des médias.

Notre travail consiste justifier forte la relation entre le sport et l'économie et que ce secteur dynamique ne peut être au service du développement économique et humain de l'économie sans l'instauration de la gouvernance du sport.

Mots clés : Economie du sport- Sport business -Marché du sport- Gouvernance du sport .

Abstract :

The relationship between sport and the economy is very old, it dates back to the first games Olympics of antiquity through the benevolent sport leisure sport merchant, resource generator and consumer spending at point of becoming a multispectral issue and a engine elements of development subject to the economic rules but also comportment its stakeholders and decision makers tainted by "scandals" various financial and sports that continue to make the headlines.

We are interested in this article to justify the relationship between sport and the economy, and that this dynamic sector peanut not be for economic and human development without the establishment of the governance of sport.

Key words : Economy sports-Sports business-Sport market-Sport governance

الملخص :

تمتد علاقة الرياضة بالاقتصاد إلى أقدم الفترات التاريخية، إذ تعتبر الألعاب الأولمبية القديمة أولى المرجعيات التاريخية مروراً بالرياضة الترفيهية الطوعية إلى الرياضة السوقية وفق محددات السوق، فأصبح القطاع الرياضي منتجاً للموارد و مستهلكاً للنفقات، حيث تحول إلى عاملاً متعدد القطاعات و أحد العناصر المحركة للتنمية، تحكمه القواعد الاقتصادية و تشوبه التجاوزات المرتبطة بالمعاملات والسلوكيات المالية والرياضية التي أصبحت تشكل مادة دسمة لوسائل الإعلام.

نهدف من خلال هذه الورقة إلى تبرير أهمية العلاقة القوية ما بين الرياضة و الاقتصاد والأهمية التي تكنسها مساهمته الحيوية و التي لا يمكن أن تفعل دون إرساء الحكومة الرياضية.

الكلمات المفتاحية: الرياضة، الاقتصاد.

INTRODUCTION :

La relation entre le sport et l'activité économique remontent au moins aux premiers Jeux Olympiques de l'Antiquité quand des athlètes étaient rémunérés en nature ou en espèces.

Le sport est devenu une branche de l'économie par excellence, voire une industrie avec ses actionnaires, ses sponsors, ses médias, ses équipementiers et surtout ses formateurs (structures et ressources humaines). Il alimente aujourd'hui une multitude d'enjeux multisectoriels. En effet ce développement sans précédent du secteur du sport est bénéfique pour l'ensemble de l'économie.

Le « concept » de sport les différents secteurs économiques, en particulier avec un avantage comparatif dans la branche de l'habillement ou le « sportswear » est devenu une composante à part entière des modes vestimentaires, un code de reconnaissance. Il est également un lieu des enjeux multisectoriel. Il occupe une place importante dans nos sociétés contemporaines car il est porteur de valeurs de sociabilité. Son influence médiatique en est un révélateur.

Cependant, le sport est également source de questionnements ayant trait à l'éthique et la culture sportive de la petite organisation sportive au plus haut niveau institutionnelles qui ne cessent d'alimenter des polémiques sur l'ambiguïté des rapports entre le sport et l'économie, d'où la nécessité

d'instaurer et de développer la bonne gouvernance dans ce secteur dynamique de l'économie.

L'objectif de cet article est de monter l'étroite relation entre l'économie et le sport comme secteur économique à part entière, producteur de richesses, mobilisateur de ressources, générateur de la valeur ajoutée, consommateur, formateur et créateur d'emplois ; une relation loin d'être saine, car elle est entachée de dépassements et pratiques douteuses. C'est dans cette logique de concilier l'intérêt et le rôle du sport avec l'économie régie par les règles universelles et toutes les conséquences qui en découlent que l'instauration de la gouvernance du sport est plus que nécessaire.

1. Genèse du couple Sport-Economie

Selon la plupart des auteurs en matière de l'histoire du sport, il serait possible de repérer trois thèses [Arnaud, Attali et Saint-Martin, 2008] (**Jean-François Bourg, Jean-Jacques Gouquet: 2012, p. 7**)

-Le sport aurait toujours existé sous une forme ou sous une autre et il serait ainsi inhérent à la nature humaine ;

-Le sport contemporain ne serait que la modernisation de jeux traditionnels (soule et football ou rugby ; jeu de paume et tennis ; canotage et aviron...)

-Le sport moderne serait né en Angleterre au moment de la révolution industrielle, berceau du sport moderne, et se serait ensuite diffusé progressivement à travers le monde entier. Toutefois certaines étapes ont marqué son évolution.

1.1 Début de la structuration du sport

A partir de la seconde moitié du XIXe siècle, les sports collectifs et individuels vont progressivement se substituer aux jeux traditionnels et s'étendre à travers le monde par l'institutionnalisation et la structuration du sport en clubs, fédérations, ligues et championnats et l'unification des règles sportives.

1.2 Naissance du sport événementiel

La fin du XIXe siècle et le début du XXe voient la naissance de la plupart des fédérations internationales (gymnastique en 1881, football en 1904...) et des grandes compétitions mondiales (Jeux olympiques, Coupe Davis, Tour de France, championnats du monde et d'Europe des disciplines majeures...). Le sport professionnel est désormais structuré autour de la performance, du résultat, du record, de la compétition.

1.3 Evolution du sport marchand

Des travaux historiques, sociologiques et philosophiques ont montré que le sport tel que nous le connaissons au XXIème 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). (**Jean-**

François BOURG: 2012 , . P 10) 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 XIXème siècle que l'esprit olympique renaît dans un contexte marqué par l'essor du capitalisme.

1.4 L'histoire du sport en Algérie

L'histoire du sport en Algérie est l'idée à l'histoire de la colonisation. Plusieurs disciplines sont pratiquées et de nombreuses compétitions sont lancées. Lors de l'indépendance, l'Algérie continue à maintenir le cap pour développer plusieurs disciplines sportives comme le [football](#), l'[athlétisme](#), le [volley-ball](#), le [handball](#), les arts martiaux, la [natation](#), le [tennis](#), le [cyclisme](#), la [boxe](#), la [voile](#).

Dès la réforme sportive engagée par les pouvoirs publics, le financement des différentes disciplines est désormais assuré par l'état et les collectivités locales par le biais des prélèvements budgétaires sur les imputations de crédits allouées annuellement. L'Etat algérien prends en charges la quasi-totalité la formation des ressources humaines toutes catégories confondues, la réalisation d'infrastructures sportives, les équipements et les dépenses de fonctionnement avec des participations limitées de l'investissement privé dans le secteur du sport.

2. La mondialisation économique du sport

Dès l'après seconde guerre mondiale, apparissent les premiers signes d'une véritable mondialisation de l'économie du sport, liée en grande partie à l'extension des congés payés et à l'augmentation du temps libre dans les économies les plus développées de l'économie mondiale. L'attraction exercée par les événements sportifs sur les médias au début du 20e siècle fut renforcée par les retransmissions radiophoniques pendant l'entre-deux-guerres.

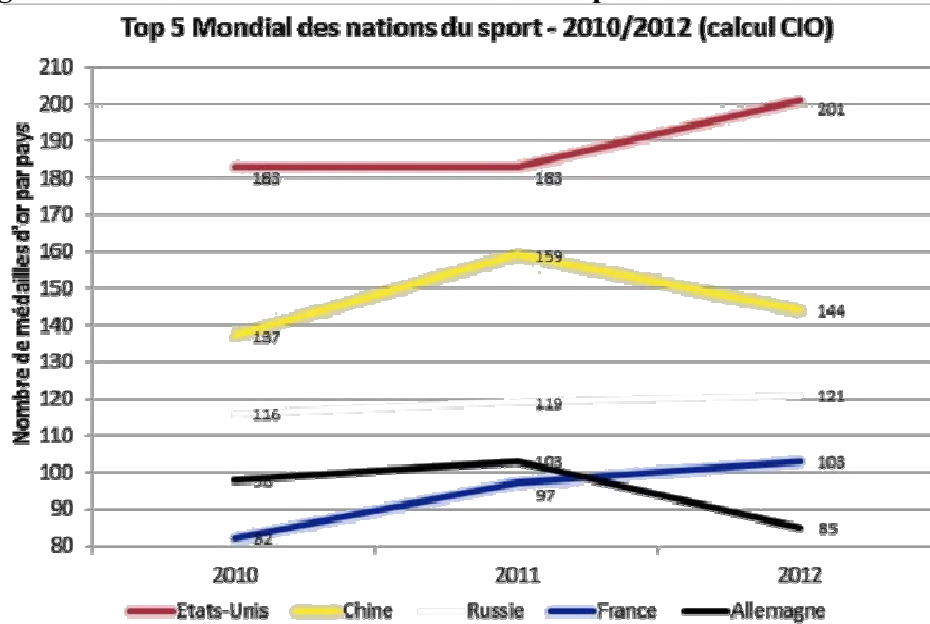
Le rapide développement du marché des loisirs y contient, dès le début, un segment de loisirs sportifs, y compris la multiplication des spectacles sportifs donnés en public et la participation aux pratiques sportives organisées par des clubs et des fédérations. La consommation de sport, sous diverses formes, est devenue un poste courant dans la dépense de consommation des ménages, en particulier à partir des années 1970.(**Wladimir Andreff, P12**)

La seconde tendance qui a poussé l'économie du sport à se mondialiser est la retransmission télévisée depuis plus d'une cinquantaine d'années, dont l'essor marquant la date des retransmissions en eurovision puis en mondovision. Elles ont cessé de faire des pays développés les seuls marchés privilégiés de la diffusion des images sportives.

Certains auteurs prétendent que les changements internationaux survenant dans le sport sont l'exemple de «américanisation» plutôt que de la «mondialisation», car la domination américaine s'accroît de plus en plus (voir **figure 1**). Cette

position s'ex-chânes câblées telles que Star TV explique par le fait que les stratégies, les produits et l'imagerie associés au sport Asie, BskyB en Grande-Bretagne et dans le monde sont essentiellement dominés par les Etats-Unis. (Peter Donnelly: 1996,pp. 239-257.)

Figure1 : Structure mondiale des nations du sport



SOURCE : CIO, 2013

3. Le sport, enjeu multisectoriel

Le sport fait l'objet de différents enjeux : économique, social, éducatif, politique, touristique et autres. L'évolution du sport compétition ou loisir, est grandissante. Il est un élément indissociable de tous les secteurs de l'économie (Industrie, services et agroalimentaire), il revêt un caractère multisectoriel.

3.1 Le sport enjeu économique

Le secteur du sport comme tout les autres secteurs de l'économie est soumis aux lois économiques, d'une part, parce qu'il satisfait des besoins des individus et, ainsi, leur apporte de l'utilité, d'autre part, parce qu'il consommateur de ressources.

3.1.1 Le sport, créateur de la consommation

La pratique sportive elle-même peut donc être interprétée comme une activité économique ou même comme « un acte de consommation » en engendrant une demande de vêtements, chaussures et d'autres articles de sport ainsi que d'équipements ou sites sportifs et de divers biens et services accompagnant l'activité sportive (par ex. boissons et aliments, produits d'hygiène et médicaux, services de transport ou d'assurance). Cette demande est, aujourd'hui, à l'origine de véritables marchés du sport où elle rencontre

une offre diversifiée et spécialisée et où les préférences des agents économiques sont révélées en prix et quantités. Il est donc évident et, en fait, même un phénomène ancien qu'il y a de rapports étroits entre le sport, d'un côté, et l'économie et l'argent, de l'autre côté. **(Markus KURSCHEIDT)**

Le sport est devenu un secteur qui crée autour de lui une activité économique très développée. Toute pratique sportive est un véritable marché d'équipements et matériels sportifs qui génèrent des offres, des emplois et des revenus importants. La compétition sportive et l'événementiel sportif en font partie. A court terme, la pratique sportive quotidienne fait vivre le commerce local, et l'offre du travail aux animateurs sportifs locaux. La compétition sportive au moins à partir d'un certain niveau sur un territoire peut avoir des retombées économiques sur le commerce, l'hôtellerie, les transports et autres.

3.1.2 Le sport contribue à la croissance économique

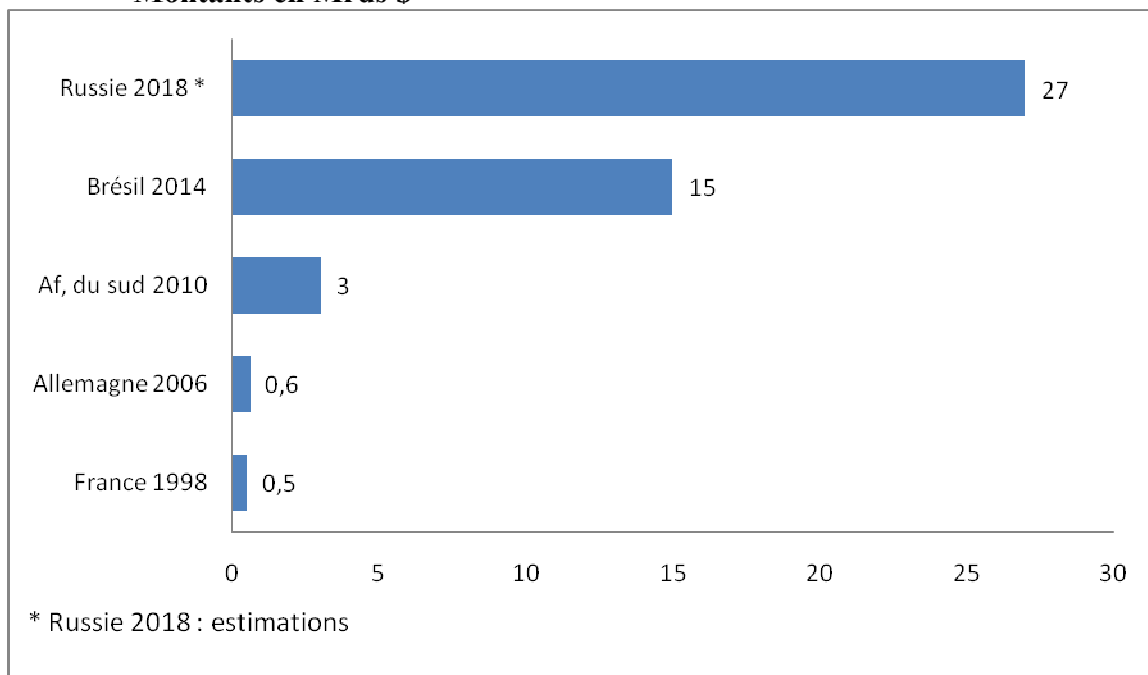
Le sport demeure un secteur économique en constant développement, il contribue significativement à la croissance économique, au développement, à la valeur ajoutée et l'emploi. Selon les estimations du Forum Economique Mondial, environ 2% du PIB mondial est généré par le secteur du sport.

Les événements sportifs majeurs tels que les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde de football attirent des millions de visiteurs chaque année, générant ainsi des effets substantiels sur l'économie et l'emploi de l'ensemble de la filière en contribuant à la régénération urbaine, à l'inclusion sociale ou au développement rural. A cet égard, le sport joue un rôle vital dans l'exploitation du potentiel économique.

3.1.3 Le sport, enjeu financier

Ce n'est qu'à partir du milieu des années 1980 que le sport est vraiment entré dans l'aire du marché justifiant le rapprochement entre les termes « économie » et « sport ». Les événements sportifs mondiaux bénéficient de budgets de plus en plus importants (voir figure 2). 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. **(Jean-François BOURG: 2012, P 11)**

Figure 2 : Estimations budgétaires des Mondial de football (1998-2018).
Montants en Mrds \$



Source : PWC, 2014

3.2 Le Sport, enjeu de la Recherche et Développement

3.2.1 L'innovation, valeur sure du sport

L'innovation et la créativité sont des moteurs essentiels dans le monde du sport. Sur tous les terrains de sport, les équipes d'inventeurs et de créateurs œuvrent en coulisses pour repousser les limites du possible en créant pour les athlètes de nouvelles opportunités d'améliorer leurs performances et de participer plus complètement aux activités sportives en en tirant davantage de plaisir .

Les activités de recherche et développement permettent d'améliorer l'équipement sportif et d'aboutir à de nouvelles innovations dans le domaine du sport. Les [marques](#) et les [dessins et modèles](#) contribuent à dégager l'identité particulière des manifestations sportives, des équipes, des joueurs et de leur matériel. Les autres activités annexes donnent plusieurs possibilités aux radiodiffuseurs d'investir dans l'organisation et la mise en place technique coûteuses de la radiodiffusion des manifestations sportives à des millions de fans dans le monde entier.

3.2.2 La haute technologie au service du sport

La haute technologie est la clé, la meilleure formule qui permet de mettre au point de nouveaux produits ingénieux. Ces produits permettent ensuite aux athlètes d'établir de nouveaux records pour le plus grand bonheur des médias et des passionnés de sport du monde entier.

Dans des laboratoires d'essai (hautement sécurisés) équipés des dernières technologies en date, les marques sportives travaillent en étroite collaboration avec des athlètes de haut niveau, mesurant et enregistrant leurs mouvements pour mettre au point des équipements permettant d'obtenir les meilleurs résultats. Certaines marques disposent même d'installations construites spécialement pour mettre au point et tester les équipements dans des conditions variables. Par exemple, le centre mondial de recherche développement de Speedo, Aqualab, a collaboré avec des athlètes, des entraîneurs, des spécialistes du sport, des experts mondiaux en hydrodynamique, des ingénieurs spécialisés dans l'optique et des psychologues pour mettre au point son système innovant Fast skin Racing System. Cette gamme complète associe vêtements de bain et équipement pour permettre aux nageurs de fendre l'eau avec une efficacité maximale. C'est dans ces laboratoires de pointe que se mène la course technologique dans le domaine du sport.

3.3 Le sport, enjeu social

La pratique du sport a cette particularité qu'elle surpasse les limites des frontières géographiques et les classes sociales. Le sport étant une activité de proximité, par nature, il constitue le moyen adéquat pour identifier les besoins, structurer l'offre sportive, réunir les ressources et les moyens nécessaires à la production de cette offre, offrir un cadre cohérent et attractif pour permettre aux sportifs de concilier leur vie sportive et leur vie professionnelle.

IL occupe une place importante dans la société par le développement des relations entre les citoyens en formant un lien entre les générations, et entre les différentes cultures et leur intégration par le biais des pratiques sportives, la prévention, la réinsertion et la lutte contre les maux sociaux. Il contribue ainsi à la cohésion sociale, la sauvegarde des valeurs de respect et de citoyenneté.

Le sport a toujours été le moyen le plus sûr de lutte contre le stress, contre la sédentarité, le vieillissement, la recherche d'une vie équilibrée (travail, sport, activités personnelles). Il contribue à l'épanouissement personnel et promet une participation active de la société. Le sport moderne « version Coubertin », caractérisée par la compétition, la performance, l'entraînement dans des structures institutionnelles reste un moyen de lutte contre l'oisiveté et les risques de dégénérescence psychologique et physiologique de l'homme (Karine Weiss et Ahmed Jebrane: 2004/3 (n° 65))

3.4 Le sport, enjeu éducative

Le sport est un moyen d'éducation et de formation, La charte de l'UNESCO de 1978 sur l'éducation physique à l'école avait déclaré le sport comme « un

droit fondamental pour tous ». Etre loyal, solidaire, généraux, tolérant, non violent et maître de soi, sont des recherches dans la société, et que le sport cultive à chaque instant.

La jeunesse constitue un important pourcentage de la dans la société. Le sport pourrait être utilisé pour réorienter et les organiser la jeunesse, afin de faire d'elle un acteur actif du développement humain et économique. L'école pourrait à ce titre servir de relai au sport pour sa diffusion à travers la société. **(La Charte de l'UNESCO 1978.)**

La participation à l'éducation des citoyens par les programmes culturels et sportifs ainsi que les structures éducatives et socio-éducatifs est le meilleur moyen pour répondre aux besoins spécifiques de la population (enfants, adolescents, troisième âge, handicapés...). L'éducation apparaît aussi dans l'obligation d'accès à différentes disciplines sportives pour le public scolaire. Par la rencontre du ministère de l'éducation nationale et le ministère de la jeunesse et des sports sur le plan local, cet enjeu éducatif se traduit dans la pratique des activités physiques et sportives.

3.5 Le sport, enjeu politique

Le sport a toujours été au centre de l'action politique, car c'est un outil de promotion de l'image de marque des pays et la reconnaissance internationale. Ainsi sa médiatisation favorise sa politisation et permettre aux hommes politiques qui s'associent à des sportifs célèbres lors de leurs campagnes électorales pour toucher plus de public de se mettre en valeur par l'investissement dans son poids électoral.

Sur le plan international, la concurrence a toujours été rude entre les pays pour décrocher l'organisation des différents événements sportifs pour lesquelles ils investissent des sommes colossales à l'image des grandes nations, à savoir les Etats-Unis, la Chine, l'Allemagne, la France et la Russie. Sur le plan continental, les efforts consentis par l'Algérie au même titre que le Gabon, le Ghana pour l'organisation de la CAN 2017 en est un exemple révélateur.

3.6 Le sport, enjeu touristique

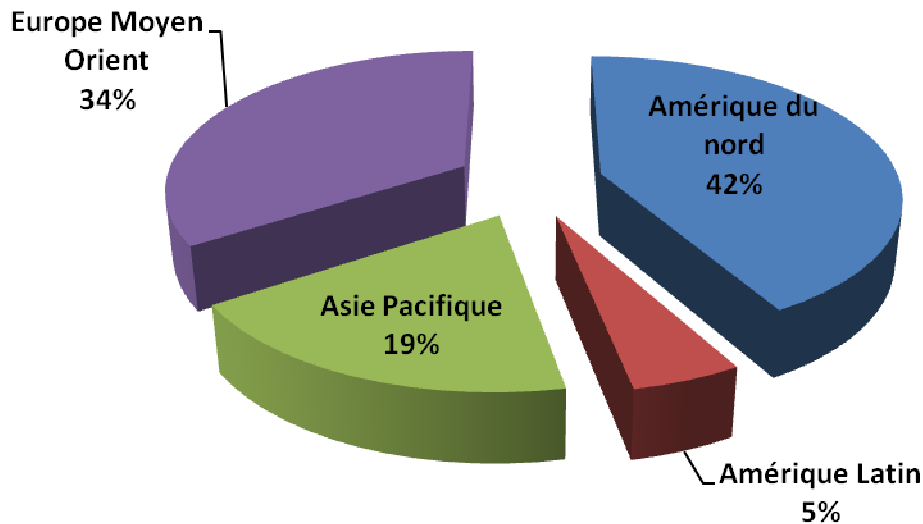
Le sport contribue à la promotion de l'image des pays, d'aménagement du territoire, environnemental et touristique, car l'attractivité touristique repose sur la maturité institutionnelle qui attirent les touristes qui sont souvent intéressés par certaines activités de loisirs mais surtout par les événements sportifs internationaux et régionaux. Cette attractivité confirme l'importance du secteur économique lié au tourisme sportif.

4. Impact du sport sur le marché mondiale

L'industrie du sport est un vaste secteur qui s'étend de la vente de produits alimentaires aux souvenirs en passant par la cession de droits aux médias et les partenariats. De nombreux acteurs sont concernés, les Etats, les clubs, les fédérations, les partenaires, les radiodiffuseurs et les équipementiers et les

formateurs, il touche pratiquement tous les continents de la planète (voir figure 3).

Figure 3 : Répartition Géographique mondiale du sport business en 2011



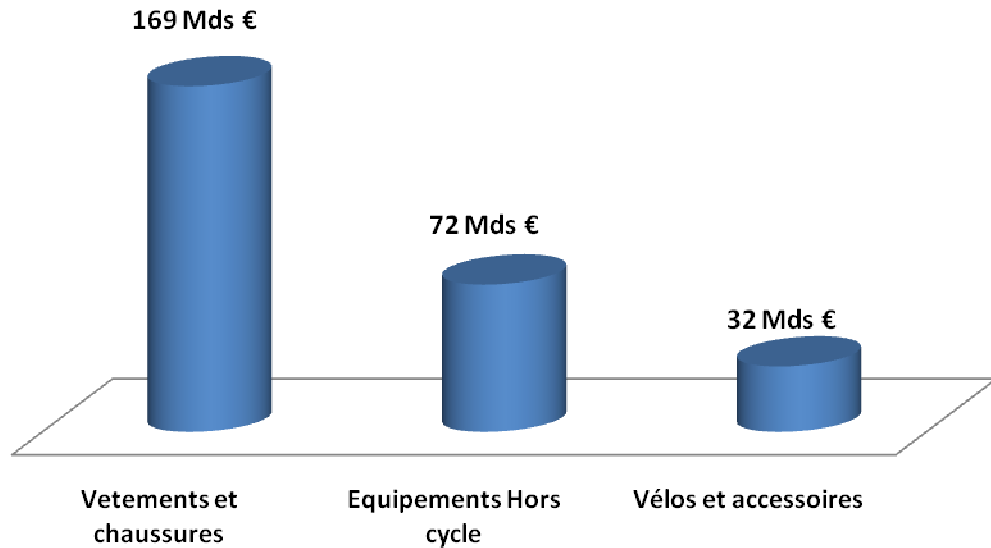
Source : PWC. 2011

Le marché mondial des articles de sport a atteint 277 milliards d'euros (TTC, chiffre d'affaires de détail) en 2013, en hausse de 5% par rapport à 2012, selon la société d'études NPD.

Les vêtements et la chaussures, qui totalisent 169 Md€, constituent la principale catégorie de produits et celle qui progresse le plus (+ 6%). L'équipement hors cycle atteint 72 Mds€, les vélos et leurs accessoires, 32 Mds€. Chacune de ces deux catégories sont en croissance de 3% selon la deuxième étude de [PwC](#) sur les perspectives du marché mondial du sport

Selon Price waterhouse Coopers (voir figure 4), le chiffre d'affaires mondial du secteur du sport progressera de 3,7 % par an en moyenne pour atteindre 145,3 Mds\$ (113,56 Mds€), en 2015. La croissance du marché du sport dans les pays BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) a nettement distancé celle du marché mondial entre 2006 et 2010 et continuera de porter le secteur, mais cet écart se resserrera au cours des cinq prochaines années.

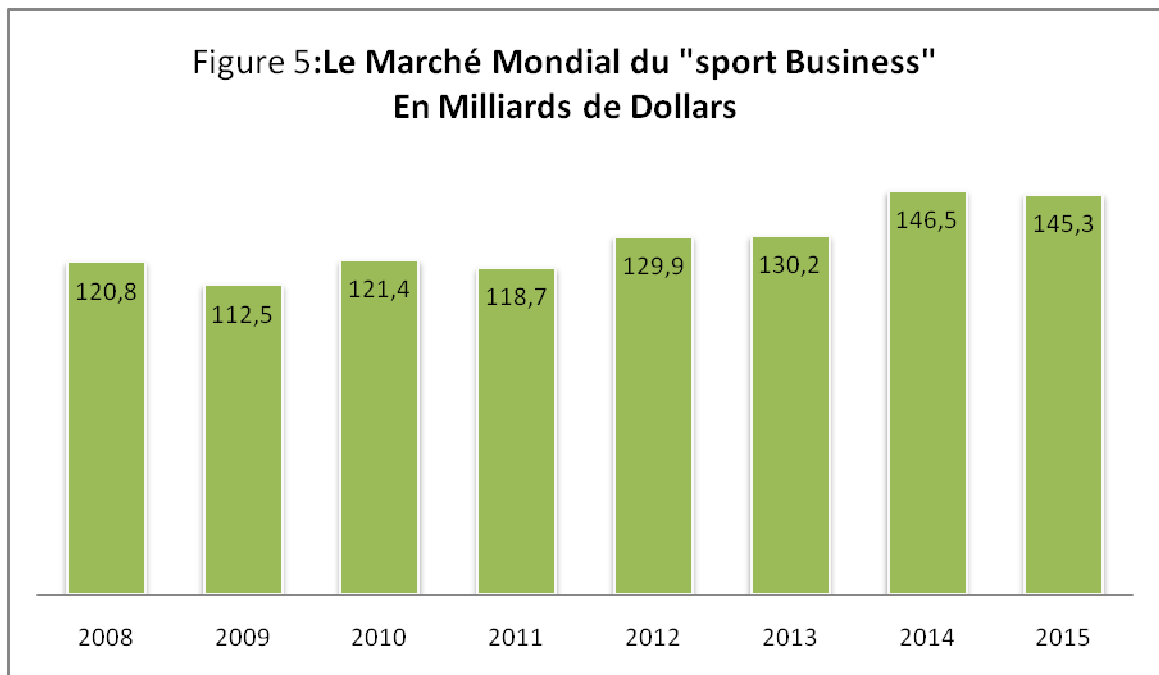
Figure 4 : Structure du chiffre d'affaires par produits (articles)



Source : PWC, 2014

À l'horizon 2015, la billetterie restera la première source de chiffre d'affaires, avec 32,6 % du marché mondial (44,7 Mds\$ en 2015 soit 34,94 Mds€) devant le sponsoring, segment le plus dynamique entre 2011 et 2015. En effet, il représente aujourd'hui 28,8 % du marché total du sport et enregistrera un taux de croissance moyen de 5,3 % par an d'ici 2015. Il est aussi la plus importante source de revenus dans les pays émergents comme en Asie. Selon [PwC](#), le sport reste une façon unique de donner de la visibilité aux marques. Le sponsoring est reparti après la crise de 2009 car il représente une opportunité de choix pour toucher des audiences ciblées montre l'ampleur financier du sport mondial (voir figure 5).

Figure 5: Le Marché Mondial du "sport Business"
En Milliards de Dollars



Source : PWC, 2014

5. Le sport source de développement économique

A l'instar des autres secteurs de l'économie, le sport est créateur de valeur ajoutée, générateur de profit, source de revenus, de recettes fiscales, parafiscales ; il est investisseur, producteur et consommateur.

Le poids de la « dépense sportive » dans le produit intérieur brut (PIB) et le autres composantes macroéconomiques de l'économie révèle l'évolution de l'importance économique de la branche. Ainsi, le sport est un secteur en pleine expansion, pesant 2% du PIB mondial et 3% du commerce mondial. Son développement constitue un débouché important en termes d'emplois, notamment pour les jeunes. D'autant plus que l'expansion économique du sport paraît durable qui s'inscrit dans un mouvement sociétal mondial évolutif, de plus en plus, les demandes de services liés à la culture, aux loisirs, au tourisme, à la santé, à l'éducation. Le développement du Sport se fait dans toutes les tranches d'âge et concerne des catégories de publics de plus en plus diversifiées.

6. Gouvernance du sport

6.1 Définition

« La gouvernance sportive est la mise en place de réseaux performants d'agences sportives nationales, d'organisations sportives non gouvernementales et de procédures qui opèrent conjointement et indépendamment en vertu de législations, de politiques et de règles privées

spécifiques pour promouvoir des activités sportives éthiques, démocratiques, efficaces et transparentes. ». (André Noel CHAKER)

Elle identifie les principales entités et sources de régulations et d'activités spécifiques au monde du sport. La plupart des régulations affectant la gouvernance du sport sont également spécifiques au sport.

6.2 L'Institutionnalisation de la gouvernance du sport

La plupart des pays possède une loi générale sur le sport (l'Algérie en fait partie) et certains ont même inclus le sport dans leur constitution. Par ailleurs on a également observé une recrudescence des régulations privées issues des organisations sportives elles mêmes en vue d'améliorer la qualité de leur gouvernance. La création de l'Agence Mondiale Anti-dopage (AMA) et le Code Mondial Anti-dopage sont de bons exemples d'une initiative autorégulatrice prise par le mouvement sportif international.

6.3 La prévention outil de la gouvernance du sport

La mise en place d'un système d'alarme préventive en matière d'intégrité sportive constitue une première étape intéressante pour combattre toutes les formes de corruption et diverses tricheries dans le sport. Ce système est un exemple de bonnes pratiques qui devraient être mise en place pour permettre une meilleure gouvernance sportive et garantir la promotion des activités sportives éthiques, démocratiques et transparence pour que le mouvement sportif deviendra un instrument pour le renforcement des initiatives autorégulatrices et permettre d'atteindre un meilleur niveau de gouvernance.

Conclusion :

Le sport est devenu un acteur incontournable de la vie économique. De part sa présence dans tous les secteurs et son caractère multidisciplinaire. A travers, son marché mondiale, ses structures, ses formateurs, ses événements et toutes ses parties prenantes, il contribue au développement, il est même devenu le leitmotiv de décollage économique pour certaines régions du monde. Toutefois, le sport dans son volet économique business comme dans son volet relatif à la pratique sportive est entaché de scandales financiers et sportifs, d'où l'urgence d'instaurer d'une nouvelle gouvernance du sport dans laquelle seraient impliquées toutes les parties concernées

comme dispositif de coordination capable de favoriser le transfert de connaissances entre ses acteurs et partager des systèmes de valeurs, de règles mais inclut également une dimension politique régulatrice pour assurer une gestion économique saine et transparente de l'économie qui permet à tous les acteurs de rendre compatible, leurs objectifs.

Bibliographie :

- Askolovitch Claude. Le foot, sport ou argent ?. Mango Document, 2002.
- Boniface Pascal. Football et mondialisation. Armand Colin, 2006. 173 p.
- (Divers Colin).

- Drut Bastien. Économie du football professionnel. La découverte, 2011. 128 p.
- G.Bozonnet et G. Demouveaux, L'essentiel pour comprendre le sport. Concours commun des IEP 2012. Epreuves de questions contemporaines, Coll. Optimum. Ed. Ellipses.
- Greg Decamps, Psychologie du sport et de la performance, De boeck, 2012.
- Jean-François Bourg, Jean-Jacques Gouguet. Le sport professionnel et l'économie de marché, La Découverte « Économie du sport », 2012
- Markus KURSCHEIDT. Le poids macro-économique du sport et le spectacle sportif. Méthodologie, résultats empiriques et perspectives économiques pour le cas de l'Allemagne. Université de Paderborn, Allemagne
- Pascal Duret, La sociologie du sport, coll. Que sais-je ?, PUF, réed. 2012.
- Thierry Terret, Histoire du sport, coll. Que sais-je ?, PUF, réed. 2011.
- Wladimir Andreff. Économie internationale du sport. La collection « Sports, cultures, sociétés ».Presses universitaires de Grenoble.
- Wladimir Andreff et Jean-François Nys, Economie du sport, Que sais-je ?, PUF, réed. 2002.