



EMMANUEL BAYLE,
PROFESSEUR DE GESTION DU SPORT
À L'UNIVERSITÉ DE LAUSANNE

Sport étude

Le jeu décomplexé de la FIFA

En servant sur un plateau la Coupe du monde de football masculine 2034 à l'Arabie saoudite, seule candidate à la suite d'un habile jeu politique, le président de la FIFA, Gianni Infantino, cherche aussi à fidéliser un allié financier et politique de poids.

Aramco, géant pétrolier public saoudien, devrait signer très prochainement un contrat de sponsoring avec la FIFA pour un montant historique de 100 millions de dollars annuels jusqu'en 2034. Comme un symbole, la Coupe du monde des clubs de la FIFA se déroulera dans la capitale saoudienne en décembre 2023 sous son ancienne formule. A partir de 2025, elle se verra beaucoup plus ambitieuse et lucrative avec un nouveau format à 32 équipes. Aux côtés de sa Coupe du monde et d'un nouvel événement, FIFA World Series (mini-tournois avec quatre pays de quatre confédérations organisés tous les deux ans), elle permettrait, peut-être, à la FIFA de reprendre le leadership économique mondial du football que l'UEFA détient grâce à sa puissante Ligue des champions en plus de son Euro de football et de sa Ligue des nations.

Cette stratégie de la FIFA vise à redynamiser son modèle économique et à le rendre moins dépendant de sa seule Coupe du monde malgré des revenus croissants et record (7,6 milliards de dollars sur le cycle 2019-2023 et 11 prévus pour le prochain cycle 2023-2026 - rapport FIFA 2022). Elle cherche aussi à attirer les investissements liés aux nouveaux marchés cibles (Chine, Etats-Unis, Inde, Indonésie, pays du Golfe...). La stratégie de mondialisation du football y trouve une double symbolique avec une Coupe du monde ouverte désormais à un plus grand nombre de nations (48 au lieu de 32 dès 2026) et une Coupe du monde des clubs reformatée, organisée également tous les quatre ans dans un calendrier pourtant surchargé. Pour Gianni Infantino, cette stratégie de mondialisation financière a pour ambition d'accroître le rayonnement planétaire du football et la redistribution financière aux 211 fédérations nationales, et ainsi de sécuriser, par leurs votes, sa position à la tête de la FIFA jusqu'en 2031.

Le «sportswashing» saoudien

Qu'en est-il du jeu stratégique de son nouvel allié, l'Arabie saoudite? A la suite de son plan Vision 2030 lancé en 2016, ce pays construit, depuis ces deux dernières années, un hub mondial du sport et du divertissement qui repose sur plus d'une dizaine de sports et de grands événements majeurs. Il s'agit d'une stratégie éclair, tous azimuts et disruptive, incon-

nue dans l'histoire du sport au regard de la centaine de milliards de dollars déjà investie. Le jeu vidéo et l'e-sport, très prisés par les jeunes et en Asie, sont notamment au cœur de cette politique.

Les enjeux sont d'affirmer sa puissance sur le terrain du monde occidental, de divertir et dociliser sa jeunesse, de diversifier par le tourisme son économie et de mener une diplomatie d'influence et un rayonnement international par le sport. Mais la monarchie saoudienne développe aussi une stratégie de sportswashing («blanchiment par le sport»), qui vise à faire oublier un régime répressif, les exécutions d'opposants politiques, l'emprisonnement de militants, les conditions de travail de millions de travailleurs migrants ou les migrants éthiopiens tués à la frontière entre le Yémen et l'Arabie saoudite (crimes dénoncés notamment par Human Rights Watch).

Un système difficile à faire évoluer

La FIFA a pourtant formalisé, en 2017, avec l'aide d'ONG, une politique claire de conditionnalité d'attribution et d'organisation de ses compétitions internationales au respect des droits humains à laquelle déroge manifestement l'Arabie saoudite. Dans ce contexte, les acteurs de l'industrie du football vont-ils mordre à l'hameçon de cette alliance FIFA-Arabie saoudite? La réponse est oui tant l'attrait des pétrodollars semble incitatif pour maintenir à flot l'économie du foot business. De plus, le test grandeur nature de la Coupe du monde Qatar 2022 n'a finalement pas entraîné de boycotts occidentaux massifs et problématiques pour la FIFA et ce pays hôte. Les joueurs, les fédérations nationales, les Etats, les sponsors, les médias et les fans ont globalement joué le jeu. Les audiences et le succès populaire mondial ont été au rendez-vous avec 5 milliards de fans.

Cette Coupe du monde au Qatar a même permis de décomplexer la FIFA sur des sujets aussi problématiques que l'exploitation des travailleurs migrants sur les chantiers (sans indemniser, comme envisagé, les victimes et leurs familles), la durabilité ou les discriminations à l'égard des femmes et de la communauté LGBTQIA+. Seule sa condamnation en juin 2023 par la Commission suisse pour la loyauté, à la suite de la plainte de cinq ONG, pour greenwashing («écoblanchiment»), a légèrement terni cette «réussite» d'ensemble.

Cette configuration normalise la candidature et la stratégie saoudiennes dans et par le sport. Toutefois, de potentiels appels au boycott international contre cette candidature, menés par des ONG (le collectif Sport & Rights Alliance), par quelques joueurs et fédérations nationales notamment du nord de l'Europe, pourraient perturber cette alliance FIFA-Arabie saoudite jusqu'au vote du congrès de la FIFA prévu fin 2024. Mais il est peu probable que cela ébranle les deux acteurs tant la passion et le business du football semblent désormais quasi universels. En outre, les intérêts des Etats ont été garantis par l'organisation de la Coupe du monde 2026 aux Etats-Unis avec ses partenaires canadiens et mexicains et par celle de la Coupe du monde 2030 récemment attribuée à six pays situés sur trois continents. ■