

Le sport, instrument géopolitique

De l'Ukraine en 2022 à Paris 2024

Partout dans le monde, le sport est devenu un instrument d'affirmation internationale et de cohésion interne. En cela, il est un instrument éminemment politique et géopolitique. La guerre d'Ukraine éclaire cette dimension politique que Paris devrait prendre en compte pour les Jeux de 2024.

En 2022, le sport est plus que jamais indissociable des relations internationales. Il contribue à l'affirmation de la puissance. Il cristallise les rivalités entre États. Il y participe. Il en révèle les enjeux. Le sport est géopolitique. De l'Ukraine au Qatar, de la Chine à Los Angeles 2028, il s'impose comme incontournable pour comprendre le monde.

L'avant-scène des relations internationales

Que l'on songe à la relance des Jeux olympiques (JO) par le baron de Coubertin, à l'utilisation des Coupes du monde par le fascisme italien, à l'Argentine de Videla ou au boycott diplomatique des Jeux de Pékin 2022 : le sport est consubstantiellement politique. Il n'échappe ni aux intérêts nationaux ni aux rapports de puissance. Quelle que soit la période, il s'impose comme ou-

til, enjeu et reflet des relations internationales. L'historien Pierre Milza ne disait pas autre chose en 1984 : « Phénomène de masse, étendu de nos jours à l'ensemble de la planète, traversé par toutes les idéologies du siècle, indicateur de la puissance et du déclin des nations, tantôt révélateur, tantôt manipulateur du sentiment public, substitut de la guerre et instrument de la diplomatie, le sport est au centre de la vie internationale. Mais c'est aussi une composante, un reflet de la vie internationale et un moyen de la politique étrangère. »

Ce qui valait hier vaut plus encore en 2022. « Terrain privilégié de la géopolitique contemporaine, le sport est l'avant-scène des relations internationales et son baromètre¹. » Il est le premier secteur à avoir réagi et mobilisé l'ensemble de ses acteurs pour sanctionner la Russie poutinienne. De l'exclusion des athlètes russes à l'annulation des compétitions sur le sol russe en passant par les ruptures de contrat de *sponsoring* de Gazprom auprès du club allemand FC-Schalke 04 et de l'Union of European Football Associations (UEFA), toute la palette de sanctions a été employée.

Pris « dans le filet des idéologies, aussi bien dans les dictatures que dans les pays de démocratie libérale² », le sport est devenu le lieu de la mise en scène de la puissance, et de la mise en compétition des États pour le leadership mondial. Le nouvel ordre du monde se traduit dans et par le sport. Hamad ben Khalifa al-Thani, ancien émir du Qatar et père de Tamim ben Hamad al-Thani, ne disait-il pas qu'il « est plus important d'être reconnu au Comité international olympique qu'à l'Organisation des Nations unies » ?

Cette géopolitisation du sport concerne tout le monde. Le gain d'une médaille, le fait de participer à un grand événement sportif international ou de l'organiser dépassent le cadre du stade. « Toute l'évolution des relations internationales se lit en filigrane dans l'histoire des compétitions sportives, importantes ou anodines³. » Le sport est devenu une « affaire d'État et de civilisation » au point que « le monde se divise désormais en deux catégories : les sportocraties⁴ et les sportocraties. Elles s'affrontent et s'opposent sur tous les terrains en cherchant à valider et à imposer par le sport la prégnance de leur modèle aux yeux du monde. » Pour autant, l'approche géopolitique du

sport reste mésestimée, souvent négligée, et sa prise en compte est récente, notamment en France.

Le temps de l'influence et de la puissance

Diplomatie publique, participation au *soft power*, construction d'un *sport power* ou contribution à la géopolitique de l'*entertainment*, les stratégies usant du sport sont aussi nombreuses que complexes. Si elles donnent des résultats, c'est parce qu'elles couvrent tout l'éventail des formes de puissance.

Dans la compétition internationale, le sport ne se limite pas à la seule puissance douce comme on le lit trop souvent. C'est d'abord un révélateur et un étalon de la puissance dure et traditionnelle. Sans puissance démographique et économique, il est difficile de détecter et de former une jeunesse capable d'affronter le monde. Sans puissance scientifique et stabilité politique, il est encore plus ardu de performer et de gagner. Accueillir les grands événements sportifs internationaux démontre aussi un rapport de puissance et une capacité à peser diplomatiquement dans les instances sportives et sur la scène internationale.

Les États-Unis illustrent tout cela à merveille. La première puissance sportive mondiale organisera la Coupe du monde 2026 de football, les JO d'été de 2028 et la Coupe du monde de rugby en 2031. Même si elle n'est pas vérifiée partout (Inde), la corrélation entre puissance géopolitique, développement et puissance sportive est une réalité : l'Afrique reste le continent oublié du sport international avec une seule Coupe du monde et aucune olympiade en 125 ans.

Le sport possède un autre atout : il est au cœur de la « puissance de l'imaginaire ». Il s'impose comme moyen de la puissance douce et feutrée des États. Des Jeux d'été de 2008 aux Jeux d'hiver 2022, la Chine ne s'y est pas trompée. La deuxième puissance sportive des JO de Tokyo 2020 se sert du sport pour accompagner son émergence, son affirmation géopolitique et son aspiration à une puissance globale incontestable. Au cœur du « rêve chinois » de Xi Jinping, et dans la perspective d'un leadership mondial à l'horizon 2049,

le sport est l'un des éléments d'un *soft power* chinois qui peine encore à s'élaborer⁵.

Nombre d'États se sont aujourd'hui emparés du sport pour exister, se faire connaître, reconnaître, ou imposer un récit conforme à leurs intérêts. De Bahreïn au Rwanda en passant par Israël, le Maroc ou le Bénin, ces politiques de visibilité, d'attractivité et de rayonnement par le sport sont devenues la norme. L'imaginaire qu'il véhicule et contribue à bâtir fait sa force. Le sport est « une arme de diffusion massive ».

Le Qatar l'a compris il y a longtemps. La Coupe du monde 2022 parachève une stratégie de puissance sportive initiée voici plus de vingt ans. Pour Ahmad Abdulla al-Mulla, ancien directeur de la communication de l'émirat, « le sport est le moyen le plus rapide de délivrer un message et d'assurer la promotion d'un pays ». Il sert la « marque-pays » à merveille. Ses atouts concernant le marketing territorial et le *nation branding* (Simon Anholt) ne sont plus à démontrer.

L'usage géopolitique du sport permet de maîtriser à son profit les grands récits, comme le montre l'Arabie Saoudite de Mohammed ben Salman depuis cinq ans. Avec une telle stratégie et un narratif maîtrisé (*country telling*), les sujets fâcheux sont évités (droits des minorités et des femmes, répression des opposants...). L'usage du sport aide à modeler le réel et facilite la construction d'une image plus séduisante, pour attirer investisseurs, touristes, firmes mondiales et personnels qualifiés. Le sport participe en cela à la projection de la puissance douce. Avec un corollaire hélas fréquent, le *sport washing* : l'utilisation du sport pour détourner les regards de la réalité ou la dissimuler.

Les États affirment par le sport ce qu'ils sont et l'image qu'ils entendent renvoyer. À l'extérieur mais aussi à l'intérieur. En cela, le sport constitue aussi un enjeu de pouvoir local. Il contribue au *nation building*, à la capacité d'un État à construire un sentiment de fierté et d'appartenance à une communauté nationale, réelle ou fantasmée. Une telle stratégie contribue à l'unité et à la cohésion nationales mais pas seulement. Dans le golfe Persique et au Qatar notamment, l'effort de *nation building* par le sport contribue au maintien de la dynastie al-Thani. Vecteur d'identification nationale et de soutien au pou-

voir local, le sport devient un atout politique précieux, notamment dans des États récents.

Le « piège de Coubertin⁶ »

Le sport s'est construit sur un mythe, celui de l'apolitisme, sur l'idée qu'en échappant aux vicissitudes des relations internationales il s'autonomisait et gagnait en indépendance. L'histoire nous a montré que c'était faux mais le mythe perdure.

La géopolitisation actuelle du sport soulève un problème majeur : l'apolitisme de façade ne tient plus. Il a volé en éclats à mesure que la Russie envahissait son voisin, obligeant le milieu sportif à prendre position et à sanctionner le sport russe et biélorusse comme jamais depuis la Seconde Guerre mondiale et la guerre en ex-Yougoslavie. Tout en appelant à donner une « chance à la paix », Thomas Bach, le président du Comité international olympique, reconnaît que « l'invasion marque un tournant dans l'histoire de l'humanité et crée également des défis sans précédent pour le Mouvement olympique ». Avec la guerre en Ukraine, la gouvernance du sport connaît une rupture historique : les instances du sport doivent se repenser, en assumant leur rôle géopolitique. Au risque du dilemme. C'est le « piège de Coubertin », cette contradiction originelle entre la volonté de faire la paix par le sport en l'apolitisant, et son usage caché comme instrument de puissance.

Faudra-t-il en revenir à la situation antérieure, et à un apolitisme de confort après la guerre ? Ou doit-on, au contraire, en profiter pour conditionner le sport au respect de critères éthiques et environnementaux exigeants ? En d'autres termes, doit-on refonder la gouvernance du sport ou continuer à regarder ailleurs ? Les Jeux de Paris 2024 constituent le bon horizon de réponse.

Paris 2024 : une opportunité

Pier Paolo Pasolini avait raison : « Le sport est un phénomène de civilisation tellement important qu'il ne devrait être ni ignoré ni négligé par la classe di-

rigeante et les intellectuels. » Du fiasco de la dernière finale de la Ligue des Champions à Saint-Denis jusqu'à Paris 2024, tout nous montre qu'il reste beaucoup à faire.

Paris 2024 sonne comme une opportunité géopolitique pour la France. Une prise de conscience nationale reste pourtant nécessaire. Dans notre politique étrangère et le narratif que l'État offre au monde et aux Français, le sport doit avoir un rôle moteur, animé par un engagement de tous les acteurs. Ce n'est pas encore le cas, en dépit d'avancées notables.

Le sport doit être considéré comme un levier au service d'une politique nationale, et non simplement comme un divertissement ou un secteur économique. Ignorer la capacité du sport à jouer sur notre poids mondial et nos représentations à l'étranger, c'est ne pas comprendre la manière dont fonctionne le monde. En 2024, les JO de Paris concentreront tous les regards sur notre pays. C'est une chance historique. *Le sport power* à la française doit devenir une réalité et un quotidien, pas une incantation. Au regard de sa géopolitisation, le sport doit être pensé en France comme un secteur stratégique à investir, défendre et développer. Il ne faut pas voir le sport tel qu'on voudrait qu'il soit, mais tel qu'il est. La géopolitique du sport est une réalité. Ne pas la penser et la maîtriser, c'est la subir sans en profiter.

J.-B. G.

Pour en savoir plus

- L. Aubin et J.-B. Guégan, *Atlas géopolitique du sport*, Paris, Autrement, 2022 [à paraître].
- J.-P. Augustin et P. Gillon, *Les Jeux du monde. Géopolitique de la flamme olympique*, Paris, Armand Colin, 2021.
- J.-B. Guégan, *Géopolitique du sport. Une autre explication du monde*, Paris, Bréal, 2022 [2^e édition].