



ÉCONOMIE

# Comment la Fifa est devenue une mac

Depuis sa naissance, la Fédération internationale de football n'a cessé de croître financièrement. Pour le cycle 2023-2026, qui va se terminer avec la Coupe du monde, elle table sur 13 milliards de dollars de revenus.

ETIENNE PAIROUX

**M**ai 1904, rue Saint-Honoré. Dans un petit appartement parisien, quelques représentants de sept fédérations européennes de football, dont la Belgique, fondent la Fédération internationale de football association (Fifa). Cinq ans plus tard, l'Afrique du Sud devient la première association non européenne à rejoindre l'organisation, avant l'Argentine et le Chili en 1912. Aujourd'hui, la Fifa compte 211 associations membres, soit davantage que les 193 Etats représentés à l'Organisation des nations unies (ONU). Une illustration de l'influence mondiale acquise par l'instance du football en un peu plus d'un siècle.

En 122 ans d'existence, la Fifa n'a cessé de se développer au rythme d'événements qui ont façonné son expansion. La création de la Coupe du monde, dont la première édition se tient en 1930, marque un tournant fondateur. Historiquement, les revenus de la Fifa provenaient essentiellement de la billetterie. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, celle-ci constituait sa principale ressource : « Puis la télévision est entrée dans les foyers et a totalement bouleversé le modèle économique du football », souligne Luc Arrondel, professeur associé à l'École d'économie de Paris. Et c'est le Mondial disputé en Suisse en 1954 qui sera le premier à être partiellement retransmis à la TV.

Mais c'est véritablement sous la pré-

sidence de Joao Havelange, arrivé en 1974, que la Fifa entre dans une nouvelle ère financière en accélérant la commercialisation du foot. Aidé par Joseph Blatter - qui lui succédera en 1998 -, le dirigeant brésilien professionnalisait et diversifiait les revenus : explosion des droits télévisés, multiplication des contrats de sponsoring, développement du marketing et de la publicité. Le Mondial 1994 aux Etats-Unis confirme cette mutation : la compétition détient toujours le record d'affluence cumulée avec plus de 3,5 millions de spectateurs.

« Mais le véritable saut économique intervient lors de la Coupe du monde 2002 organisée conjointement par le Japon et la Corée du Sud », enchaîne Luc Arrondel. « Le budget de la compétition est multiplié par cinq grâce à l'explosion des droits TV et des revenus commerciaux. A partir de ce moment-là, la croissance devient continue. »

## La première Coupe du monde a déjà rapporté de l'argent

Au fil des décennies, la Fifa s'est donc mue en une véritable machine financière. Une évolution qui s'est accompagnée de nombreuses critiques concernant sa gouvernance. Un exemple ? Le programme Fifa Forward lancé en 2016. Présenté par l'instance comme son « initiative phare », il vise à financer « des initiatives innovantes au niveau du football de base, à favoriser le développement du football féminin et



à renforcer les structures de gouvernance ».

Dans un premier bilan publié en 2023, la Fifa détaillait la répartition de 2,79 milliards de dollars d'aides : 20 % pour les confédérations continentales et 80 % pour les associations nationales. Certains projets apparaissaient clairement identifiés - rénovation d'infrastructures, programmes de forma-

tion d'entraîneurs, soutien au football féminin - mais d'autres soulevaient davantage d'interrogations. Dans plusieurs cas, l'utilisation concrète de fonds pouvant atteindre 10 millions de dollars (8,61 millions d'euros) demeurait floue. Depuis lors, les rapports annuels de la Fifa mettent moins en avant les « retombées » particulières du programme et privilégient quelques

## en Amérique Les chiffres fous de la Coupe du monde

BERNARD PADOAN

C'est une habitude désormais bien ancrée : chaque édition de la Coupe du monde masculine de football se doit d'être « plus » que la précédente : plus grosse, plus spectaculaire, plus chère... La compétition 2026 échappe d'autant moins à la règle qu'elle se déroule en grande partie aux Etats-Unis, pays dont le président Donald Trump est au moins aussi friand de superlatifs que son désormais « meilleur » ami Gianni Infantino, le patron de la Fédération internationale de football (Fifa).

16

La Fifa a signé des accords de partenariats mondiaux avec seize entreprises. Il y a d'abord huit partenaires bénéficiant des droits pour l'ensemble des compétitions organisées par la Fi-

fa. Il s'agit de l'allemand Adidas - qui fournit les ballons officiels de la Coupe du monde depuis 1970 -, du pétrolier saoudien Aramco, de Coca-Cola - qui est partenaire de la Fifa depuis 1978 -, du constructeur automobile coréen Hyundai/Kia, du fabricant d'ordinateurs chinois Lenovo, de la compagnie aérienne Qatar Airways, du géant américain du paiement Visa et du site de paris émirati ADI Predicstreet. Pour faire partie de ce cercle très fermé, il faut déboursier entre 100 et 150 millions de dollars en moyenne (entre 85 et 130 millions d'euros) pour un cycle de quatre ans. Huit groupes sont par ailleurs sponsors officiels de la Coupe du monde : le brasseur belge-brésilien AB InBev (Budweiser), le groupe financier Bank of America, le géant agroalimentaire américain Frito-Lay (chips Lay's), le fabricant d'électronique chinois Hisense, le groupe de

restauration rapide américain McDonald's, le fabricant de produits laitiers chinois Mengniu Dairy, le groupe britannique de produits de soin et d'hygiène Unileverer (Dove) et le groupe américain de télécoms Verizon.

871

A la fin du mois d'avril dernier, sous la pression des fédérations nationales, la Fifa a revu à la hausse le « prize money » de la Coupe du monde : elle distribuera 871 millions de dollars (750 millions d'euros) aux 48 nations participantes. Chacune est assurée de recevoir 2,5 millions de dollars (2,2 millions d'euros) de prime de « préparation » et 10 millions de dollars (8,6 millions d'euros) de prime de « participation ». Les équipes qui se qualifient pour les seizièmes de finale recevront 2 millions de dollars (1,7 million d'euros) en plus, puis 4 mil-

lions (3,5 millions d'euros) pour les huitièmes et 4 millions pour les quarts. Pour les équipes du « carré final », le perdant de la petite finale recevra 8 millions de dollars (7 millions d'euros) et le gagnant 10 millions. Le perdant de la finale empochera 14 millions de dollars (12 millions d'euros) et le champion du monde repartira avec 31 millions de dollars supplémentaires (27 millions d'euros). Au total, la nation qui remporte le tournoi récoltera donc un total de 53,5 millions de dollars.

17

Disputée dans trois pays et sur quatre fuseaux horaires, la Coupe du monde affiche un nombre record d'horaires de début de match différents : 17 ! Il y aura des matchs à 18 h 00, 19 h 00, 20 h 00, 21 h 00, 22 h 00, 22 h 30, 23 h 00, 00 h 00, 01 h 00, 01 h 30, 02 h 00, 02 h 30, 03 h 00, 03 h 30,

**16**  
partenaires  
mondiaux



8 partenaires mondiaux principaux.  
8 sponsors officiels de la compétition.

**871**  
millions \$  
de prize  
money total



Chaque équipe participante est assurée de recevoir une part.  
Le champion repartira avec 53,5 millions \$.

**17**  
horaires  
différents



Des coups d'envoi répartis sur 17 horaires dans 3 pays sur 4 fuseaux horaires.

**500**  
millions  
de demandes  
de billets



500 millions de demandes, selon la Fifa, pour seulement 7 millions de billets disponibles.