

ÉCONOMIE

LE « GRAND BOND EN AVANT » DU FOOTBALL CHINOIS

Le football chinois est en plein boom économique. Il se heurte toutefois à de lourds déséquilibres financiers et à une pénurie de joueurs locaux...



AUTEUR Matthieu Llorca
TITRE Maître de conférences en économie à l'université de Bourgogne Franche-Comté, Laboratoire d'économie de Dijon (LEDi)

AUTEUR Zhaoyu Gao
TITRE Docteur en sciences du sport, université de Lausanne



AUTEUR Emmanuel Bayle
TITRE Professeur à l'Institut des sciences du sport, université de Lausanne (ISSUL)

La Chine connaît cette dernière décennie une accélération du développement de l'industrie du sport (Liu, Zhang et Desbordes, 2017)¹. Le football n'échappe pas à ce boom, que ce

soit sur le plan domestique ou à l'international. D'une part les clubs les plus riches de la Super Ligue chinoise (SLC) attirent les grands noms au prix de salaires et de dépenses très élevés. D'autre part on assiste à des investissements chinois massifs à l'étranger, notamment dans le football européen, comme par exemple avec, en avril 2017, la vente du Milan AC à un consortium chinois pour 740 millions euros, ce qui représente le plus gros investissement chinois dans un club européen.

Ce « Grand Bond » constitue ainsi une nouvelle étape de développement du football chinois, qui succède aux trois précédentes qu'il est possible d'identifier.

LES QUATRE ÉTAPES DE DÉVELOPPEMENT DU FOOTBALL CHINOIS

La première phase (1949-1992) correspond à la centralisation, à la planification de l'économie chinoise. L'État joue un rôle fondamental dans le sport et le développement du football, à travers des commissions sportives (agences d'État de sport) au niveau national et local. Elles sont responsables à la fois des sports d'élite et du développement des sports de masse, incluant la construction de stades et la formation des personnels. Le sport est alors au service de l'intérêt public et non du monde des affaires. La Chine participe à ses premiers Jeux olympiques d'hiver et d'été respectivement en 1980 et 1984. Quant au football chinois, il se caractérise à

cette époque par l'absence de transferts de joueurs et de revenus en provenance des compétitions sportives. La structure du football chinois est hiérarchisée avec, au sommet, le ministère ●●●

1. D. Liu, J. Zhang et M. Desbordes, « Sport business in China : current state and prospect », *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2017, vol. 18, issue 1, 2-10.

●●● des Sports et, à un échelon inférieur, l'Association de football chinois et des équipes des différentes provinces. Les sportifs chinois qui jouent dans ces dernières disposent alors d'un emploi à vie et sont affectés après leur carrière sportive dans les commissions de sport, à différents niveaux.

La seconde étape (1992-2004) correspond au passage de la Chine à une économie de marché. Le football chinois devient alors plus autonome et moins dépendant de l'État. Prenant exemple sur le football européen, la réforme du football chinois de 1994 établit le professionnalisme, introduit un système de transferts des joueurs et crée les clubs (sur la base des anciennes équipes des provinces). Du point de vue financier, l'Association de football chinois (AFC) met en place en 1993 une agence de développement marketing de la ligue de football chinois, qu'elle contrôle directement. Il en résulte un accroissement de ses ressources, que ce soit au niveau du contrat de sponsoring de la ligue professionnelle, des recettes en provenance de la billetterie ou du groupe média IMG. Ce dernier détient en effet les droits de développement économique de la Jia A (la division 1 chinoise) de 1994 à 1998, avec un contrat de 1,2 million de dollars la première année augmenté de 20 % par an, à comparer aux 100 000 dollars par an

distribués chaque année par le ministère des Sports à l'Association de football chinois avant 1994 (Wu, 1999²). Dans ces conditions, l'AFC devient ainsi la seule association sportive en Chine à être quasiment autofinancée et n'ayant pas à compter sur le soutien de l'État (Fan *et al.*, 2005³). Ces ressources financières sont utilisées par l'AFC pour promouvoir le football au niveau de l'élite et des amateurs, à travers, par exemple, la construction de terrains et d'académies de football. Les clubs professionnels chinois, quant à eux, restent fortement dépendants de leurs principaux actionnaires ou investisseurs. Les autres ressources (recettes publicitaires, billetterie, merchandising, transferts de joueurs) ne constituent qu'une faible part des recettes du club (Zhang *et al.*, 2006⁴). Toutefois, à la fin des années 1990 et au début de la décennie 2000, les effets négatifs du système du football professionnel deviennent de plus en plus évidents.

La troisième phase (2004-2012) voit la naissance et le développement de la Super Ligue chinoise (SLC). En effet, dès octobre 2004, les sept plus grands clubs de la SLC ont lancé la « réforme G7 du football » pour organiser une nouvelle « super ligue » et contrôler les droits commerciaux et de propriété. Après une année de transition, cette super ligue voit le jour le 24 octobre 2005. L'AFC est propriétaire des droits de la SLC à hauteur de 36 % des parts, tandis que chacun des seize clubs qui la composent en détient 4 %, soit un total de 64 %. Au final, l'AFC partage ainsi les ressources et le pouvoir commercial de la SLC avec les clubs. En outre, les acteurs non publics sont devenus beaucoup plus importants. Toutefois, l'introduction du nouveau système de ligue professionnelle en 2004 n'a pas créé de changements structurels de l'AFC, comme c'était attendu, puisque son organe directeur est resté sous l'étroite supervision du ministère des Sports. La ligue de football professionnelle chinoise sera réformée en février 2012. Du point de vue financier, on observe un net accroissement des recettes totales de la SLC, qui passent de 7,85 millions de dollars en 2004 à environ 19 millions de dollars en 2012, avant d'accélérer fortement en 2013 et 2014 pour atteindre respectivement 61 et 71,6 millions de dollars (Gao, 2016⁵). Une progression qui permet à la SLC de dégager un profit de 19,7 millions de dollars en 2013 et de 44 millions de dollars en 2014.

AVEC **425**
MILLIONS D'EUROS
DÉPENSÉS
EN TRANSFERTS

La Super Ligue chinoise était, en 2016, la cinquième ligue la plus dépensière en achats de joueurs étrangers, derrière la Premier League, la Bundesliga, la Liga et le Calcio, mais devant la Ligue 1, sixième.



© Nikolai Sokolov

2. S. Wu, *The History of Sport in the People's Republic of China (1949-1998)*, China Book Publishing House, Beijing, 1999.

3. H. Fan *et al.*, « Beijing ambitions: An analysis of the Chinese elite sports

system and its Olympic strategy for the 2008 Olympic Games », *The International Journal of the History of Sport*, 2005, vol. 22, n° 4, p. 510-529.

4. X. Zhang *et al.*, « Study on Chinese professional football clubs » [in chinese],

Journal of Beijing Sport University, 2006, vol. 29, n° 4, p. 457-459.

5. Z. Gao, « L'autonomisation des organisations non gouvernementales chinoises : le cas du système de gestion du football professionnel »,

thèse de doctorat en sciences du sport, université de Lausanne, juill. 2017.

L'ESSENTIEL

■ Le modèle économique du football chinois a considérablement évolué au cours des trois dernières décennies, avec un récent décollage initié par l'État et les conglomérats chinois.

■ Les clubs chinois dépensent des montants records en transferts, salaires et prises de participations dans les clubs européens.

■ Les récentes réglementations des transferts et du nombre de joueurs étrangers dans la Super Ligue chinoise visent à favoriser l'émergence de joueurs locaux.

Du point de vue des clubs professionnels, lors de la saison 2014, le revenu total des seize clubs de la SLC atteint 325 millions de dollars, avec sept clubs⁶ dont le revenu total est supérieur à 16,3 millions de dollars. Toutefois, durant la saison 2014, les clubs de SLC restaient dans leur ensemble encore en déficit (35,8 millions de dollars), seuls cinq clubs (Guangzhou Evergrande, Guangzhou R & F, Guizhou Renhe, Shanghai SIPG et Shanghai Shenxin) ayant dégagé des profits. La plus grande partie des dépenses concerne le paiement des salaires et des joueurs, alors que les clubs restent fortement dépendants financièrement de leurs actionnaires ou investisseurs, à savoir de grandes entreprises chinoises privées présentes dans les secteurs de l'immobilier comme Evergrande, Greenland ou Fortune, dans l'électroménager avec Suning ou bien encore l'e-commerce avec Alibaba.

La dernière étape (depuis 2014) correspond au boom du football en Chine, initié par deux parties prenantes : l'État et les puissants conglomérats chinois.

Ainsi, suite au plan général de réforme et de développement du football chinois de 2014-2015, l'État chinois et, en particulier, son président Xi Jinping, fan de football, constituent un soutien de premier plan dans cette dernière étape de développement du football chinois, avec une stratégie en trois temps :

- à court terme, le développement de la SLC et des infrastructures sportives (stades, académies et écoles de football) ;
- à moyen terme, le développement des joueurs de talent chinois ;
- à long terme (2030 et après), l'organisation de la Coupe du monde de football (certainement pour l'édition de 2030) et le désir de la remporter (à l'horizon 2050).

Objectif annoncé du Premier ministre : que l'industrie du sport domestique pèse pour 850 millions de dollars dans l'économie chinoise, soit 1 % du PIB, d'ici à 2025⁷.

Aux côtés de l'État, le développement du football chinois repose sur les riches conglomérats chinois tels que Alibaba (géant du commerce en ligne) et Dalian Wanda (présent dans le cinéma, le tourisme et l'hôtellerie)⁸, qui investissent dans le football domestique et étranger afin d'obtenir en retour des intérêts politiques (le soutien de Xi Jinping et la possibilité de bénéficier de crédits d'impôts de la part de l'État) et financiers (en diversifiant leurs activités).

CARACTÉRISTIQUES DU BOOM DU FOOTBALL CHINOIS

Le récent décollage du football chinois s'observe à travers quatre indicateurs.

Une forte croissance des dépenses de transferts et des salaires, que ce soit pour les coaches ou les joueurs étrangers, notamment les Sud-Américains qui sont les plus représentés avec vingt-huit joueurs lors de la saison 2016 de la SLC. En effet, avec 425 millions d'euros dépensés en transferts, la SLC était, en 2016, la cinquième ligue la plus dépensière en achats de joueurs étrangers, derrière la Premier League, la Bundesliga, la Liga et le Calcio, mais devant la Ligue 1, sixième ; elle n'était qu'en vingtième position dans ce classement en 2013. Le montant record pour un transfert en SLC est détenu par le joueur brésilien Oscar, vendu 60 millions d'euros par Chelsea à Shanghai SIPG. En outre, l'Argentin Tevez reçoit à Shanghai Shenhua un des salaires les plus élevés au monde (hors contrats de sponsoring), avec 38 millions d'euros par an (soit 104 000 euros par jour).

Des droits TV domestiques et à l'étranger en hausse. Ainsi, sur la période 2015-2020, l'entreprise publique China Media Capital a acquis les droits TV de la SLC pour 1,25 milliard de dollars, soit 250 millions de dollars par an (à titre de comparaison, les droits TV pour la Major League Soccer aux États-Unis s'élèvent à 75 millions de dollars). Du côté des droits TV à l'étranger, la Chine est devenue le marché international le plus lucratif pour la Premier League, avec 660 millions d'euros déboursés par le diffuseur chinois PPTV sur la période 2012-2019 (soit un montant multiplié par douze par rapport au précédent contrat, acquis par Super Sports Media Group).

Un accroissement des affluences et des montants records de sponsoring pour la SLC. Les affluences moyennes sont passées de 17 651 spectateurs en 2011 à 24 159 en 2016, soit une croissance de près de 37 % pour l'ensemble de la ligue, et 44 883 spectateurs d'affluence moyenne en 2016 pour le club Guangzhou Evergrande.

Des prises de participations chinoises dans les clubs de football européens⁹ en Angleterre, Espagne, Italie, France, aux Pays-Bas et même en République tchèque, accords « gagnant-gagnant » ●●●

6. Il s'agit de Guangzhou Evergrande, Shandong Luneng, Guangzhou R & F, Shanghai Greenland Shenhua, Guizhou Renhe, Beijing Guoan et Shanghai SIPG.
7. Source : www.tdg.ch/sports/football/chine-foot-tete/story/24500386?track.

8. On peut citer également le groupe Evergrande, entreprise de construction et dans l'immobilier ; Suning Commerce Group, dans le commerce ; CITIC, entreprise publique d'investissement ; sans oublier les autres géants du Net

chinois qui n'hésiteront pas à investir prochainement dans la SLC, tels que Baidu, Tencent ou bien encore Xiaomi.

9. Une ligue fait toutefois exception à cette vague d'acquisitions chinoises de clubs européens : la Bundesliga,

en raison de la règle 50 + 1, assurant que les membres du club conservent la majorité des droits de vote.

●●● pour les deux partenaires (voir doc. 1). Du côté chinois, de tels investissements visent la même stratégie que la vague chinoise d'investissements directs étrangers dans les entreprises européennes, à savoir acquérir les actifs, les techniques d'entraînement du football de haut niveau et se familiariser avec la culture du football européen. Du côté des équipes européennes, l'entrée d'entreprises chinoises à leur capital se traduit par un accès au marché chinois, et donc des bénéfices supplémentaires d'un point de vue financier et marketing (accroissement du nombre de fans et des ventes de produits merchandising du club).

Ce récent boom du football chinois est toutefois limité sur deux points. D'une part, les clubs de SLC accumulent des déséquilibres financiers, ce qui pose un problème de soutenabilité financière à long terme du football chinois, alors que, dans le même temps, la SLC doit recruter des stars pour devenir une ligue attractive sportivement et économiquement. D'autre part, les joueurs locaux peinent à percer. L'équipe nationale masculine n'apparaît, en effet, qu'au soixante-dix-septième rang du classement mondial

masculin en août 2017 (alors qu'en revanche l'équipe féminine atteint la treizième position dans le monde).

RÉCENTES RÉGLEMENTATIONS INTRODUITES DANS LA SUPER LIGUE CHINOISE

En réaction aux dépenses somptuaires des clubs chinois affectées aux transferts et aux salaires des joueurs ainsi qu'aux faibles performances des joueurs locaux, l'AFC a introduit, en janvier 2017, dix-huit nouvelles règles gouvernant la SLC. On peut notamment signaler deux mesures visant à faire émerger des joueurs locaux : la réduction du nombre de joueurs étrangers autorisés sur le terrain (trois au lieu de quatre) et l'obligation de titulariser autant de joueurs chinois de moins de 23 ans que de joueurs étrangers.

En outre, depuis mai 2017, l'AFC a décidé de réglementer les transferts pour limiter les dérives financières sur le mercato. Cette règle consiste à majorer les indemnités de transferts internationaux effectués par les clubs chinois (des deux premières divisions) :

- pour un transfert international de moins de six millions d'euros, l'équivalent du montant dépensé sera également investi dans le centre de formation du club ;

- au-delà de six millions d'euros, la somme dépensée devra être également investie dans un fonds d'État pour le développement du football chinois.

Autrement dit, grâce à cette règle, une dépense de transfert très élevée donnera donc lieu également à un investissement dans la formation locale des joueurs.

Enfin, pour lutter contre la fuite des capitaux, le gouvernement central a décidé (avis du Conseil d'État du 19 août 2017) de bloquer les investissements à l'étranger dans de nombreux secteurs d'activité (tourisme, immobilier, loisirs et clubs de sport), ce qui freinera, par conséquent, les futurs investissements chinois réalisés dans le football européen.

Les dernières mesures introduites par l'AFC et l'État révèlent bien la faiblesse de la régulation du récent boom du football chinois, à la manière d'une bulle spéculative. La volonté est désormais de recentrer le développement de ce sport sur des objectifs de moyen terme, à savoir la formation de talents locaux pour améliorer les performances de l'équipe nationale. ■

Doc. 1
PRISES DE PARTICIPATIONS CHINOISES DANS LES CLUBS DE FOOTBALL EUROPÉENS LES PLUS PRESTIGIEUX

Clubs	Actionnaires chinois année d'investiss ¹ , parts détenues
Atlético de Madrid (Espagne)	Groupe Dalian Wanda 2015, 20 %
Espanyol Barcelone (Espagne)	Groupe Rastar 2015, 80 %
Aston Villa FC (Angleterre)	Tony Xia 2016
Liverpool FC (Angleterre)	China Everbright 2016, 800 millions
Manchester City FC (Angleterre)	China Media Capital 2016, 13 %
AC Milan (Italie)	Sino-Europe Sports 2017, 99 %
Inter Milan (Italie)	Suning 2016, 70 %
Olympique lyonnais (France)	IDG Capital Partners 2016, 20 %
OGC Nice (France)	Chien Lee (NewCity Capital) et Alex Zheng (Groupe Plateno) 2016, 80 %