

## Diplomatie sportive, image nationale et développement économique : cadres théoriques et controverses contemporaines

Sports Diplomacy, National Image and Economic Development: Theoretical Frameworks and Contemporary Debates.

Auteur 1 : EL HANCHE Ghita..

Auteur 2 : Pr.Tahar EL QOUR ..

**EL HANCHE Ghita** (Doctorante)

Université Paris Nanterre / Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger / Université Abdelmalek Essaidi

Laboratoire de recherche gouvernance et organisation des territoires (LARGOT)

**Pr.Tahar EL QOUR** (Enseignant Chercheur.)

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger /Université Abdelmalek Essaidi

Laboratoire de recherche gouvernance et organisation des territoires (LARGOT)

**Déclaration de divulgation** : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

**Conflit d'intérêts** : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

**Pour citer cet article** : EL HANCHE .Gh & EL QOUR .T (2026) « Diplomatie sportive, image nationale et développement économique : cadres théoriques et controverses contemporaines », African Scientific Journal « Volume 03, Num 34 » pp: 1404 – 1440.



DOI : 10.5281/zenodo.18826291  
Copyright © 2026 – ASJ



**Résumé :** Cet article propose une revue critique de la littérature consacrée aux usages du sport comme instrument de diplomatie publique, de construction de l'image nationale et de projection géoéconomique. En mobilisant les apports théoriques du soft power, du nation branding et de la diplomatie publique, il analyse l'intégration progressive du sport dans les répertoires d'action extérieure des États depuis les années 1990. L'article met en évidence trois dimensions structurantes : (1) le sport comme outil de diplomatie publique et de communication stratégique ; (2) le sport comme vecteur de production et de diffusion de récits nationaux dans l'espace médiatique international ; et (3) les retombées économiques, réelles et perçues, associées aux méga-événements sportifs. À partir d'une revue comparée de cas emblématiques (Qatar, Brésil, Afrique du Sud, Chine), l'analyse souligne les effets ambivalents de la diplomatie sportive, entre gains symboliques, promesses économiques et controverses sociales. L'article situe enfin le cas du Maroc dans ces dynamiques contemporaines, en montrant comment le sport est mobilisé comme instrument stratégique de positionnement international, notamment dans le cadre de sa politique africaine et de sa diplomatie Sud-Sud.

**Mots clés :** diplomatie sportive ; soft power ; image-pays ; nation branding ; méga-événements sportifs ; Maroc

**Abstract :** This article offers a critical review of the literature on the use of sport as a tool for public diplomacy, national image building, and geo-economic projection. Drawing on theoretical contributions from soft power, nation branding, and public diplomacy, it analyzes the gradual integration of sport into states' foreign policy repertoires since the 1990s. The article highlights three key dimensions: (1) sport as a tool for public diplomacy and strategic communication; (2) sport as a vehicle for producing and disseminating national narratives in the international media space; and (3) the real and perceived economic benefits associated with mega sporting events. Based on a comparative review of emblematic cases (Qatar, Brazil, South Africa, China), the analysis highlights the ambivalent effects of sports diplomacy, between symbolic gains, economic promises, and social controversies. Finally, the article situates the case of Morocco within these contemporary dynamics, showing how sport is mobilized as a strategic instrument of international positioning, particularly in the context of its African policy and South-South diplomacy.

**Keywords:** sports diplomacy; soft power; national image; nation branding; mega-sporting events; Morocco

## Introduction

Dans un contexte international marqué par l'intensification des stratégies d'influence symbolique, le sport s'est progressivement imposé comme un instrument central de diplomatie publique, de construction de l'image nationale et de valorisation économique des territoires. Longtemps cantonné au registre du divertissement ou de la compétition, il est désormais pleinement intégré aux répertoires d'action des États en matière de soft power, de nation branding et de diplomatie économique. Cette évolution s'inscrit dans une transformation plus large des modalités contemporaines de la puissance, dans lesquelles la capacité d'attraction, la production de récits et la mise en scène de performances symboliques constituent des ressources stratégiques à part entière dans la compétition internationale. La littérature scientifique met en évidence la montée en puissance du sport comme espace de communication politique indirecte, permettant aux États de projeter des valeurs universelles, de produire du prestige et de consolider leur reconnaissance internationale. Les compétitions sportives internationales, et plus encore les méga-événements, sont devenues des vitrines de modernité, de capacité organisationnelle et de crédibilité institutionnelle, mobilisées tant par les puissances établies que par les États en quête de repositionnement géopolitique. Cette instrumentalisation croissante du sport s'inscrit également dans la reconfiguration de la diplomatie publique à l'ère numérique, marquée par la circulation instantanée des images, la personnalisation des récits nationaux et l'intermédiation croissante des plateformes médiatiques globales. Toutefois, si le sport est fréquemment présenté comme un levier efficace de rayonnement international et d'attractivité territoriale, ses usages diplomatiques et économiques font l'objet de controverses récurrentes. Les promesses associées aux méga-événements sportifs — en termes de croissance touristique, de transformation urbaine, de création d'emplois et de retombées économiques durables — sont régulièrement mises en question par des travaux empiriques soulignant l'écart entre les projections ex ante et les effets observés ex post. Par ailleurs, la médiatisation accrue des enjeux liés aux droits humains, aux coûts sociaux et environnementaux des grands événements, ainsi qu'aux héritages urbains inégalement répartis, contribue à complexifier l'évaluation des bénéfices symboliques et matériels de la diplomatie sportive. Dès lors, le sport apparaît comme un instrument fondamentalement ambivalent : porteur de ressources d'influence et de légitimation, mais également générateur de controverses susceptibles d'en neutraliser les effets attendus.

C'est dans ce contexte analytique que s'inscrit le présent article. Son objectif est d'analyser le sport comme outil de diplomatie publique et de construction de l'influence internationale, en

articulant ses dimensions symboliques, politiques et économiques. Il s'agit plus précisément d'identifier les conditions dans lesquelles les stratégies de diplomatie sportive peuvent produire des effets durables en matière de rayonnement, de légitimation internationale et d'attractivité territoriale, au-delà des effets ponctuels liés à l'organisation de méga-événements. La question de recherche qui structure cette contribution est la suivante : dans quelle mesure et sous quelles conditions le sport constitue-t-il un instrument efficace et durable de diplomatie publique et de construction de l'influence internationale des États ? À partir de cette problématique, l'article formule trois hypothèses. Premièrement, l'efficacité du sport comme instrument de diplomatie publique dépend moins de l'ampleur des événements organisés que de leur inscription dans une stratégie diplomatique cohérente, de long terme, articulée aux politiques culturelles, médiatiques et économiques de l'État. Deuxièmement, les méga-événements sportifs produisent des effets d'image et d'attractivité internationale principalement à court terme, lesquels tendent à s'éroder en l'absence de politiques publiques de valorisation post-événementielle, de dispositifs de gouvernance inclusive et de mécanismes d'appropriation sociale des héritages matériels et immatériels. Troisièmement, les stratégies de diplomatie sportive des puissances émergentes sont particulièrement exposées aux controverses internationales (droits humains, coûts sociaux, soutenabilité environnementale), susceptibles de neutraliser, voire d'inverser, les gains symboliques initialement recherchés sur la scène internationale. Sur le plan méthodologique, la recherche s'appuie sur une revue critique de la littérature internationale relative à la diplomatie sportive, au soft power et aux impacts des méga-événements, complétée par une analyse comparée de trajectoires nationales emblématiques mobilisant le sport comme ressource diplomatique. Ce choix méthodologique permet de croiser des approches théoriques issues des relations internationales, de l'économie politique du sport et des études urbaines, afin de saisir la pluralité des registres d'action et des effets associés aux politiques sportives internationales. L'analyse comparée vise moins à établir des généralisations mécaniques qu'à dégager des configurations-types et des facteurs transversaux de succès ou d'échec des stratégies de diplomatie sportive. L'article est structuré en trois sections. La première section revient sur les principaux cadres théoriques mobilisés pour penser les relations entre sport, diplomatie publique et soft power, en mettant en évidence leurs apports et leurs limites. La deuxième section analyse le sport comme outil de construction de l'image nationale et de production de l'influence symbolique, à travers l'étude des stratégies de mise en récit, de médiatisation et de branding territorial. Enfin, la troisième section propose une lecture comparée de trajectoires nationales emblématiques, afin de dégager des

enseignements transversaux sur les conditions de soutenabilité politique, sociale et symbolique des stratégies de diplomatie sportive.

### **1. Le sport comme levier de diplomatie dans l'histoire des relations internationales**

Le sport, longtemps perçu comme un simple divertissement ou un exercice d'endurance physique, s'est progressivement imposé comme un vecteur structurant de la diplomatie moderne, dépassant largement son rôle compétitif initial. Il représente aujourd'hui un phénomène culturel globalisé, aux ramifications économiques, politiques, identitaires et géopolitiques profondes. Par son universalité, son attractivité médiatique et sa capacité à mobiliser les masses, le sport est devenu une forme de communication symbolique puissante, susceptible de transcender les frontières nationales, linguistiques et idéologiques. Dans le champ des relations internationales, le sport fonctionne comme un langage diplomatique alternatif, mobilisé tantôt pour consolider des alliances, tantôt pour projeter une image de puissance ou de modernité, et parfois même pour réhabiliter une nation sur la scène mondiale après une période d'isolement ou de conflit. Il agit à la fois comme outil de légitimation externe (reconnaissance internationale, attractivité) et interne (cohésion nationale, fierté collective). Cette polyvalence en fait un instrument d'influence indirecte particulièrement prisé dans les contextes contemporains de diplomatie publique et de soft power, où la séduction remplace la coercition (Nye, 2004). L'analyse historique de ce processus révèle une trajectoire évolutive : d'un rôle marginal — cantonné à des événements ponctuels au début du XXe siècle — le sport a glissé vers une centralité croissante dans les stratégies diplomatiques des États, particulièrement à partir de la deuxième moitié du XXe siècle. Ce basculement est lié à plusieurs dynamiques convergentes : la médiatisation mondiale des compétitions sportives, la multiplication des acteurs transnationaux (FIFA, CIO, clubs globaux), mais aussi la montée des enjeux de nation branding dans les politiques de puissance symbolique. Le sport contemporain est ainsi à la croisée de plusieurs logiques : communicationnelle (narration et image), géopolitique (rayonnement, reconnaissance, rivalités régionales) et économique (tourisme, infrastructures, partenariats). Il constitue une plateforme privilégiée d'expression de la souveraineté, mais aussi de renégociation de la place d'un pays dans l'ordre mondial. La diplomatie sportive n'est donc plus un effet secondaire des événements, mais bien une dimension pleinement intégrée des stratégies étatiques de puissance douce, répondant à des objectifs de long terme.

### ***1.1. Origines de la diplomatie sportive : Jeux Olympiques, Guerre froide, diplomatie du ping-pong***

L'histoire de la diplomatie sportive s'enracine dans des événements historiques où le sport, d'abord conçu comme instrument de fraternisation entre nations, s'est transformé en outil stratégique de représentation étatique et d'influence géopolitique. Trois moments fondateurs peuvent être identifiés : la réinvention des Jeux Olympiques modernes, leur instrumentalisation durant la Guerre froide, et l'émergence de la diplomatie du ping-pong comme forme paradigmatique de "soft diplomacy".

#### *a) Les Jeux Olympiques modernes : naissance d'une diplomatie universelle (1896)*

La restauration des Jeux Olympiques modernes en 1896 par Pierre de Coubertin s'inscrit dans une vision humaniste visant à promouvoir la paix par le sport, au-delà des rivalités nationales. Les Jeux sont conçus dès l'origine comme un espace de diplomatie implicite, fondée sur la rencontre pacifique entre nations (Toohey & Veal, 2007). Bien que leur nature apolitique soit théoriquement affirmée, les JO se révèlent très tôt être une scène hautement politique, où les États rivalisent non seulement en performances sportives, mais aussi en termes d'organisation, d'esthétique et de présence symbolique. À travers les cérémonies d'ouverture, les drapeaux, les hymnes et la mise en scène des délégations nationales, les Jeux offrent une tribune internationale sans équivalent pour les pays désireux d'affirmer leur identité ou leur puissance. Déjà lors des JO de Paris (1900) et Londres (1908), les tensions coloniales et impériales s'invitent dans l'arène sportive (Guttmann, 2002).

#### *b) La Guerre froide : sport, propagande et affrontement idéologique*

C'est durant la Guerre froide que la diplomatie sportive entre dans une phase d'instrumentalisation massive. Les États-Unis et l'URSS mobilisent le sport comme champ symbolique de compétition systémique, en complément des affrontements idéologiques, économiques et technologiques. Le sport devient ici un langage diplomatique de substitution, mobilisé à des fins de prestige et d'influence. Les Jeux Olympiques deviennent l'un des principaux terrains de cette rivalité. Le boycott des JO de Moscou (1980) par les États-Unis — en réaction à l'invasion soviétique de l'Afghanistan — puis le boycott des JO de Los Angeles (1984) par l'URSS en retour, illustrent clairement la fonction diplomatique du sport comme prolongement des tensions géopolitiques (Hill, 1996). Le dépassement du simple cadre sportif vers une lutte pour l'hégémonie culturelle est également perceptible dans la volonté des deux

blocs d'exporter leurs modèles sportifs et d'imposer leurs normes organisationnelles aux fédérations internationales. Dans ce contexte, le sport joue également un rôle de soft power intérieur, en renforçant la cohésion idéologique, et un soft power extérieur, en cherchant à séduire des pays non-alignés à travers l'exemplarité des athlètes ou les tournées sportives (Keys, 2010).

*c) La diplomatie du ping-pong : catalyseur du rapprochement sino-américain (1971)*

L'un des épisodes les plus emblématiques de l'usage diplomatique du sport est la fameuse "diplomatie du ping-pong" entre les États-Unis et la République populaire de Chine en 1971. Dans un contexte de rupture diplomatique depuis 1949, les échanges informels entre joueurs lors du Championnat du monde de tennis de table à Nagoya ouvrent la voie à une reprise inédite du dialogue bilatéral. En invitant l'équipe américaine à Pékin, le président Mao Zedong initie un processus diplomatique qui culminera avec la visite officielle de Richard Nixon en Chine en 1972, marquant un tournant stratégique dans l'équilibre mondial (Zhang & Cameron, 2003). La diplomatie du ping-pong constitue un modèle paradigmatique de diplomatie douce, reposant sur la sympathie médiatique, la neutralité symbolique du sport et sa capacité à dédramatiser les conflits. Elle révèle également la montée en puissance du sport comme média diplomatique en soi, en dehors des circuits officiels, mobilisable par des acteurs non traditionnels (joueurs, fédérations, journalistes). Ce modèle inspirera ultérieurement d'autres rapprochements : intercoréens aux Jeux d'hiver 2018, sport-santé-culture dans le cas du Japon, ou sport-identité dans les relations israélo-arabes à travers les clubs de diaspora (Murray, 2018). Ces trois moments fondateurs illustrent comment le sport a migré d'un rôle périphérique à un outil central de la stratégie diplomatique des États. Il agit comme espace de rivalité, outil de prestige, mais aussi catalyseur d'ouverture et de dialogue, en particulier lorsque les circuits diplomatiques classiques sont bloqués. Ce potentiel diplomatique du sport, révélé dans la pratique historique, se systématisera au XXI<sup>e</sup> siècle dans des stratégies plus complexes et globalisées, comme le montre l'émergence de la diplomatie sportive d'État.

***1.2. Transition vers une diplomatie d'influence dans le contexte multipolaire post-1990***

La fin de la Guerre froide a marqué une reconfiguration profonde de l'ordre international, donnant lieu à une mondialisation accélérée des échanges, mais aussi à une diversification des formes de puissance mobilisées par les États. Dans ce nouveau contexte, marqué par l'érosion

de la logique bipolaire et l'émergence d'acteurs géopolitiques non occidentaux, le sport est progressivement devenu un vecteur central de la diplomatie d'influence, mobilisé dans le cadre de stratégies de soft power (Nye, 2004). Contrairement à la diplomatie coercitive ou transactionnelle, cette diplomatie vise à séduire et à façonner les préférences des autres par des moyens culturels, symboliques ou émotionnels, dont le sport constitue l'un des instruments les plus puissants. La montée en puissance du sport comme outil de soft power s'est appuyée sur trois dynamiques structurelles. La première est la médiatisation mondiale des compétitions sportives, renforcée par les progrès technologiques et la diffusion globale des chaînes satellitaires dans les années 1990. Cela a transformé les événements sportifs en arènes de visibilité diplomatique planétaire, donnant aux pays hôtes une opportunité exceptionnelle de projeter une image de compétence, de modernité et de stabilité. Comme l'expliquent Grix et Brannagan (2016), les méga-événements tels que les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde de football sont désormais pensés comme des "leviers stratégiques" permettant aux États de redéfinir leur image internationale et d'accroître leur influence géopolitique. La deuxième dynamique est l'émergence d'un nouveau type d'acteurs dans le champ diplomatique : au-delà des États, ce sont désormais les organisations sportives internationales (comme la FIFA ou le CIO), les clubs mondialisés, les entreprises sponsors et même les athlètes eux-mêmes qui participent à la production du discours diplomatique. Cette pluralité d'acteurs crée ce que Murray (2018) appelle une "diplomatie polycentrique", où la puissance ne se concentre plus uniquement dans les chancelleries mais circule à travers des réseaux transnationaux de communication sportive. Ce phénomène a été amplifié par les réseaux sociaux, qui permettent à des figures sportives — comme Didier Drogba, Cristiano Ronaldo ou Mohamed Salah — de devenir des "ambassadeurs" symboliques capables d'influer sur la perception d'un pays dans le monde. La troisième dynamique est celle du nation branding, entendu comme l'ensemble des dispositifs visant à construire, promouvoir et diffuser une image attractive d'un pays sur la scène internationale (Dinnie, 2008). Le sport y joue un rôle central, à travers la mise en valeur de l'excellence athlétique, l'organisation d'événements d'envergure, ou encore l'exportation de modèles sportifs nationaux. Des pays comme le Qatar, la Chine ou le Brésil ont ainsi investi massivement dans le sport, non seulement pour affirmer leur puissance régionale, mais également pour renverser les stéréotypes négatifs associés à leur identité nationale. Brannagan et Giulianotti (2015) montrent par exemple comment le Qatar a mobilisé la Coupe du Monde 2022 comme instrument de repositionnement géopolitique, dans un effort mêlant sports diplomacy, modernisation infrastructurelle et contournement des accusations de "sportswashing". L'exemple des Jeux Olympiques de Pékin (2008) illustre de manière éclatante

cette nouvelle logique diplomatique. Pour la Chine, l'événement fut l'occasion de démontrer sa capacité organisationnelle, sa puissance technologique et son désir de jouer un rôle central dans la gouvernance mondiale. Comme l'analyse Manzenreiter (2010), les Jeux ont servi à renforcer la légitimité du régime sur le plan international, tout en projetant l'image d'une Chine "responsable", tournée vers la coopération et la paix. Le sport devient ici un canal narratif, permettant de façonner les perceptions extérieures sans discours explicite, en valorisant les symboles, les images et les émotions collectives. Dans le monde occidental également, cette transition vers une diplomatie d'influence se manifeste clairement. Le Royaume-Uni, après les JO de Londres 2012, a promu une image de modernité urbaine, d'inclusion et de durabilité. La France, quant à elle, mobilise les compétitions sportives pour renforcer sa présence en Afrique francophone et son rôle dans les institutions sportives internationales (Black, 2007). La diplomatie sportive devient ainsi un instrument de "compétition narrative" globale, où chaque nation tente d'imposer sa propre vision du monde à travers des événements, des récits et des figures emblématiques. Le tournant multipolaire post-1990 a permis au sport de s'imposer comme un outil de puissance symbolique, s'inscrivant dans des stratégies diplomatiques de plus en plus sophistiquées. Il permet aux États de conjuguer visibilité, légitimité et influence, tout en s'insérant dans une gouvernance globale dominée par les enjeux d'image, de réputation et de narration stratégique.

### ***1.3. Évolution des acteurs diplomatiques : État, ONG, clubs, célébrités sportives***

Historiquement, la diplomatie sportive était l'apanage des États-nations, qui en contrôlaient les manifestations à travers les comités nationaux olympiques, les ministères des affaires étrangères ou les appareils de propagande étatique. Toutefois, avec l'internationalisation croissante du sport et l'expansion des industries sportives à partir des années 1980, les acteurs diplomatiques dans ce champ se sont multipliés, diversifiés et parfois autonomisés par rapport aux logiques étatiques. On assiste ainsi à un processus de décentralisation et de polycentrisme diplomatique, dans lequel des entités non étatiques jouent un rôle croissant dans la gestion de l'image, des relations et du rayonnement international par le sport (Murray, 2012). Les États conservent une position centrale, notamment en matière de planification stratégique, d'organisation des méga-événements et de définition d'une politique de puissance douce articulée autour du sport. Des pays comme la Chine, le Qatar ou la Russie intègrent le sport dans leur appareil diplomatique officiel, à travers des agences spécialisées ou des cellules de diplomatie sportive rattachées aux ministères des affaires étrangères (Brannagan & Giulianotti, 2015). Par exemple, le Qatar a institutionnalisé sa stratégie de sport diplomacy à travers l'Aspire

Zone Foundation et Qatar Sports Investments, qui opèrent comme bras sportifs de sa politique étrangère. De même, la Chine déploie sa diplomatie sportive dans une logique de “going out strategy”, combinant investissements massifs, accueil d’événements, et envoi de coaches ou d’experts en Afrique et en Asie (Zheng, 2020). Cependant, cette diplomatie ne peut plus être considérée comme exclusivement étatique. Les organisations sportives internationales, comme le Comité international olympique (CIO) ou la FIFA, se sont transformées en agents diplomatiques transnationaux. Par leurs règles, leurs dispositifs d’attribution des compétitions, ou encore leurs codes de conduite, ces organisations influencent non seulement la géopolitique sportive, mais aussi la diplomatie officielle entre États (Keys, 2006). Le CIO, par exemple, se considère comme un “acteur de paix mondiale” et mène des initiatives telles que le programme "Olympic Truce", en partenariat avec les Nations unies. Il développe également une diplomatie humanitaire via ses actions post-conflit (ex. en ex-Yougoslavie, au Rwanda ou en Syrie), illustrant ainsi une transversalité croissante entre diplomatie sportive et diplomatie de développement. Les clubs sportifs internationaux sont également devenus des agents de diplomatie symbolique. Les grands clubs de football (ex. FC Barcelone, Manchester City, Paris Saint-Germain) participent à la projection de l’image de leur ville, de leur pays, voire de leurs propriétaires. Le PSG, contrôlé par Qatar Sports Investments, est un outil évident de diplomatie d’influence qatarienne, intégré dans un dispositif global visant à repositionner l’image du pays dans les sphères européenne, médiatique et géoéconomique (Grix & Lee, 2013). Ces clubs opèrent aujourd’hui comme des plateformes de soft power transnational, favorisant les investissements, les partenariats publics-privés, et parfois même la diplomatie économique, notamment à travers leurs tournées à l’étranger ou leurs relations avec les diasporas. Par ailleurs, les ONG sportives jouent un rôle croissant dans les relations internationales, notamment dans les zones post-conflit ou en développement. Des organisations comme Peace and Sport, Right to Play, ou la Fondation Laureus, mobilisent le sport à des fins de reconstruction, d’éducation et de cohésion sociale. Elles participent ainsi à une diplomatie de terrain, souvent complémentaire ou parallèle à celle des États, en s’insérant dans des dispositifs de diplomatie humanitaire ou de coopération Sud-Sud. Comme l’expliquent Hayhurst et al. (2011), ces ONG contribuent à ce que l’on appelle une "sport for development diplomacy", qui renforce les réseaux d’influence tout en améliorant la perception internationale des pays donateurs. Enfin, l’émergence des athlètes en tant qu’agents diplomatiques individuels constitue une innovation majeure dans l’histoire contemporaine de la diplomatie sportive. Des figures comme Nelson Mandela (dans son usage stratégique du rugby en Afrique du Sud post-apartheid), Didier Drogba (médiateur symbolique dans la guerre civile ivoirienne), ou encore Mohamed Salah

(vecteur de visibilité positive pour l'Égypte et la religion musulmane) ont démontré que les sportifs de haut niveau peuvent transcender leur statut professionnel pour devenir des symboles de paix, d'unité ou de transformation sociale (Murray, 2018). Ces athlètes participent à la diplomatie non plus à travers des institutions, mais via leur capital médiatique et leur capital moral, leur donnant accès à des audiences que les diplomates traditionnels peinent parfois à toucher. La diplomatie sportive contemporaine repose sur un écosystème pluraliste, où coexistent des logiques étatiques, économiques, humanitaires et culturelles. Cette diversité d'acteurs reflète la complexité croissante des relations internationales, où le sport devient à la fois un langage commun, un véhicule d'intérêts géopolitiques, et un espace de contestation ou de revendication symbolique. Comprendre cette mutation des acteurs diplomatiques dans le champ sportif est donc essentiel pour saisir les nouvelles formes d'influence et de rayonnement à l'ère globale.

## **2. Cadres théoriques de la diplomatie publique appliquée au sport**

La compréhension du sport en tant qu'instrument de diplomatie publique requiert une mobilisation croisée de cadres théoriques issus des relations internationales, de la sociologie politique et des études en communication stratégique. Depuis la fin de la Guerre froide, la diplomatie publique s'est redéfinie autour de concepts tels que le soft power (Nye, 2004), le nation branding (Anholt, 2007), ou encore le capital symbolique (Bourdieu, 1991), qui permettent de saisir la manière dont les États et les acteurs non étatiques construisent une influence non coercitive. Le sport, en tant que langage universel et support d'émotion collective, constitue une interface privilégiée pour ces logiques d'influence, de visibilité et de légitimation. Dans cette perspective, le recours aux méga-événements, aux ambassadeurs sportifs, aux clubs internationaux ou aux dispositifs médiatiques sportifs ne relève pas de la simple communication, mais s'inscrit dans une stratégie structurée d'affirmation de soi dans l'espace international. Le sport devient ainsi un vecteur performatif de diplomatie publique, permettant aux États de formuler une narration identitaire, de séduire les opinions étrangères, et de se repositionner dans les réseaux de pouvoir symbolique mondiaux.

### ***2.1. Soft power et diplomatie publique***

Le concept de soft power, introduit par le politologue américain Joseph Nye dans les années 1990, constitue l'un des cadres théoriques majeurs pour comprendre l'essor de la diplomatie sportive contemporaine. Défini comme « la capacité d'un pays à obtenir ce qu'il souhaite par l'attraction plutôt que par la coercition ou les incitations économiques » (Nye, 2004, p. 5), le

soft power repose sur des ressources immatérielles telles que la culture, les valeurs politiques, et la politique étrangère perçue comme légitime. Le sport, par sa portée symbolique et émotionnelle, représente un outil exemplaire de ce pouvoir d'attraction non coercitif. Dans la continuité de Nye, Jan Melissen (2005) propose de repenser la diplomatie publique comme un processus bidirectionnel et relationnel, qui ne se limite plus à la diffusion d'un message, mais engage une interaction avec les publics étrangers. Cette transformation marque le passage d'une diplomatie de persuasion à une diplomatie de co-création narrative, où le sport devient un espace de dialogue symbolique entre nations, cultures et sociétés civiles. Le sport ne communique donc pas seulement un message étatique, il fabrique de l'émotion, de la mémoire partagée, et une perception de légitimité fondée sur la performance, la festivité, et l'inclusivité. Dans ce cadre, la diplomatie sportive devient un outil stratégique de soft power à plusieurs niveaux. D'abord, elle permet aux États d'accroître leur visibilité internationale, notamment à travers l'organisation de méga-événements, qui fonctionnent comme des vitrines nationales. Ensuite, elle offre une opportunité de projection de valeurs : démocratie, diversité, paix, inclusion, modernité. Enfin, elle permet de renforcer la légitimité du régime sur la scène internationale, particulièrement pour des États en quête de reconnaissance ou de repositionnement géopolitique. Cette logique est particulièrement manifeste dans les stratégies de pays émergents. Le Qatar, par exemple, a massivement investi dans le sport comme moyen de rayonnement, de légitimation et de rebranding national. Brannagan et Giulianotti (2015) analysent ce processus comme une application spécifique du soft power sportif, en soulignant que l'organisation de la Coupe du monde 2022 visait à repositionner le Qatar dans les imaginaires mondiaux, au-delà des contraintes de sa taille ou de son histoire politique. De même, les Jeux Olympiques de Pékin (2008) ont permis à la Chine de démontrer sa puissance technologique, tout en cherchant à adoucir son image dans un contexte de défiance géopolitique (Manzenreiter, 2010). Dans le cas des démocraties occidentales, le soft power sportif est mobilisé différemment : il s'agit souvent d'affirmer une identité politique et sociale (droits humains, développement durable, diversité culturelle) en lien avec des valeurs universelles. Les Jeux de Londres 2012 ont par exemple été interprétés comme une démonstration de résilience, d'inclusion et de modernité urbaine (Grix & Brannagan, 2016). La diplomatie publique sportive devient ainsi un moyen de différenciation dans un environnement international saturé de messages concurrents. Le soft power appliqué au sport ne peut être réduit à une stratégie étatique descendante. Il s'incarne également dans des dynamiques sociétales, des pratiques sportives transnationales, et des figures individuelles dotées d'un fort capital symbolique. Des athlètes comme Serena Williams, Didier Drogba ou Mohamed Salah deviennent ainsi des

agents de diplomatie culturelle, porteurs de récits, de valeurs et d'identités qui influencent les perceptions internationales indépendamment des appareils étatiques. La théorie du soft power fournit un cadre heuristique robuste pour analyser les formes contemporaines de diplomatie publique par le sport. En articulant séduction, visibilité et légitimité, elle permet de saisir pourquoi et comment le sport est devenu un vecteur stratégique d'influence non coercitive, à l'intersection de la communication internationale, de l'identité nationale, et de la compétition géopolitique.

## ***2.2. Paradigmes constructivistes : sport comme forme de communication stratégique***

L'approche constructiviste des relations internationales repose sur l'idée que les structures sociales — telles que les identités, les normes, les récits ou les représentations — jouent un rôle central dans la construction du système international. Contrairement aux paradigmes réalistes ou libéraux, qui insistent sur les rapports matériels de puissance ou les intérêts rationnels, le constructivisme met l'accent sur la signification symbolique des actions, sur la production sociale de la réalité internationale, et sur le rôle central des discours et des représentations dans la formation des politiques étrangères (Wendt, 1999). Dans cette perspective, le sport ne doit pas être analysé uniquement comme un outil ou une vitrine, mais comme une pratique communicationnelle dotée d'un pouvoir performatif, c'est-à-dire capable de produire du sens, de façonner des identités collectives, et d'imposer des récits légitimes dans l'espace international. Le sport devient ainsi un dispositif stratégique de communication symbolique, qui permet aux États — mais aussi aux acteurs non étatiques — d'affirmer une présence, de revendiquer une légitimité, ou de reformuler leur positionnement global à travers des mises en scène maîtrisées. Le sport international agit dès lors comme une plateforme d'"auto-présentation nationale" (Goffman, 1959), mobilisée pour contrôler l'image d'un pays sur la scène mondiale. Cette image n'est pas simplement transmise : elle est co-construite avec les publics internationaux, dans un processus de réception, de perception et d'interprétation hautement codifié. À travers l'organisation des Jeux Olympiques, des Coupes du monde ou des grandes compétitions continentales, les États déploient des récits identitaires, des figures héroïques, des valeurs morales et des gestes symboliques, qui participent à une narration stratégique de soi (Browning, 2015). Le constructivisme permet également de comprendre que le pouvoir dans les relations internationales n'est pas seulement coercitif ou économique, mais aussi symbolique et discursif. Le sport en tant que langage universel, vecteur d'émotions collectives, incarne une forme de pouvoir fondée sur la reconnaissance, la visibilité et la

légitimation (Murray, 2018). En ce sens, il fonctionne comme un régime de représentation international, à travers lequel les États mettent en scène leur modernité, leur multiculturalisme, leur leadership ou leur ancrage régional.

Par exemple, la Russie lors des Jeux de Sotchi 2014 a mobilisé un récit centré sur le retour à la grandeur impériale, la stabilité post-soviétique et la fierté nationale, dans une logique de contre-discours vis-à-vis de l'hégémonie occidentale. De même, le Maroc dans ses candidatures récurrentes à la Coupe du monde ou dans l'organisation de la CAN 2025 déploie une communication stratégique visant à affirmer sa place dans le système africain, arabo-musulman et euro-méditerranéen. Il ne s'agit pas seulement de séduire, mais de se faire reconnaître comme un acteur légitime, moderne et stratégiquement central. Cette lecture est renforcée par les travaux de Pierre Bourdieu (1991) sur le pouvoir symbolique : ce pouvoir s'exerce lorsque le symbolique devient crédible, reconnu et intériorisé. Le sport, à travers ses formes rituelles, ses classements, ses emblèmes et ses héros, est une scène de production de reconnaissance, où les États se disputent un capital symbolique rare : l'attention, le respect, la visibilité, la confiance. Ce capital symbolique peut ensuite être converti en ressources diplomatiques ou économiques, dans un jeu d'équivalence analysé par le constructivisme comme une forme d'investissement performatif dans le réel. Ainsi, le sport dans les relations internationales n'est pas simplement un canal de diffusion de messages : il est un acte politique structuré, un langage codé, un levier de formation d'identités collectives. Il permet aux États d'exister dans l'espace mondial non par la force, mais par le pouvoir d'être vu, écouté, interprété et apprécié. Cette approche enrichit considérablement les analyses purement instrumentales du soft power en y ajoutant la dimension intersubjective, narrative et structurante de l'action diplomatique par le sport.

### ***2.3. Diplomatie publique 2.0 : réseaux sociaux, événements live, diplomatie des images***

L'évolution technologique et la révolution numérique ont profondément redéfini les modalités de la diplomatie publique, donnant naissance à ce que de nombreux chercheurs désignent comme la diplomatie publique 2.0 (Hocking, 2013 ; Manor, 2019). Ce nouveau paradigme repose sur l'utilisation intensive des réseaux sociaux, des plateformes numériques et des formats visuels immersifs pour interagir avec les publics étrangers, construire des récits nationaux attractifs, et légitimer des positions géopolitiques par des mécanismes de diffusion virale. Dans ce contexte, le sport, en tant qu'industrie du spectacle en temps réel, apparaît comme un levier stratégique central, car il conjugue visibilité mondiale, émotion collective, et

potentiel de viralisation transnationale. La diplomatie publique 2.0 appliquée à la sphère sportive des logiques de communication participative et de narration en réseau. Contrairement à la diplomatie classique — unidirectionnelle et contrôlée — la diplomatie numérique transforme les spectateurs en co-producteurs d'image nationale, à travers leurs partages, commentaires, hashtags, et productions dérivées. Le sport en direct, en particulier lors des méga-événements (JO, Coupe du monde, NBA Finals), devient un espace narratif global dans lequel chaque action, chaque geste, chaque image peut devenir une archive diplomatique virale. Dans cette logique, les comités d'organisation (FIFA, CIO, UEFA), les gouvernements hôtes, mais aussi les marques sponsors et les athlètes eux-mêmes orchestrent des stratégies d'image extrêmement sophistiquées, visant à capter l'attention, renforcer la visibilité, et installer une perception favorable dans les imaginaires mondiaux. L'analyse menée par Grix et Lee (2013) sur les États émergents montre que le sport digitalisé constitue un média de puissance symbolique, en ce qu'il permet d'occuper l'espace international non plus seulement par la présence physique ou infrastructurelle, mais par la viralité de l'image, la gestion de l'émotion et la construction d'un récit maîtrisé. Le cas du Qatar pendant la Coupe du monde 2022 en est un exemple emblématique : en combinant production audiovisuelle haut de gamme, campagnes numériques multilingues, storytelling autour de l'hospitalité arabe, et encadrement rigoureux des récits circulant sur les réseaux sociaux, l'émirat a utilisé les outils de la diplomatie 2.0 pour contrer les accusations de "sportswashing" et reconfigurer son image dans l'espace global (Brannagan & Giulianotti, 2022). La diplomatie des images sportives ne repose pas uniquement sur la qualité du contenu diffusé, mais également sur la valeur émotionnelle et symbolique des représentations. L'image d'un athlète agenouillé, d'un drapeau hissé sur un podium ou d'un stade illuminé aux couleurs d'une cause devient un acte diplomatique en soi, porteur de significations politiques et sociales puissantes. Comme le note Pamment (2016), la diplomatie publique contemporaine est marquée par une "logique visuelle" où la conquête des cœurs précède la conquête des esprits. Dans ce cadre, le sport opère comme un producteur d'images fortes, instantanées et mémorables, qui façonnent les opinions publiques de manière plus rapide et plus profonde que les discours officiels. En parallèle, les athlètes eux-mêmes deviennent des diplomates numériques, en mobilisant leur audience sur Instagram, X (ex-Twitter), TikTok ou YouTube pour transmettre des messages, soutenir des causes ou faire valoir l'image de leur pays. Des figures comme Naomi Osaka, Kylian Mbappé ou LeBron James participent ainsi à la diplomatie publique par la voie d'une communication directe, non médiée par les appareils étatiques, mais à très fort impact symbolique. Ces micro-diplomaties sportives contribuent à la recomposition du paysage géopolitique, dans lequel l'État partage désormais la scène avec des

acteurs individuels hyper-connectés. Cette diplomatie sportive 2.0 soulève aussi des enjeux critiques : la volatilité de l'image, le risque de backlash numérique, la fragmentation des récits, ou encore la manipulation algorithmique des perceptions internationales. Si le sport offre des opportunités uniques d'amplification symbolique, il expose aussi les États à des effets de réputation négatifs, parfois incontrôlables. Ainsi, la diplomatie sportive digitale requiert une maîtrise stratégique du contenu, des temporalités médiatiques et des formes de participation des audiences. Dans la diplomatie publique 2.0, le sport devient un écran mondial où se jouent la reconnaissance, la narration nationale et l'influence symbolique. Sa puissance réside dans sa capacité à produire des images partagées, à fédérer des émotions, et à inscrire les États dans une temporalité narrative globale. Comprendre cette mutation est fondamental pour analyser les formes contemporaines de pouvoir symbolique et de légitimation numérique dans l'ordre international.

### **3. Études de cas comparées : Qatar, Afrique du Sud, Brésil, Chine**

L'analyse comparée des grandes puissances sportives émergentes constitue une étape essentielle pour comprendre les modalités différenciées de mobilisation du sport à des fins diplomatiques, géopolitiques et économiques. Les cas du Qatar, de l'Afrique du Sud, du Brésil et de la Chine offrent une diversité de configurations politiques, régionales et culturelles, mais convergent autour d'un même objectif stratégique : faire du sport – et plus particulièrement des méga-événements – un vecteur d'influence internationale et un levier de développement symbolique. Chacun de ces États a investi des ressources considérables pour organiser, promouvoir ou s'approprier des compétitions de très grande envergure. Ce choix n'est jamais neutre : il révèle des logiques d'ambition, de projection et de repositionnement, notamment dans les Suds géopolitiques où le sport devient un instrument alternatif de reconnaissance. Ces pays cherchent non seulement à transformer leur image extérieure (nation branding, soft power), mais également à renforcer leur cohésion interne, leur attractivité territoriale, et leur légitimité politique. Le Qatar s'illustre par une stratégie agressive de diplomatie sportive intégrée, fondée sur l'accumulation de compétitions, l'investissement dans des clubs étrangers (PSG), et une politique d'image globale tournée vers la conquête de capital symbolique. L'Afrique du Sud, en revanche, a utilisé la Coupe du Monde 2010 comme outil de réintégration post-apartheid et de reconstruction identitaire, dans une optique plus mémorielle et continentale. Le Brésil, au cœur du projet BRICS, a cherché à convertir les JO 2016 et la FIFA 2014 en signes d'émergence, avant de basculer dans la crise. Enfin, la Chine incarne le

paradigme du soft power autoritaire, mettant le sport au service de son récit national de puissance, d'ordre et de modernité technologique.

Ces cas permettent de croiser les variables d'analyse : nature des régimes politiques, niveau de développement, capacité organisationnelle, environnement géopolitique, mécanismes de gouvernance événementielle, et réception sociétale. Ils illustrent aussi les tensions entre prestige et légitimité, investissement et héritage, spectacle et politique. L'objectif de cette section est donc double : identifier les points communs et les singularités dans les usages diplomatiques du sport par ces États ; évaluer de manière critique les effets réels vs les discours attendus en termes de retombées économiques, d'image pays et de transformation sociopolitique.

### **3.1. Qatar : stratégie globale de sports diplomacy et de nation branding**

Le Qatar constitue aujourd'hui un modèle paradigmatique de diplomatie sportive intégrée au service d'un projet national de transformation et de rayonnement international. Petit État du Golfe aux ressources énergétiques considérables mais à la population limitée, le Qatar a mobilisé le sport comme un instrument de nation branding, de soft power, et de positionnement géostratégique régional et global, particulièrement depuis le début des années 2000. À travers des investissements massifs dans les infrastructures (stades, académies, médias), l'organisation d'événements internationaux (Coupe du Monde 2022, Jeux Asiatiques, Mondiaux d'athlétisme) et le rachat de clubs étrangers (Paris Saint-Germain), le pays s'est construit une identité sportive projetée à l'échelle planétaire, lui permettant de s'émanciper de son image d'État rentier et de renforcer son influence dans les arènes diplomatiques multilatérales. Cette stratégie, articulée autour du programme Qatar National Vision 2030, mobilise des ressources économiques, culturelles et communicationnelles pour renforcer la légitimité interne du régime, tout en consolidant une marque nationale compétitive, sécurisée et moderniste.

#### ***3.1.1. FIFA 2022, Paris Saint-Germain, Doha Forum : capitalisation multisectorielle***

La stratégie du Qatar en matière de diplomatie sportive s'est structurée autour d'une capitalisation multisectorielle, associant événements, investissements internationaux et diplomatie publique. L'organisation de la Coupe du Monde FIFA 2022 a constitué le point culminant de cette ambition, avec un investissement estimé à plus de 220 milliards USD en infrastructures (routes, transports, hôtels, stades), selon Bloomberg (2022). Ce chantier a servi

de levier pour transformer Doha en hub logistique, touristique et géopolitique, au-delà du sport lui-même.

Parallèlement, le rachat du Paris Saint-Germain (PSG) par Qatar Sports Investments en 2011 a permis au pays d'asseoir une présence permanente dans l'un des marchés les plus médiatisés du sport mondial. Le PSG, à travers ses stars mondiales (Messi, Neymar, Mbappé), est devenu un vecteur d'image, un canal d'influence médiatique, mais aussi une plateforme commerciale globale intégrée dans la stratégie de branding national du Qatar. En complément, le Doha Forum, espace de dialogue politique international, s'inscrit dans cette même logique de diplomatie d'influence hybride, mêlant sport, affaires, géopolitique et culture. Le Qatar articule ainsi une approche transversale : il ne s'agit pas uniquement de promouvoir des compétitions, mais de construire un écosystème narratif, centré sur la modernité, l'ouverture, et l'ambition d'un leadership régional « éclairé ».

### *3.1.2. Sportswashing ou soft power ? Une diplomatie contestée*

Si le Qatar a réussi à imposer sa marque sur la scène sportive internationale, cette stratégie est loin de faire l'unanimité. Nombre d'ONG, de journalistes et d'universitaires évoquent une forme de "sportswashing" — terme désignant l'usage stratégique du sport pour redorer une image internationale ternie par des violations des droits humains, des pratiques autoritaires ou une gouvernance opaque (Boykoff, 2022). Les polémiques liées aux conditions de travail des ouvriers migrants pour la Coupe du Monde, aux libertés politiques restreintes, ou à la discrimination fondée sur le genre et l'orientation sexuelle ont profondément entaché l'image du pays dans certaines sphères occidentales (Amnesty International, 2021). Ce débat renvoie à une interrogation théorique plus large sur les limites du soft power : jusqu'où un État peut-il légitimement utiliser les outils du divertissement, de l'esthétique et de la performance pour masquer des réalités politiques problématiques ? Pour Nye (2004), le soft power repose sur l'attractivité sincère d'un modèle ; or, dans le cas du Qatar, cette attractivité est jugée instrumentalisée à des fins stratégiques, plutôt qu'expressive d'une transformation interne. D'autres chercheurs, comme Brannagan et Giulianotti (2018), nuancent cette critique en soulignant que le sport au Qatar n'est pas uniquement un outil cosmétique, mais participe d'un projet national de modernisation économique, d'éducation, et de diversification post-pétrolière. Il conviendrait donc d'évaluer le Qatar non pas à travers une dichotomie simpliste (soft power vs sportswashing), mais dans une logique de diplomatie de puissance douce à visée concurrentielle.

### ***3.1.3. Résultats : perception régionale, image globale, investissement étranger***

Malgré les controverses, les résultats de la stratégie qatarienne en matière de diplomatie sportive sont tangibles à plusieurs niveaux. D'abord, au niveau régional, le Qatar a su renverser un isolement diplomatique — notamment durant le blocus entre 2017 et 2021 — en utilisant le sport comme outil de résilience symbolique. La réussite logistique et sécuritaire de la Coupe du Monde 2022 a été perçue dans le monde arabe comme une source de fierté régionale, renforçant le prestige du Qatar auprès de la jeunesse panarabe (Al Jazeera, 2022). Sur le plan de l'image globale, plusieurs études d'opinion montrent une amélioration significative de la reconnaissance internationale du pays, notamment en Asie et en Afrique, où les perceptions sont moins critiques que dans certaines capitales occidentales. Le Qatar s'est imposé comme un acteur diplomatique incontournable, notamment par sa médiation dans des conflits (Afghanistan, Soudan), ce qui vient renforcer la crédibilité générée par ses investissements sportifs. Enfin, en matière d'investissement étranger direct (IED), la stratégie sportive a eu un effet d'entraînement mesurable. Le pays a vu croître ses partenariats économiques, ses flux touristiques (+150 % en 2023), et ses investissements conjoints dans les domaines de la culture, de l'hôtellerie, ou de l'éducation. Le Qatar National Vision 2030 place le sport comme catalyseur transversal de ses ambitions économiques et géopolitiques.

### **3.2. Afrique du Sud : diplomatie post-apartheid et FIFA 2010**

L'Afrique du Sud occupe une place singulière dans l'histoire contemporaine de la diplomatie sportive, en tant que pays ayant utilisé le sport comme instrument de réintégration internationale post-conflit. Après des décennies d'isolement diplomatique sous le régime de l'apartheid, la transition démocratique des années 1990, menée par Nelson Mandela, s'est appuyée sur une stratégie symbolique de réconciliation par le sport, illustrée notamment par la Coupe du Monde de rugby en 1995 (Grundlingh, 1998). Le sport est ainsi devenu un vecteur central du nation-building sud-africain, de reconstruction identitaire et de projection d'une image inclusive sur la scène mondiale. Dans ce contexte, l'accueil de la Coupe du Monde de la FIFA en 2010 a représenté une double opportunité : d'une part, celle de consolider une diplomatie de visibilité et de leadership continental, d'autre part, celle de mobiliser les ressources économiques et symboliques du football pour soutenir le développement et redynamiser les territoires urbains. Ce fut également la première fois qu'un pays africain organisait cet événement, renforçant les attentes en matière de représentation du continent dans les arènes globales.

### ***3.2.1. Politique de prestige : Coupe du Monde 2014 et JO Rio 2016***

L'organisation successive de la Coupe du Monde de football en 2014 et des Jeux Olympiques d'été en 2016 a représenté pour le Brésil l'apogée d'une stratégie de positionnement international par le sport. À travers ces deux événements, le gouvernement de Lula, puis celui de Dilma Rousseff, chercha à projeter l'image d'un Brésil moderne, émergent, ouvert et multiculturel, dans la lignée des ambitions du groupe BRICS. Le sport devenait ainsi un outil de diplomatie d'influence, de nation branding et de reconnaissance géopolitique. La Coupe du Monde 2014 fut le symbole de cette ambition : 12 stades ultramodernes ont été construits ou rénovés à travers le pays, avec un budget public avoisinant les 11,6 milliards USD. Les Jeux Olympiques de Rio 2016, quant à eux, mobilisèrent plus de 13 milliards USD, concentrés principalement dans l'État de Rio de Janeiro. Ces investissements furent justifiés par des discours orientés vers l'attractivité touristique, la transformation urbaine, et la stimulation de l'économie locale. Toutefois, la planification de ces méga-événements fut largement marquée par une absence de consultation citoyenne, une gouvernance verticale, et une forte opacité dans l'attribution des marchés. Comme le soulignent Gaffney (2010) et Zimbalist (2015), les décisions furent centralisées entre le Comité d'Organisation, les élites politiques locales, et les grandes entreprises de BTP, excluant largement les populations directement concernées par les transformations urbaines. Sur le plan symbolique, l'image d'un Brésil capable de gérer deux événements sportifs majeurs en moins de trois ans fut activement promue sur la scène internationale. Toutefois, ce projet de prestige s'est heurté à de profondes tensions sociales internes, mettant en lumière les écarts entre l'image souhaitée et la réalité vécue. Ce paradoxe constitue un cas critique pour les études sur le soft power sportif. La stratégie brésilienne de prestige s'inscrivait également dans une logique de croissance économique tirée par la consommation, les exportations et l'investissement public, modèle alors présenté comme un contre-exemple au capitalisme néolibéral. Or, le contexte économique et politique s'est rapidement dégradé dès 2015, révélant la fragilité du projet sportif en tant que pilier de développement structurel. En définitive, ces deux méga-événements ont marqué une période de visibilité sans précédent pour le Brésil, mais aussi un tournant dans la manière dont les pays du Sud global utilisent le sport comme levier diplomatique. Ils ont mis à nu les ambivalences du modèle événementiel, entre ambitions géopolitiques et fractures socio-économiques.

### ***3.2.2. Contestations populaires et enjeux de légitimité sociale***

L'organisation de la Coupe du Monde 2014 a donné lieu à une mobilisation sociale sans précédent dans l'histoire récente du Brésil. Dès juin 2013, des millions de citoyens ont manifesté dans les grandes villes pour dénoncer la hausse des prix, les dépenses excessives consacrées aux stades, et la dégradation des services publics. Le slogan « *Não é só por 20 centavos* » est devenu le symbole d'une contestation plus large, touchant à la légitimité de l'État à organiser des méga-événements dans un contexte d'inégalités persistantes. Ces protestations ont souligné le décalage croissant entre les attentes sociales et les choix politiques liés à l'événementiel. Le financement public massif des infrastructures sportives, au détriment des investissements dans l'éducation, la santé ou les transports, a ravivé le ressentiment des classes populaires, en particulier dans les favelas. Ce mécontentement fut amplifié par les expropriations, les violences policières et la militarisation de certains quartiers. La réaction de l'État a souvent oscillé entre cooptation et répression. D'un côté, le gouvernement a tenté de minimiser les critiques en vantant les effets attendus sur le tourisme et l'image pays ; de l'autre, il a intensifié la répression sécuritaire, avec plus de 250 000 policiers et militaires mobilisés durant les Jeux de 2016, dans un climat de surveillance et de criminalisation de la dissidence (Boykoff, 2016). Les mouvements sociaux brésiliens ont ainsi profondément remis en question la nature démocratique de la gouvernance événementielle. Le modèle de développement par les mégaprojets a été perçu comme exclusif, inégalitaire et clientéliste, au service d'intérêts privés plus que du bien commun. Plusieurs chercheurs (Almeida & Silva, 2017) ont mis en évidence la manière dont les élites politiques ont instrumentalisé le sport pour renforcer leur légitimité, tout en marginalisant les voix contestataires. La tension entre représentation internationale et légitimité sociale interne constitue un point central dans l'évaluation des politiques sportives brésiliennes. Si le Brésil a gagné en visibilité mondiale, il l'a fait au prix d'une crise de confiance institutionnelle aggravée, marquée par la chute des gouvernements successifs, une récession économique, et une polarisation politique accrue. Enfin, ces contestations ont également permis l'émergence d'un contre-discours sur les méga-événements, mobilisé par des ONG, des chercheurs et des activistes, appelant à une démondialisation critique du sport, fondée sur la justice sociale, la transparence et la démocratie participative.

### ***3.2.3. Crise post-événementielle et héritage urbain problématique***

Après les feux médiatiques des années 2014–2016, le Brésil a plongé dans une crise économique et politique profonde, mettant à nu les limites structurelles de sa stratégie

événementielle. Le pays est entré en récession dès 2015, avec une baisse du PIB de 3,8 % en 2015 et de 3,6 % en 2016 (World Bank, 2017). Les scandales de corruption liés à l'opération "Lava Jato" ont accéléré la délégitimation des élites politiques qui avaient porté le projet olympique. Du point de vue de l'héritage urbain, les infrastructures construites pour les JO se sont révélées coûteuses, sous-utilisées, voire abandonnées. Le village olympique a été en grande partie déserté, et plusieurs équipements (stade de Deodoro, piscine olympique) sont devenus des "éléphants blancs", incapables de générer des revenus ou d'être reconvertis de manière efficace (Müller, 2017). La ville de Rio de Janeiro, qui avait engagé un processus de transformation urbaine accélérée (rénovation du port, tramways, zones commerciales), s'est retrouvée surendettée, incapable de maintenir les services publics basiques, comme la santé ou la sécurité. Le projet de modernisation urbaine s'est ainsi retourné contre les populations les plus vulnérables, notamment dans les quartiers informels. Les JO, loin de catalyser un développement durable, ont renforcé les dynamiques de gentrification, d'exclusion sociale et de militarisation urbaine. Plusieurs favelas ont été déplacées ou démolies pour laisser place à des projets événementiels ou immobiliers liés aux élites. La promesse d'un héritage partagé s'est donc heurtée à une logique extractive et verticale, dénoncée par de nombreux urbanistes et sociologues. La perte de crédibilité du modèle événementiel brésilien a eu des répercussions au niveau international. Les projets de candidatures futures ont été abandonnés, et le Brésil est passé d'un rôle moteur du Sud global à celui d'un exemple critique dans les débats sur la durabilité et la gouvernance des méga-événements. La trajectoire brésilienne illustre les risques d'un usage excessif du sport comme instrument de projection internationale, sans ancrage dans des politiques structurelles solides, transparentes et participatives. Elle invite à repenser les conditions d'un héritage réellement inclusif et soutenable pour les sociétés hôtes.

### **3.3. Brésil : Jeux de Rio 2016 et Coupe du Monde 2014**

Le Brésil représente l'un des cas les plus emblématiques de l'utilisation stratégique des méga-événements sportifs comme levier de visibilité internationale et de projection de puissance douce dans le cadre des économies émergentes. En accueillant successivement la Coupe du Monde de la FIFA en 2014 et les Jeux Olympiques d'été en 2016 à Rio de Janeiro, le pays ambitionnait de repositionner son image globale, de stimuler la croissance économique, et de consolider son leadership au sein des BRICS. Cette double organisation fut présentée comme le témoignage d'un « moment brésilien » dans l'histoire du sport mondial.

Cependant, ces deux événements ont rapidement révélé des tensions structurelles profondes entre ambitions politiques, contraintes socio-économiques, et réalités urbaines. Loin de constituer une trajectoire linéaire vers le développement, le cycle 2010–2016 fut marqué par une contestation sociale massive, une dérive budgétaire, et une perte de légitimité des institutions publiques. La dynamique événementielle, censée renforcer la cohésion nationale et générer des retombées durables, a souvent été perçue comme un vecteur d'inégalités, de gentrification et de crise de gouvernance.

### *3.3.1. Espoirs d'émergence économique via les BRICS*

L'accueil des deux plus grands événements sportifs mondiaux consécutivement — la Coupe du Monde 2014 et les Jeux Olympiques de 2016 — a coïncidé avec la montée du Brésil dans le concert des puissances émergentes, au sein du bloc BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud). Ce contexte géoéconomique a façonné l'interprétation initiale de la stratégie brésilienne : ces événements n'étaient pas uniquement sportifs, mais s'inscrivaient dans un projet d'affirmation économique globale. Le Brésil entendait démontrer sa capacité organisationnelle, logistique et technologique à l'échelle mondiale, tout en attirant investissements et tourisme. Le discours officiel valorisait un modèle alternatif de développement, fondé sur une croissance endogène tirée par les infrastructures, les exportations de matières premières, et une politique de redistribution sociale. Le sport devait alors être le catalyseur de ce « moment brésilien », selon l'expression de Lula da Silva en 2010. Des travaux comme ceux de Ndlovu-Gatsheni (2016) et Cornelissen (2012) insistent sur l'importance du sport pour les BRICS comme outil de repositionnement stratégique et de visibilité symbolique sur la scène mondiale. Les investissements massifs dans les infrastructures sportives, de transport et de sécurité étaient justifiés par un narratif de transformation urbaine, de création d'emplois et de modernisation économique. L'État brésilien visait à ancrer ces événements dans une logique de « legados » (héritages), destinés à renforcer l'attractivité du pays et à corriger les déséquilibres structurels historiques, notamment dans les grandes villes. La dynamique BRICS, en tant qu'espace de coopération Sud-Sud, conférait au Brésil une légitimité supplémentaire : les deux événements sportifs étaient aussi envisagés comme exemples de leadership alternatif face aux modèles occidentaux de diplomatie sportive. Ce positionnement fut accentué par le rôle du Brésil dans les négociations climatiques (COP 15 et COP 21), la réforme des institutions financières internationales et les initiatives d'intégration latino-américaines (MERCOSUR, CELAC).

Cependant, ces espoirs ont été progressivement fragilisés par le ralentissement de l'économie mondiale, la chute des cours des matières premières (notamment le soja et le pétrole) et les premières tensions budgétaires dès 2013. Le poids des dépenses publiques associées aux méga-événements a suscité des interrogations croissantes sur leur rentabilité réelle et leur compatibilité avec les besoins sociaux urgents du pays. Si le Brésil a tenté de capitaliser sur la dynamique BRICS pour porter une diplomatie sportive d'émergence, la fragilité de ses fondamentaux économiques et la faiblesse de sa gouvernance institutionnelle ont compromis une trajectoire ascendante pourtant prometteuse. L'illusion d'un soft power pérenne s'est heurtée à la dure réalité des contraintes fiscales, des inégalités persistantes, et d'un système politique en crise.

### ***3.3.2. Crises sociales et politiques liées aux coûts excessifs***

L'ampleur des investissements engagés pour la Coupe du Monde et les Jeux de Rio a provoqué une crise de légitimité profonde du projet événementiel brésilien. Le coût cumulé de ces deux manifestations, estimé à plus de 25 milliards USD, a été largement pris en charge par les finances publiques, malgré la promesse initiale de financements mixtes. La population brésilienne, confrontée à un quotidien marqué par le manque d'accès à l'éducation, à la santé et aux transports, a rapidement dénoncé une forme de priorisation injustifiée des dépenses de prestige. À partir de 2013, une vague de protestations populaires a éclaté dans tout le pays, initialement déclenchée par la hausse du prix du transport urbain, mais rapidement élargie aux enjeux de gouvernance, de corruption et de justice sociale. Les manifestations ont réuni jusqu'à 1 million de personnes dans les rues de São Paulo, Rio et Brasília. Les slogans des protestataires, comme « *FIFA Go Home* » ou « *Queremos hospitais padrão FIFA* », illustrent une désillusion collective à l'égard de la logique événementielle imposée d'en haut. Sur le plan politique, ces protestations ont marqué le début d'une déstabilisation progressive du régime, conduisant à la chute de Dilma Rousseff en 2016 et à une polarisation croissante du débat public. Les scandales de corruption liés aux appels d'offres (notamment dans le cadre de l'opération Lava Jato) ont terni l'image du gouvernement, de la classe politique, mais aussi du Comité Olympique brésilien et de la FIFA. La construction d'infrastructures inadaptées ou disproportionnées (comme le stade de Brasília, dans une ville sans équipe de football de premier plan) a été perçue comme une déconnexion totale entre les priorités publiques et les besoins réels de la population. Plusieurs projets ont été suspendus, ralentis ou non terminés, alimentant le sentiment d'un gaspillage massif des ressources nationales.

En parallèle, la militarisation des villes hôtes a contribué à un climat d'insécurité sociale, avec des interventions policières violentes dans les favelas, des arrestations préventives d'activistes, et des atteintes aux droits civils. Ces pratiques ont été documentées par Amnesty International et Human Rights Watch comme des violations des libertés fondamentales commises au nom de la sécurité événementielle. Ainsi, les crises sociales et politiques qui ont émergé autour des Jeux de Rio et de la Coupe du Monde ne constituent pas de simples effets secondaires, mais bien le révélateur de tensions structurelles majeures entre démocratie, inégalités et gouvernance. Le sport, loin de rassembler, a servi de catalyseur de conflits sociaux latents, remettant en cause la légitimité même du modèle événementiel brésilien.

### *3.3.3. Perception externe vs tensions internes : double image*

À l'international, les performances organisationnelles du Brésil durant les deux événements ont été globalement saluées. La FIFA 2014 a été qualifiée de « réussite » par les médias sportifs mondiaux en dépit des retards initiaux, et les JO de Rio ont reçu des éloges pour leur ambiance festive et leur respect du calendrier. Cette perception externe globalement positive a temporairement renforcé la place du Brésil dans le concert des nations capables de produire des événements de niveau mondial. Le succès médiatique des cérémonies d'ouverture, la beauté des images de Rio de Janeiro, et l'enthousiasme des supporters ont participé à construire un "effet vitrine" positif, renforçant l'attractivité touristique et culturelle du pays. De nombreux observateurs internationaux ont souligné le potentiel du Brésil comme destination globale, capable de conjuguer diversité, modernité et hospitalité. Pourtant, cette image internationale contrastait fortement avec les tensions internes profondes que vivait le pays : grèves, insécurité, chômage croissant, effondrement des services publics, et défiance généralisée envers les élites. Ce décalage narratif a généré une dissonance entre le soft power projeté à l'extérieur et la réalité vécue par les citoyens, souvent absents de cette mise en scène du prestige. Plusieurs chercheurs (Black, 2017 ; Grix & Brannagan, 2016) soulignent l'existence d'un "biais perceptif" dans les analyses du soft power sportif, qui tendent à sous-estimer les résistances internes et à surestimer l'effet des images spectaculaires. Le cas brésilien en est l'illustration : la communication internationale a occulté les coûts sociaux, la dette publique et la crise démocratique croissante. Cette dualité a également limité la portée de la stratégie brésilienne à long terme. Si le pays a su capter l'attention globale, il n'a pas su traduire cette exposition en avantages structurels durables : la confiance des investisseurs étrangers a reculé après 2016, le tourisme n'a pas connu de croissance soutenue, et les retombées économiques promises ne se sont pas matérialisées de façon systémique. En définitive, le Brésil incarne une "diplomatie de l'image sans fondement

solide", où le sport sert de façade temporaire à un système politico-économique en crise. La double image — succès international vs implosion interne — illustre les limites structurelles du soft power événementiel lorsqu'il n'est pas adossé à un projet de société inclusif, planifié et légitime.

### **3.4. Chine : stratégie géopolitique via les JO de Pékin**

La Chine a mobilisé les Jeux Olympiques de Pékin 2008 et 2022 comme des instruments majeurs de sa stratégie de puissance et d'ouverture internationale. Bien au-delà de leur dimension sportive, ces deux éditions ont fonctionné comme des vitrines globales de la modernité chinoise, destinées à redéfinir l'image du pays sur la scène mondiale, tout en affirmant son modèle de développement autoritaire et technocratique. Les Jeux de 2008 ont marqué une étape décisive dans l'histoire de la diplomatie chinoise contemporaine. Ils ont permis à Pékin d'opérer un changement de statut symbolique — d'atelier du monde à acteur global influent — en démontrant sa capacité à organiser un événement planétaire avec discipline, innovation et efficacité. À l'inverse, les Jeux de 2022, organisés dans un contexte de tensions géopolitiques croissantes et de diplomatie sanitaire post-COVID, ont reflété une affirmation de souveraineté plus défensive, mêlant mise en scène de puissance et contrôle de la narration internationale. À travers ces deux méga-événements, la Chine a perfectionné une forme de "diplomatie du sport à la chinoise", combinant infrastructure, propagande visuelle, usage stratégique des athlètes et narration patriotique, dans le cadre plus large de son soft power global (Joseph Nye), mais également dans une logique de hard display symbolique de puissance (Brownell, 2013).

#### ***3.4.1. Projection mondiale d'une puissance montante***

L'organisation des Jeux Olympiques d'été en 2008 a représenté pour la Chine un tournant historique dans sa trajectoire géopolitique, consolidant son statut de grande puissance émergente. Plus qu'un événement sportif, Pékin 2008 a été conçu comme une démonstration de puissance maîtrisée, affichant la modernité technologique, la discipline sociale et la capacité organisationnelle du régime. Il s'agissait de faire oublier l'image de « l'atelier du monde » pour revendiquer un rôle actif dans la gouvernance globale.

Dans cette logique, les investissements furent colossaux : plus de 40 milliards USD furent mobilisés pour la construction de stades, infrastructures de transport, aéroports, systèmes de sécurité et rénovations urbaines. Le stade national, surnommé "*Bird's Nest*", devint l'icône

visuelle d'un pays capable d'allier design futuriste, logistique de masse et symbolisme culturel (Broudehoux, 2007). L'objectif était clair : inscrire la Chine dans l'imaginaire collectif mondial comme nation du XXI<sup>e</sup> siècle. Pékin 2008 fut aussi l'occasion pour le Parti Communiste chinois de réaffirmer sa légitimité interne en liant nationalisme, fierté sportive et efficacité étatique. La mobilisation patriotique autour des performances athlétiques – 51 médailles d'or – a permis de construire une narration victorieuse de l'État, centrée sur la renaissance nationale (*fixing zhi lu*). Cette stratégie a renforcé l'adhésion sociale et le consensus autour du projet politique du régime. L'impact diplomatique fut immédiat : les Jeux ont attiré plus de 80 chefs d'État et de gouvernement, un record à l'époque. Cette présence massive a permis à la Chine de multiplier les contacts bilatéraux, tout en affichant une image ouverte, coopérative et stabilisatrice. En filigrane, la Chine proposait une alternative à l'ordre mondial occidental, valorisant la diversité des modèles de développement. Selon Manzenreiter (2010), les Jeux de Pékin ont fonctionné comme un rituel de passage pour la Chine dans le système international, comparable aux Expositions universelles du XIX<sup>e</sup> siècle pour les puissances industrielles européennes. Ils ont modifié les perceptions internationales du pays, tout en inscrivant sa puissance dans une esthétique de grandeur, d'harmonie et de discipline collective.. Pékin 2008 a inauguré une nouvelle ère dans la diplomatie sportive mondiale, marquant l'entrée des régimes autoritaires dans la compétition pour la captation d'attention et de légitimité symbolique via le sport. La Chine n'a pas simplement utilisé les Jeux comme outil de soft power, mais comme instrument d'affirmation hégémonique, inscrit dans une stratégie globale à long terme.

#### ***3.4.2. Contrôle narratif, diplomatie culturelle et technologie***

L'un des piliers fondamentaux de la stratégie chinoise autour des Jeux Olympiques a été le contrôle strict de la narration médiatique et symbolique, tant sur le plan interne qu'international. La Chine a développé une diplomatie culturelle centralisée, mobilisant l'art, le sport, les médias et la technologie pour façonner son image à l'étranger tout en maîtrisant les représentations de l'événement à l'intérieur. Les cérémonies d'ouverture et de clôture, mises en scène par Zhang Yimou, ont offert une représentation spectaculaire d'un récit millénaire harmonisé avec une modernité contrôlée. Des technologies de pointe – feux d'artifice synchronisés, drones, hologrammes – ont été intégrées pour symboliser la fusion entre tradition et innovation. Ces mises en scène furent largement diffusées à travers les chaînes internationales, consolidant la stratégie de spectacularisation de l'identité nationale. Sur le plan médiatique, l'État chinois a mis en place un système d'encadrement des journalistes étrangers, limitant les accès, filtrant les interviews et encadrant les déplacements. En parallèle, des milliers de volontaires médiatiques,

anglophones et multilingues, furent formés pour servir d'interface avec la presse étrangère, dans un souci de maîtrise des interactions discursives et narratives (Brady, 2009). Cette diplomatie culturelle a aussi mobilisé les Instituts Confucius, les chaînes d'information internationales comme CGTN, et des campagnes de publicité dans les grandes capitales occidentales. L'objectif était de construire une "Chine aimable" (ke'ai de Zhongguo), selon la formule de Xi Jinping, tout en contenant les critiques relatives aux droits de l'homme, au Tibet ou au Xinjiang. La technologie a joué un rôle crucial, notamment à Pékin 2022, avec le recours massif à l'intelligence artificielle, à la reconnaissance faciale, aux capteurs biométriques et à la robotique. Cette technogouvernance a renforcé l'image d'une Chine à l'avant-garde de la surveillance intelligente, soulevant des débats sur le "techno-soft power autoritaire" (Repnikova, 2022). La Chine a mis en œuvre une diplomatie narrative et techno-esthétique intégrée, visant à produire un imaginaire hégémonique centré sur l'ordre, l'efficacité et la tradition modernisée. Le sport n'y est pas neutre : il devient un vecteur scénarisé d'identité et de pouvoir discursif, à la croisée du branding géopolitique et de la communication stratégique.

#### ***3.4.3. Résilience du modèle autoritaire dans la gestion événementielle***

Les Jeux de Pékin, tant en 2008 qu'en 2022, ont permis à la Chine de valider l'efficacité opérationnelle de son modèle autoritaire dans le cadre de la gouvernance événementielle. Contrairement aux démocraties libérales où les méga-événements sont souvent contestés, politisés et négociés, la Chine a pu planifier, exécuter et contrôler l'ensemble du processus sans opposition interne majeure. Cette capacité repose sur un triptyque institutionnel : planification centralisée, mobilisation logistique de masse, et discipline sociale encadrée par l'appareil sécuritaire. Le gouvernement a pu déployer plus de 100 000 agents de sécurité, installer des milliers de caméras intelligentes et imposer des restrictions de déplacement, avec une efficacité redoutable. Ce contrôle de l'espace urbain fut interprété comme une démonstration de stabilité, mais aussi comme une forme de coercition symbolique. En 2022, dans le contexte du COVID-19, la Chine a mis en place le système de "bulle olympique" le plus strict jamais conçu, isolant totalement les athlètes, officiels et journalistes du reste de la population pendant trois semaines. Ce dispositif a été présenté comme une réussite sanitaire, contrastant avec les reports et imprévus observés aux JO de Tokyo (2021). Il symbolisait la résilience techno-administrative du système chinois, capable de fonctionner malgré les pandémies mondiales. Cette performance logistique fut mobilisée comme preuve de supériorité du modèle chinois sur les systèmes libéraux perçus comme désorganisés. Les discours officiels ont souligné la capacité du Parti à « garantir l'unité, la sécurité et la dignité de la nation » même dans un contexte global incertain.

Le sport devenait ainsi une scène de légitimation interne du pouvoir. Cependant, plusieurs observateurs ont souligné les limites du modèle autoritaire appliqué aux méga-événements : faible transparence budgétaire, évictions silencieuses, censure des opinions critiques, et impossibilité d'évaluation indépendante des retombées sociales. La gouvernance événementielle chinoise fonctionne selon une logique de performance sans délibération, où la réussite est définie par le pouvoir lui-même. Cette stratégie pose une question centrale aux études sur le soft power : peut-on parler de puissance douce lorsqu'elle est adossée à des dispositifs d'autorité centralisée, de surveillance et de contrôle idéologique ? Les Jeux de Pékin illustrent une nouvelle forme de diplomatie sportive, fondée non sur l'adhésion volontaire, mais sur l'admiration contrainte ou la séduction calibrée.

---

## Conclusion

Le sport, historiquement perçu comme un simple divertissement ou un instrument marginal de coopération internationale, s'est progressivement imposé comme un levier stratégique central de la diplomatie contemporaine. À travers l'analyse historique, théorique et empirique présentée, il apparaît que le sport ne se limite pas à une fonction symbolique ou événementielle : il constitue un espace de production de légitimité, d'influence et d'image nationale, mobilisé par une diversité d'acteurs — États, organisations transnationales, clubs, ONG et sportifs individuels. Les méga-événements, les dispositifs numériques et le capital symbolique des athlètes illustrent la manière dont le sport s'inscrit désormais dans des stratégies de soft power, de nation branding et de communication internationale. Toutefois, ces instruments sont ambivalents : ils offrent des opportunités de visibilité et de prestige, mais révèlent aussi des tensions internes, des controverses sociales et des limites éthiques, comme le montrent les cas du Qatar, de l'Afrique du Sud, du Brésil et de la Chine. Dans ce contexte, le Maroc constitue un exemple pertinent de l'adaptation de ces instruments par les États du Sud global. En mobilisant le sport pour renforcer sa visibilité internationale, consolider son leadership régional et promouvoir sa diplomatie Sud-Sud, le Royaume illustre la manière dont les puissances intermédiaires peuvent s'approprier les dynamiques de la diplomatie sportive pour négocier leur position dans un système international multipolaire. En définitive, la diplomatie sportive contemporaine illustre une transformation profonde des relations internationales : le pouvoir ne se limite plus à la coercition ou aux ressources matérielles, il se joue aussi sur le terrain symbolique, émotionnel et médiatique. Comprendre ces dynamiques est essentiel pour analyser les stratégies d'influence actuelles et anticiper les enjeux futurs de la projection internationale des États par le sport.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Aitlhaj, S., Hutchinson, M., & Youssef, S. (2025). Unpacking 26 years of sportswashing research: A bibliometric perspective (1999–2025). *Leisure Studies Association Conference*.
- Alegi, P. (2010). *African Soccerescapes: How a continent changed the world's game*. Ohio University Press.
- Almeida, B. S., & Silva, L. F. (2017). Mega-events and social resistance in Brazil. *Latin American Perspectives*, 44(2), 55–73.
- Allison, L., & Monnington, T. (2002). Sport, prestige and international relations. *Government and Opposition*, 37(1), 106–134.
- Al Jazeera. (2022). *World Cup 2022: Regional pride surges in Arab public opinion polls*.
- Amara, M. (2012). *Sport, politics and society in the Arab world*. Palgrave Macmillan.
- Amnesty International. (2021). *Qatar: Reality Check 2021 – Migrant Workers' Rights with One Year to Go*.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2010). *Places: Identity, image and reputation*. Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2020). *The Good Country Equation: How we can repair the world in one generation*. Berrett-Koehler Publishers.
- Anholt-Ipsos. (2023). *Nation Brands Index Global Report*.
- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2016). Going for the gold: The economics of the Olympics. *Journal of Economic Perspectives*, 30(2), 201–218.
- Bancel, N., & Blanchard, P. (2012). *Le grand récit colonial : La France face à son passé*. La Découverte.
- Benyahia, Y. (2022). Le Maroc et la diplomatie sportive : outil de rayonnement africain ? *Revue Tiers-Monde*, 248(4), 85–104.

- Bensaad, A. (2023). Sport et stratégie africaine du Maroc : diplomatie douce et logiques d'intégration. *Cahiers du GEMDEV*, 36(2), 55–72.
- Black, D. (2007). The symbolic politics of sport mega-events: 2010 in comparative perspective. *Politikon*, 34(3), 261–276.
- Black, D. (2017). The symbolic politics of sport mega-events: 2010 in comparative perspective. *Third World Quarterly*, 38(2), 377–396.
- Black, D., & van der Westhuizen, J. (2004). The allure of global games for 'semi-peripheral' polities and spaces: A research agenda. *Third World Quarterly*, 25(7), 1195–1214.
- Blake, A., & Sinclair, M. T. (2003). Tourism crisis management: US response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813–832.
- Bloomberg. (2022). *Qatar spent \$220 billion on World Cup – Was it worth it?*
- Borg, M. (2022). Sport, recognition, and the Kosovo case: Symbolic power and the politics of Olympic participation. *Sport in Society*, 25(2), 234–252.
- Bouandel, Y., & Amara, M. (2024). Why Qatar's hosting of the 2022 FIFA World Cup matters. In *Research Handbook on Major Sporting Events and Soft Power*. Elgar Publishing.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Boykoff, J. (2016). *Power games: A political history of the Olympics*. Verso.
- Boykoff, J. (2022). *Power games: A political history of the Olympics*. Verso.
- Brannagan, P. M., & Giulianotti, R. (2015). Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals. *Leisure Studies*, 34(6), 703–719.
- Brannagan, P. M., & Giulianotti, R. (2018). The soft power–soft disempowerment nexus: The case of Qatar and global sport. *International Affairs*, 94(5), 1137–1155.
- Brannagan, P. M., & Giulianotti, R. (2022). Digital diplomacy and the Qatar World Cup: Managing reputation in the age of social media. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(1), 1–17.
- Brady, A. M. (2009). *Marketing dictatorship: Propaganda and thought work in contemporary China*. Rowman & Littlefield.

- Broudehoux, A. (2007). Spectacular Beijing: The conspicuous construction of an Olympic metropolis. *Journal of Urban Affairs*, 29(4), 383–399.
- Browning, C. S. (2015). Nation branding, narratives and identity politics. *Cooperation and Conflict*, 50(2), 153–170.
- Camara, P. M. (2025). In making (a united?) Africa?: The role of the African Games in the formation of African identity, 1965–1995. *Dissertation, DSHS Köln*.
- Chadwick, S. (2024). *The geopolitical economy of football*. Taylor & Francis.
- Chadwick, S., Widdop, P., & Goldman, M. (2025). *Continental perspectives on the geopolitical economy of football*. Routledge.
- Chappelet, J.-L. (2021). From Olympic legacy to impact: A turning point in Olympic studies. *Sport in Society*, 24(12), 2017–2032.
- Chaziza, M. (2024). China's 'stadium diplomacy' in West Asia and North Africa: Soft-power tool for political and economic influence. *Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies*.
- Coates, D., & Humphreys, B. R. (2008). Do economists reach a conclusion on subsidies for sports franchises, stadiums, and mega-events? *Econ Journal Watch*, 5(3), 294–315.
- Cornelissen, S. (2010). The geopolitics of global aspiration: Sport mega-events and emerging powers. *The International Journal of the History of Sport*, 27(16–18), 3008–3025.
- Cornelissen, S. (2011). Mega event securitisation in a third world setting: Glocal processes and ramifications during the 2010 FIFA World Cup. *Urban Studies*, 48(15), 3221–3240.
- Cornelissen, S. (2012). Mega event securitisation in a third world setting: Glocal processes and ramifications during the 2010 FIFA World Cup. *Urban Studies*, 49(15), 3221–3236.
- Crompton, J. L. (1995). Economic impact analysis of sports facilities and events: Eleven sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, 9(1), 14–35.
- Darby, P., & Solberg, E. (2023). Sport and diaspora diplomacy: Identity, belonging and transnational influence. *Journal of Sport and Social Issues*, 47(2), 99–115.
- Delaplace, M., Dropsy, V., & Fourati, M. (2025). Resident perceptions of the Olympic Games surf competition: An ex-ante study of Teahupo'o. *Informit Database*.

- Dinnie, K. (2008). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Routledge.
- Dinnie, K. (2016). *Nation branding: Concepts, issues, practice* (2nd ed.). Routledge.
- Dinnen, M., & Vukovic, S. (2022). Kosovo and the Olympics: Sport as a pathway to recognition. *Diplomacy & Statecraft*, 33(1), 65–89.
- Dorsey, J. M. (2015). *The turbulent world of Middle East soccer*. Oxford University Press.
- Dubinsky, Y. (2019). From soft power to sportswashing: The 2018 World Cup and Russia's image projection. *The International Journal of the History of Sport*, 36(9), 783–799.
- Dubinsky, Y. (2024). Sports, migration, and soft power: The role of diasporic athletes in global diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*. Springer.
- Dubinsky, Y. (2024). Sportswashing and nation building in Qatar 2022. *Place Branding and Public Diplomacy*. Springer.
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: What is being branded? *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 5–14.
- Flyvbjerg, B., & Stewart, A. (2012). Olympic proportions: Cost and cost overrun at the Olympics 1960–2012. *Saïd Business School Working Papers, University of Oxford*.
- Gaffney, C. (2010). Mega-events and socio-spatial dynamics in Rio de Janeiro, 1919–2016. *Journal of Latin American Geography*, 9(1), 7–29.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Goodman, R. (2023). *World Cup and urban legacies: From image to infrastructure*. Routledge.
- Grix, J., & Brannagan, P. M. (2016). Of mechanisms and myths: Conceptualising states' 'soft power' strategies through sports mega-events. *Diplomacy & Statecraft*, 27(2), 251–272.
- Grix, J., & Houlihan, B. (2014). Sports mega-events as part of a nation's soft power strategy: The cases of Germany (2006) and the UK (2012). *The British Journal of Politics and International Relations*, 16(4), 572–596.
- Grix, J., & Lee, D. (2013). Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction. *Global Society*, 27(4), 521–536.

- Guttmann, A. (2002). *The Olympics: A history of the modern Games*. University of Illinois Press.
- Hayhurst, L. M. C., Frisby, W., & Black, D. (2011). Sport for development and peace: A critical sociology. *Third World Quarterly*, 32(3), 381–400.
- Hill, C. R. (1996). *Olympic politics: Athens to Atlanta, 1896–1996*. Manchester University Press.
- Hocking, B. (2013). The ministry of foreign affairs and the national diplomatic system. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(1), 1–20.
- Holthus, B., Gagné, I., & Waldenberger, F. (2020). *Japan through the lens of the Tokyo Olympics*. OAPEN.
- Jackson, D., Bernstein, A., & Butterworth, M. (2021). *Olympic and Paralympic Analysis 2020: Mega-events, media, and the politics of sport*. ResearchGate.
- Jackson, D. J., & Haigh, Y. (2021). Sport, soft power and nation branding in the 21st century. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(3), 204–217.
- Keys, B. (2006). *Globalizing sport: National rivalry and international community in the 1930s*. Harvard University Press.
- Keys, B. (2010). *Globalizing sport: National rivalry and international community in the 1930s*. Harvard University Press. (édition revue)
- Kinawy, R. N. (2025). Kicking off prosperity: Football and soft power in Saudi Arabia. *Soccer & Society*. Taylor & Francis.
- Krasner, S. D. (1999). *Sovereignty: Organized hypocrisy*. Princeton University Press.
- Lahiala, A., & Bouchanine, O. (2025). Sports and soft power in Morocco: Strategies, successes, and challenges towards 2030. *Conhecimento & Diversidade*. Université La Salle.
- Li, S., & Jago, L. (2013). Evaluating economic impacts of major sports events – A meta-analysis of the key trends. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 591–611.
- Manzenreiter, W. (2010). The Beijing Games in the Western imagination of China: The weak power of soft power. *Journal of Sport and Social Issues*, 34(1), 29–48.

- Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.
- Mangan, J. A., & Hong, F. (2023). *The future of mega-events: Sustainability, legitimacy and resistance*. Palgrave Macmillan.
- Melissen, J. (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Merkel, U. (2018). Sport, politics and society in the Arab world. *Third World Quarterly*, 39(2), 337–353.
- Ministère de l'Éducation Nationale. (2021). *Stratégie nationale pour le développement du sport scolaire et communautaire*. Royaume du Maroc.
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627–642.
- Müller, M. (2017). After the event: The legacy of Rio 2016. *Journal of Urban Affairs*, 39(7), 1081–1096.
- Murray, S. (2012). The two halves of sports-diplomacy. *Diplomacy & Statecraft*, 23(3), 576–592.
- Murray, S. (2018). *Sports diplomacy: Origins, theory and practice*. Routledge.
- N'Diaye, B. (2023). Athlètes de la diaspora et enjeux de reconnaissance transnationale en Afrique de l'Ouest. *Politique Africaine*, 169(1), 45–62.
- Ndlovu-Gatsheni, S. J. (2016). The BRICS project and the South in global politics. *Third World Quarterly*, 37(4), 611–629.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- OECD. (2020). *The governance of sport: Opportunities and risks*. OECD Publishing.
- Pamment, J. (2016). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Pradana, H. A., & Ramadhan, F. S. (2024). Diplomasi sepak bola Arab Saudi sebagai strategi mewujudkan Saudi Vision 2030. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah*.

- Preuss, H. (2004). *The economics of staging the Olympics: A comparison of the Games, 1972–2008*. Edward Elgar Publishing.
- Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3–4), 207–228.
- Preuss, H. (2019). Event legacy framework and measurement. In *Routledge Handbook of Sports Mega-Events*. Routledge.
- Repnikova, M. (2022). *Authoritarian soft power: China's public diplomacy*. Oxford University Press.
- Reuters. (2023). Qatar tourism sees 150% jump post-World Cup: Official data.
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Routledge.
- Rocha, L. M. R. D. (2024). Al-Hilal et le soft power saoudien. *Revista Acadêmica*.
- Rofe, J. S. (2016). *Sport and diplomacy: Games within games*. Manchester University Press.
- Smith, O. (2024). The social impact of mega sporting events on host cities. *Multidisciplinary Frontiers*.
- Sun, Y. (2023). *Kenya's and Zambia's relations with China: 1949–2019*. Springer.
- Tan, S. R., Jang, H., Yeap, X. W., & Shankar, S. (2025). *Asia's eventful rise: Exploring Asia's visitor economy implications of hosting global events*. SpringerLink.
- Toohey, K., & Veal, A. J. (2007). *The Olympic Games: A social science perspective*. CABI.
- Tutar, F. K., & Abukalloub, A. (2024). The role of the sports sector in regional economic development. *ResearchGate*.
- Wheatley, M. C. (2024). The impact of mega-events on urban development: A review. *Premier Journal of Social Science*.
- Wendt, A. (1999). *Social theory of international politics*. Cambridge University Press.
- World Bank. (2017). *Brazil Economic Update: Retreat from the Brink*.

Xu, G. (2022). Sport in the shadow of authoritarianism: The Beijing 2022 Winter Olympics. *China Perspectives*, 2022(2).

Zhang, L., & Cameron, D. (2003). *Ping-pong diplomacy: The secret history behind the game that changed the world*. Scribner.