



■ Revue

Dirigée par Patrice Flichy, *Rezeaux*, revue publiée aux éditions La **Decouverte**, s'intéresse au champ de la communication et plus particulièrement aux télécommunications, aux mass media et à l'informatique. Elle a notamment publié un numéro consacré aux nouvelles pratiques journalistiques à l'heure d'Internet (2009).

Idée reçue

« La Coupe du monde de foot dope l'économie »

En réalité, la consommation ne bondit que le temps de la compétition, et les grands travaux se révèlent trop coûteux.

A QUELQUES MOIS du Mondial de football en Afrique du Sud, les commerçants du pays rêvent de profits. Nul doute que les hôteliers et les marchands de souvenirs feront des affaires. Ailleurs, l'effet Coupe du monde se fera sentir sur les achats de téléviseurs et de maillots, pendant que des reportages montreront le visage radieux des fabricants de drapeaux et la mine fatiguée des livreurs de pizzas. Comme d'habitude, on s'étonnera du tarif délirant des spots publicitaires pendant la finale. C'est entendu, le foot business triomphera, mais les effets macroéconomiques de l'événement risquent de décevoir son hôte.

Une étude menée à la Bank of America-Merrill Lynch le suggère. De la Suisse, en 1954, à l'Allemagne, en 2006, les pays organisateurs ont en moyenne enregistré pendant l'année de la compétition une croissance économique inférieure à leur rythme habituel. Leur PIB augmente en moyenne de 2,3 % lors de l'événement, contre 3,1 % en dehors de l'épisode footballistique. Ainsi, les Français ont bien davantage consommé en 2000 qu'en 1998. En 1974, l'Allemagne n'a pas échappé aux effets dévastateurs du choc pétrolier. L'Argentine, en 1978, et le Mexique, en 1986, ont même connu une récession (- 3 % chacun).

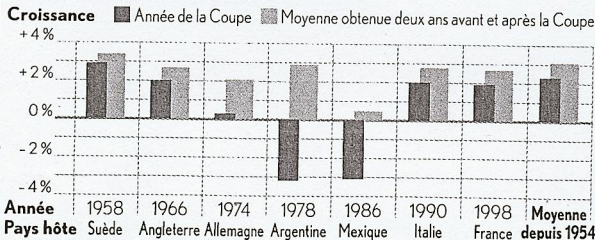
Alors, pourquoi n'y a-t-il pas d'effet Coupe du monde ? D'abord parce que les pays hôtes surestiment l'aubaine touristique et minorent le coût des travaux. L'Afrique du Sud ne fait pas exception. Pretoria dépensera 30 % de plus que prévu pour ses stades et ses infrastructures. La note devrait se monter à 7 milliards d'euros, pour 3,7 milliards de recettes de billetterie. Le pays compte sur les devises des tou-

ristes pour équilibrer ses budgets. La fédération internationale de football table sur 980 millions d'euros de recettes.

E NSUITE, il faut considérer le surplus de consommation du citoyen sud-africain, lié à l'euphorie de la fête. Mais, sur ce poste, les économistes douchent les espérances. Les achats d'électroménager ou de vêtements qui se produisent à cette occasion ne sont souvent que des achats avancés. En Allemagne, les ventes au détail avaient progressé de 1,6 % en juillet 2006, pour retomber à 0,1 % six mois plus tard. De même en France : en 1998, les exploits des Bleus dopent le moral des Français, qui consomment plus volontiers cet été-là. Mais dès l'automne ils retournent dans leur coquille, surtout les plus modestes. Le budget foot se construit au détriment d'autres postes, et, finalement, la stimulation de la Coupe du monde se dégonfle.

L'effet de substitution des achats se constate en particulier dans les pays organisateurs les plus pauvres. L'Afrique du Sud n'y échappera pas. Pis, le surplus de consommation ne profitera pas totalement aux industriels locaux, à en croire les auteurs de l'étude : la moitié des produits achetés pour l'événement seront importés. Dans le fond, le foot ressemble à l'économie : une majorité d'individus assiste au spectacle, mais seule une minorité commerçante et industrielle en perçoit les dividendes. **© Franck Dedieu**

DES ANNÉES DE VACHES MAIGRES POUR LES PAYS HÔTES



Le PIB des organisateurs croît souvent moins l'année de la compétition que juste avant et juste après.

Revue

Commentaire

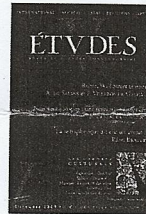
Gilles Andrieux/Arnaud Lefebvre
Pour et contre Obama Alan
Bisogno Le rôle des médias
sociaux Dominique Séluy
Le mariage civil Didier Malin
Remy Pichon Le partage des
travaux et le travail
et capital dans l'ère
de la globalisation
Boris de la Roche et Franck
Cesari Alain
L'avenir des médias
Robert Guéhen
Alain Trossat Les services
pour les
productions
Éric de la Roche
Dion et Grandjean
Xavier
Le mariage civil
Chloe Jax
Cécile
Général et directeur
des Finances
Jean-Philippe
Vialy et le
journalisme
Jean H. Nédélec
Jean-Philippe
Vialy

CAPITAL ET TRAVAIL

Un dossier sur le partage de la valeur ajoutée entre capital et travail, d'où il ressort que le rendement réel du capital serait

inférieur à 2 % ! Plus une étude sur Alexandre Kojève et un bilan de Barack Obama.

Commentaire, n° 128, 20 euros.

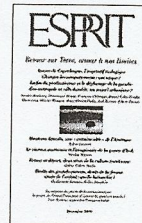


LA VALEUR DES NANOS

Et si les nanotechnologies étaient autre chose qu'un épouvantail ou qu'un leurre pour attirer les subventions ? L'auteur analyse

les « valeurs culturelles » qui peuvent s'arrimer à ces recherches.

Études, décembre 2009, 11 euros.



CHAUD DEVANT

Au-delà de Copenhague, une série de réflexions sur la fin du productivisme, sur le changement des comportements humains, sur

le développement durable et sur la conception d'un nouvel urbanisme.

Esprit, décembre 2009, 23 euros.



JOURNALISTES EN CRISE

Tout un numéro consacré aux « pratiques des journalistes », au moment où leur profession traverse une crise sans précédent,

mettant en cause jusqu'à sa définition. Des études de cas pour comprendre.

Réseaux, nos 157-158, 25 euros.



DÉBATS D'IDÉES

Un numéro spécial, « Le Clash des idées », consacré aux thèmes ayant fait débat depuis vingt ans, le tout à travers 20 livres qui ont

changé notre vision du monde. Sciences humaines, n° 211, 5,80 euros.