

**PROGRAMME  
SPORT ET RELATIONS  
INTERNATIONALES**

# **« LA MONDIALISATION DE LA F1 EST-ELLE À L'ORIGINE DE SA CRISE DE POPULARITÉ ? »**

**Par Jérémie GAUTHIER / Etudiant à IRIS SUP'**

JANVIER 2017

**OBSERVATOIRE GÉOSTRATÉGIQUE DU SPORT**



**I**mage rare au soir du Grand Prix de Formule 1 d'Abou Dhabi, le dimanche 27 novembre 2016 : quatre monoplaces issues de trois constructeurs différents, franchissent la ligne d'arrivée quasiment en même temps. 1,7 seconde séparent le vainqueur Lewis Hamilton (Mercedes AMG Petronas) du quatrième, Max Verstappen (Red Bull TAG Heuer)<sup>1</sup>. L'ensemble du « paddock » a pu assister au triomphe de l'équipe Mercedes AMG Petronas pour la troisième année consécutive, alors que son pilote, Nico Rosberg, devient champion du monde en battant son coéquipier Lewis Hamilton. Trois années durant, Mercedes a démontré sa supériorité motoriste, mécanique et organisationnelle au point de remporter 19 des 21 manches du calendrier de 2016. Trois années durant, deux pilotes de la même écurie se sont disputés le championnat, loin devant les autres concurrents. Trois années durant, la réglementation technique a contribué à appauvrir le spectacle en piste en introduisant notamment un nouveau type de motorisation très coûteux, excluant de fait certaines équipes. De telles dominations techniques et sportives ont déjà existé dans ce sport, et avec elles, une relative perte d'intérêt du public. C'est pourquoi, pour 2017, des changements drastiques ont été apportés au règlement technique : celui-ci prône un retour au spectacle par des monoplaces plus rapides, plus difficiles à piloter et au style plus agressif. L'objectif est que la discipline reine du sport automobile retrouve son caractère spectaculaire qu'elle n'a eu de cesse d'aseptiser depuis une décennie. Pour autant, même si la conjoncture technique n'est actuellement pas favorable au spectacle, le problème semble davantage structurel.

Depuis la fin des années 1990, la F1 est entrée dans une nouvelle phase de son expansion, dont les retombées économiques et financières accrues, le caractère de plus en plus « grandiose » des événements qu'elle propose et la conquête des marchés extra-européens sont les principaux révélateurs. Autrement dit, la F1 s'est mondialisée. Plus exactement, elle a utilisé la mondialisation, à l'instar d'autres événements sportifs, comme un contexte économique sans précédent lui permettant de conquérir de nouveaux marchés, tant en vue d'accroître ses bénéfices que de toucher un nouveau public. Pourtant, alors que la discipline reine du sport automobile n'a jamais été aussi diversifiée et conquérante, ses observateurs<sup>2</sup> considèrent qu'elle traverse une crise existentielle. Une crise économique d'abord, car les exigences technologiques de la F1 ne permettraient plus de maîtriser les coûts des constructeurs ; une crise sportive, car en répercussion à cette crise économique, le spectacle en piste ne serait plus assuré, tant les écarts de compétitivité entre les écuries de pointe et fortunées (Redbull, Mercedes, Ferrari, McLaren) et les autres (Force India, Sauber, Manor) seraient importants ; une crise politique, car le système décisionnaire semble grippé ; et une crise de popularité, car les audiences télévisées seraient en berne depuis 2008 et les tribunes des circuits de

<sup>1</sup><http://www.statsf1.com/> Abou Dhabi 2016 - Classement

<sup>2</sup> Denis Fainsilber *La Formule 1, une discipline qui flirte avec la crise*, *Les Echos.fr*, le 28 septembre 2015

plus en plus vides de spectateurs. Autant d'inquiétudes qui montrent que la F1, par la stratégie politique et économique de ses promoteurs, est peut-être en train de « manquer » une mondialisation qu'elle a pourtant tenté d'utiliser comme vecteur de puissance et de popularité.

Ainsi, la mondialisation de la F1 permet-elle à ce sport un développement de son économie, un maintien de sa popularité ainsi qu'un changement dans sa gouvernance ?

## **LES PRÉMICES DE LA MONDIALISATION EN FORMULE 1 : D'UNE GOUVERNANCE UNIQUE À UNE SÉPARATION DES POUVOIRS**

---

Comprendre la logique de la F1 dans le contexte de la mondialisation nécessite de faire connaissance avec ses institutions. La discipline reine du sport automobile présente une spécificité qui la distingue des autres sports : ses pouvoirs sportifs et économiques sont chacun régis par une instance respective, la Fédération internationale de l'automobile (FIA) et la Formula One Management (FOM).

### ***La Fédération internationale de l'automobile (FIA) et la Formula One Management (FOM) : un partage des pouvoirs unique dans le sport***

L'organisation de la F1 ainsi que son règlement sportif et technique sont régis par la Fédération internationale de l'automobile (FIA), créée le 20 juin 1904 et dont le siège est à Paris. Présidée par Jean Todt depuis 2009, la FIA est une association internationale à but non lucratif, qui établit, harmonise et fait appliquer les règlements techniques et sportifs de l'ensemble des sports automobiles à travers le monde. Elle est composée d'une assemblée générale, d'un sénat qui élit son président, d'un tribunal et d'une cour d'appel internationaux et est dotée d'un statut consultatif auprès de l'ONU. La FIA a donc pour but premier d'assurer la pérennité du sport automobile et celle de sa discipline fétiche, la F1.

Alors que la FIA domine officiellement sur l'aspect sportif de la F1, le Formula One Group et ses principales branches, la Formula One Administration (FOA) et la Formula One Management (FOM) promeuvent et exploitent les droits commerciaux de la discipline à travers le monde entier. Ces compagnies, financées à partir de 2005 par une société privée mondiale du capital-investissement, CVC Capital Partners, ont récemment été rachetées par un géant américain spécialisé dans le divertissement et la communication, Liberty Media. La Formula One Management (FOM) vend la F1 dans sa globalité aux propriétaires de circuits locaux, en leur assurant une épreuve au calendrier avec ce qu'elle apporte : la présence des écuries et des pilotes, un dispositif médiatique intense et la possibilité de retransmettre l'événement via la télévision. La F1 est donc un « sport-business », dont la figure de proue est le directeur du Formula One Group, Bernie

Ecclestone. À 85 ans, ce dernier est l'incarnation parfaite de l'adaptation de la discipline aux enjeux de la mondialisation. Celui que l'on surnomme le « grand argentier de la F1 » règne sur l'industrie promotionnelle de ce sport depuis les années 1980, soit depuis l'issue d'un conflit d'intérêt qu'il a lui-même initié à partir de 1970 contre la FIA. Ce conflit ayant trait au partage des droits commerciaux et promotionnels de la F1, il fut à l'origine d'un changement radical dans la gouvernance de la discipline reine du sport automobile.

### *Le conflit FISA-FOCA et les Accords Concorde : stricte séparation des pouvoirs ou soumission progressive de la FIA aux enjeux économiques de la discipline ?*

Cette séparation des pouvoirs entre le sport et le commerce, entre l'organisation et la promotion, entre le fédéralisme et le libéralisme n'a pas toujours existé en F1. Jusqu'en 1970, la discipline était gérée d'une toute autre manière. 1971 fut un tournant qui allait remettre en question son fonctionnement et sa logique politique. Cet épisode charnière, issu d'un conflit entre deux instances, la FISA (Fédération Internationale du Sport Automobile), branche sportive de la FIA, et la FOCA (Formula One Constructors Association), bouleversa la gouvernance de la F1, mais surtout, il favorisa sa mondialisation.

Jusqu'aux années 1970, le pouvoir de la FIA sur la F1 était incontesté: non seulement elle régnait sur le plan réglementaire et sportif mais elle occupait également le pouvoir économique et commercial, les profits générés par la F1 étant perçus et redistribués par la fédération elle-même. Cependant, la relative démocratisation de la discipline, les retombées économiques plus en plus importantes, ainsi que la poursuite du défi technologique engendrèrent une inflation économique qui se répercuta sur les dépenses - de plus en plus colossales - des constructeurs<sup>3</sup>. À partir de la fin des années 1960, l'économie de la F1 connaissait donc une certaine expansion alors que son système politique restait inchangé, si bien que les revendications auprès de la FIA par les constructeurs commencèrent à se multiplier dès 1971. La création de la FOCA (Formula One Constructors Association) en 1974 par B. Ecclestone et son associé de l'époque, Max Mosley, n'est que l'expression de ces revendications. Face à la hausse des coûts, les constructeurs exigèrent à partir de 1972 qu'une part des revenus, croissants et perçus par la FIA leur soit équitablement restituée. Devant l'indifférence de la fédération, B. Ecclestone et Max Mosley entreprirent de négocier directement avec les propriétaires des circuits de F1. Ainsi, en échange de l'assurance de la présence des meilleurs pilotes et écuries ainsi que d'une couverture médiatique intense, les organisateurs de Grand Prix ont été contraints de payer des franchises de plus en plus élevées. Ce procédé,

<sup>3</sup>Martin Beck-Burridge, *Sports Sponsorship and Brand Development: the Subaru and Jaguar stories*, Palgrave Macmillan, 2000, pp. 15-25

toujours à l'œuvre aujourd'hui, rendit, dès les années 1970, l'activité des constructeurs bien plus lucrative. Cette époque marque donc le début d'un schisme politique entre le pouvoir sportif et le pouvoir économique en F1. Rupture confirmée en 1975, par un accord tacite entre la FIA et la FOCA. Cet accord prévoyait un premier partage des pouvoirs, la FIA acceptant de fixer une augmentation annuelle des frais pour les organisateurs de Grand Prix, alors que la FOCA devenait libre de redistribuer « équitablement » les profits ainsi générés à chaque équipe<sup>4</sup>. Dans ce contexte, l'arrivée du Français Jean-Marie Balestre à la tête de la FISA, la branche sportive de la FIA, en 1978 traduisait une ambition claire : stopper l'ascension de la FOCA et de sa figure de proue, B. Ecclestone, pour permettre à une FIA, alors décrédibilisée, de reprendre le contrôle de l'économie de la F1.

La contestation par J-M. Balestre de la séparation des pouvoirs décidée en 1975 donna ainsi lieu aux Accords Concorde, dont les conséquences seront irréversibles pour la F1. Les Accords Concorde régissent pour une période d'environ cinq ans le fonctionnement de la F1, son partage des pouvoirs et son système de répartition des revenus. Légalement contraignants, ils incarnent la montée en puissance de la donne commerciale et l'affaiblissement de l'institution-mère de la discipline. En effet, ses sept ratifications de 1981 à 2013 ont amoindri considérablement la marge de manœuvre de la FIA en tant qu'instance régulatrice. Le premier accord de 1981 mit en échec J-M. Balestre : non seulement le Français n'a pas été en mesure de revenir sur la séparation des pouvoirs instaurée en 1975 entre le sportif et l'économique, mais la FIA perdit définitivement le contrôle des droits télévisés au profit de la FOCA. Il s'agissait d'une acquisition particulièrement stratégique, la télévision devenant un acteur émergent dans l'économie de la F1. La deuxième version des accords Concorde (1987) confirma les termes du premier et permit également au seul B. Ecclestone de louer la gestion des droits télévisés à la FOCA. Ce dernier fonda la même année une société indépendante, la FOPA (Formula One Promotions and Administration), qui deviendra, entre autres, la Formula One Management (FOM). Cette location des droits devint vite permanente – pour cent ans – après la signature du quatrième Accord Concorde de 1997<sup>5</sup>. Dès lors, B. Ecclestone et sa nouvelle compagnie eurent les mains libres, libres de la FIA (Accords Concorde de 1981), et libres des constructeurs dont ils se détachèrent complètement (Accords Concorde de 1997).

Écartée de l'économie de la F1, la dégradation de l'influence de la FIA vint même s'étendre à son pouvoir sportif à partir de 2008. Cette année-là, le président de la FIA Max Mosley, pourtant coresponsable de l'instauration de ce système, écrivit une lettre officielle dénonçant les propositions faites dans le cadre du sixième Accord Concorde par la société CVC Capital Partners - ancien détenteur des droits commerciaux - et son

<sup>4</sup>Martin Beck-Burridge, *Sports Sponsorship and Brand Development: the Subaru and Jaguar stories*, 2001, pp. 16-20

<sup>5</sup>Martin Beck-Burridge, *Sports Sponsorship and Brand Development: the Subaru and Jaguar stories*, 2001, pp. 18-20

bras droit B. Ecclestone : « *Le détenteur des droits commerciaux demande à contrôler les règlements de la F1 et à pouvoir vendre ce marché à n'importe qui - et donc prendre totalement possession de la discipline. La FIA ne devrait accepter cela. Nous mettrions en danger sa viabilité en tant qu'organisme de contrôle du sport mécanique international. De mon point de vue, nous devrions signer de nouveaux Accords Concorde si cela renforce le pouvoir de la FIA.*<sup>6</sup> » Le septième Accord Concorde – et dernier en date – n'est que la continuité des précédents. Signé en 2013 pour sept ans, il marque la fin du monopole de la FIA sur le contrôle sportif de la F1. En effet, il instaure une nouvelle instance décisionnaire et législative interne, le Groupe stratégique. Ce comité rassemble la FIA, la FOM et les six constructeurs les plus compétitifs du championnat précédent. Il a pour objectif de proposer au Conseil mondial du sport automobile, - organe de gestion internationale du sport automobile - les mises à jour techniques et sportives pour le règlement de l'année suivante. Ces propositions sont étudiées puis votées à l'occasion du Conseil Mondial par la Commission F1, réunissant les représentants de la FIA, les détenteurs des droits commerciaux, les équipes, les organisateurs de Grand Prix et quelques éminents sponsors. Le pouvoir de la FIA sur le domaine sportif est donc désormais dilué dans un panel d'organes exécutifs et législatifs. Un deuxième coup fatal porté à l'institution-mère de la F1.

En définitive, il est frappant de noter que le conflit FISA-FOCA pour le pouvoir de la F1 met en exergue les différences culturelles et historiques pour la pratique du pouvoir<sup>7</sup>. La FIA, organe légitime et régulateur, incarnant l'« État en F1 » et défendue par le Français Jean-Marie Balestre, perdit peu à peu face à une philosophie libérale de tradition anglo-saxonne, incarnée par le Britannique B. Ecclestone. Le passage d'une gouvernance institutionnelle à une gouvernance commerciale et la séparation des pouvoirs qui en découle a ainsi accordé aux compagnies de B. Ecclestone une très grande autonomie en vue de libéraliser et mondialiser la discipline reine du sport automobile, sans que la FIA ne puisse intervenir. Désormais actionnaire très minoritaire de la F1 (1% des parts) et gratifiée annuellement par la FOM et les constructeurs<sup>8</sup>, la FIA n'est pas seulement séparée des enjeux économiques de la discipline : elle y est totalement soumise et tributaire, ce qui représente une menace à la sauvegarde de son indépendance. Une soumission dont Max Mosley, instigateur avec B. Ecclestone de ce système et président de la FIA de 1991 à 2009, est l'incarnation.

<sup>6</sup>Max Mosley, lettre officielle de la FIA adressée aux présidents des clubs automobiles, 17 mai 2008

<sup>7</sup>Charles Jennings, *Burning Rubber: The extraordinary story of Formula 1*, 2010

<sup>8</sup>The FIA's \$1 million Grand Prix boost, pitpass.com, consulté le 17 novembre 2016

## LA F1 DANS LA MONDIALISATION : UN « MEGA-ÉVÈNEMENT SPORTIF » PARTICULIER

---

Le conflit FISA-FOCA et l'instauration des Accords Concorde furent annonciateurs de la mondialisation, qui affectera tant la F1 à partir des années 1990. Avec la libéralisation et l'accélération des échanges, l'intégration des marchés, ainsi que le développement des technologies d'information et de communication, la F1 s'est progressivement mondialisée. Les différents Grands Prix sont ainsi devenus, par le biais d'un calendrier toujours plus diversifié et celui de la retransmission, des événements toujours plus attractifs, tant d'un point de vue sportif que touristique, économique, financier et politique. Ceci fait de la F1 ce qu'on appelle un « méga-événement sportif ». Conceptualisé par Yann Roche en 2000, un méga-événement sportif désigne une manifestation sportive d'envergure dont le caractère dramatique et l'importance internationale mobilisent un grand nombre de personnes. Il se caractérise donc par une forte attractivité touristique, une potentielle influence sur l'image du pays ou ville d'accueil, un effet stimulant pour le commerce local, un effet accélérateur sur l'aménagement urbain et une couverture médiatique intense<sup>9</sup>. Cependant, si la F1 est devenue un tel événement, elle présente une « exception ».

### *Le Grand Prix de F1 dans le contexte de la mondialisation : un événement magnifié et désiré*

Si l'on s'en tient à la définition de Yann Roche, la F1 stimule en effet, dans le contexte de la mondialisation, le tourisme, l'urbanisme, l'économie et l'attractivité du pays d'accueil, et en particulier de certaines métropoles dites « émergentes-dominantes ». Elles-mêmes issues de pays émergents, qu'elles portent le nom de Singapour, Kuala Lumpur, Shanghai ou encore Dubaï, ces villes ont toutes un point commun : elles ont connu un essor suite aux booms pétroliers et économiques des années 1990, elles sont soutenues par une économie de marché libérale et dans laquelle les pouvoirs publics sont omniprésents<sup>10</sup>, elles représentent le cœur économique et financier de leur région, et elles aspirent à un développement à dimension internationale. C'est pourquoi elles reposent de plus en plus sur des manifestations culturelles et sportives prestigieuses dont le but est d'accroître leur visibilité et leur attractivité auprès des touristes et des investisseurs étrangers. Ces métropoles sont donc prêtes à investir des sommes considérables afin d'obtenir les droits de franchise exigés par la FOM et ainsi organiser de tels événements.

À ce titre, l'exemple du Grand Prix de Singapour, épreuve urbaine et nocturne apparue au calendrier de la discipline en 2008, incarne très bien ces enjeux. Singapour aspirant à

<sup>9</sup>Yann Roche, *Mega-events and modernity*, 2000, p 18

<sup>10</sup>Romain Roul, *Géopolitique et virages de la F1*, 2011, chapitre 3, pp 78-80



devenir une ville globale, la F1, en tant que grande manifestation sportive, était un vecteur déterminant à la réalisation de cet objectif et a, de fait, été instrumentalisée dans le cadre d'une stratégie urbaine et touristique de long terme. Dès janvier 2005, le ministre singapourien du Commerce et de l'Industrie, Lim Hng Kiang, mit en place un programme en vue de développer le tourisme, « Tourism 2015 »<sup>11</sup>. Ce programme est notamment à l'origine de nouveaux aménagements très importants du site de Marina Bay. L'arrivée de la F1 la même année s'inscrivait donc dans cette démarche de développement urbain et touristique : en effet, la course se déroulant de nuit et en pleine ville, elle permet, grâce à des effets lumineux spectaculaires, de valoriser l'architecture si particulière de la baie. Financé à 60 % par des fonds publics, un nouveau réaménagement en vue d'accueillir un Grand Prix s'éleva à 100 millions de dollars<sup>12</sup>. Conformément à sa stratégie urbaine et touristique, la F1 fut donc pour Singapour une première opportunité de s'investir dans le tourisme sportif annuel, ce qui s'avéra payant : depuis 2008, la cité-État a attiré environ 250 000 touristes et perçoit annuellement 120 millions de dollars grâce à ce seul événement<sup>13</sup>.

À travers la F1, les villes émergentes telles que Kuala Lumpur, Singapour, Shanghai ou encore Abou Dhabi comptent sur un effet multiplicateur, incluant la recrudescence des investissements étrangers et du tourisme. La discipline reine du sport automobile, à l'instar d'autres méga-événements sportifs, est donc un outil en vue d'accroître le rayonnement mondial de ces destinations d'accueil. Dans ce contexte, la F1 a participé aux rivalités économiques régionales en Asie du Nord-Est (entre le Japon, la Corée du Sud, et la Chine), ainsi qu'en Asie du Sud-Est (entre la Malaisie et Singapour). À Sotchi en 2014, elle a confirmé le retour sur la scène internationale de la Russie comme puissance mondiale, après l'organisation des Jeux olympiques d'hiver quelques mois plus tôt ; enfin, elle valorise et diversifie les économies des émergents exportateurs de pétrole tels que l'Azerbaïdjan, les Émirats arabes unis et, prochainement peut-être, le Qatar.

En tant que « méga-événement sportif », la F1 est donc comparable à la coupe du Monde de football ou aux Jeux olympiques, tant les enjeux qu'elle met en exergue dépassent la simple sphère sportive. Mais c'est là que le bât blesse : la F1 n'est ni le football, ni les Jeux. Elle présente une spécificité fondamentale qui la différencie des autres sports et événements cités et qui explique pourquoi sa mondialisation ne peut pas s'opérer de la même manière.

### ***L' « exception » de la F1 : une industrie automobile et technologique exclusive***

La F1 se fonde sur une industrie automobile et technologique ; elle est donc soumise à un public mondial plus restreint. Il suffit de regarder les marques participantes pour

<sup>11</sup>Joan C Henderson, « Sports events and Tourism: the Singapore Formula One Grand Prix », 2010 pp. 58-75

<sup>12</sup>John Burton, « Singapore looks to F1 to rev up growth economy », Financial Times, 27 septembre 2008.

<sup>13</sup>See Kit Tang, « Can sports re-energize Singapore's Tourism ? », cnbc.com, 25 février 2015



s'en rendre compte : malgré la mondialisation, le panel de motoristes et de constructeurs ne s'est que très peu diversifié, puisqu'il reste exclusivement européen et japonais. Or, sport, éducation, culture et société sont étroitement liés<sup>14</sup> : si le football, « sport de pauvre », se pratique et se démocratise plus aisément, la F1 est souvent cataloguée comme un « sport de riche », qui requiert un certain niveau de vie et une culture du sport automobile pour être accessible. Cette culture découle généralement de l'histoire et du prestige d'une industrie automobile dont l'Europe conserve historiquement un monopole. Si la F1 est populaire en Europe occidentale, elle est méconnue en Afrique et peine à se démocratiser dans les pays d'Asie dans lesquels elle s'est implantée. Les exemples de l'échec du Grand Prix d'Inde (présent au calendrier de 2011 à 2013) et du manque de popularité du Grand Prix de Chine auprès de sa population incarnent d'ailleurs les limites de la prétention de la F1 à atteindre un tel niveau de popularité. En outre, la présence d'une industrie automobile et technologique a un fort impact sur le spectacle en piste, ce qui soumet la F1 à une audience aléatoire en fonction des périodes. Par exemple, l'introduction de la motorisation hybride V6 depuis 2014 a creusé des écarts de performances tels entre les différentes équipes que l'intérêt du public pour la discipline n'en a été qu'appauvri. La F1 est certes devenue un méga-événement sportif, un enjeu urbain et touristique pour les villes émergentes et un instrument du *soft power* pour les nations d'accueil. Mais elle se distingue de ses pairs, car elle se fonde avant tout sur une industrie de pointe qui en fait un sport d'élite et peu accessible.

## LA F1 DANS LA MONDIALISATION : UNE ÉCONOMIE SPÉCULATIVE DÉCONNECTÉE DU GRAND PUBLIC

---

La capacité de la F1 à attirer un public global est d'ores et déjà plus limitée que celle d'autres méga-événements sportifs tels que les Jeux olympiques ou la Coupe du Monde de football. Pourtant, dans sa logique actuelle, la discipline reine du sport automobile tend à oublier que la pérennité d'un sport mondial repose en premier lieu sur la consistance et l'assiduité de son public. Ainsi, alors que la mondialisation aurait dû démocratiser et populariser la F1, elle est au contraire en train de l'éloigner de son audience au profit d'une économie artificielle, fondée sur deux sources de revenus principales : les droits organisationnels payés par les propriétaires des circuits et les droits télévisés versés par les chaînes souhaitant retransmettre la F1. En quoi l'économie de la discipline s'artificialise-t-elle dans la mondialisation et quels en sont les dangers ?

---

<sup>14</sup>Damion Sturm, *Sport events, Society and Culture*, 2014, Chapitre 4, pp 68-81

## L'évolution du calendrier de la F1 : simple conquête géographique ou déracinement ?

D'un point de vue géographique, la politique de la FOM, dominante depuis la passation de pouvoir issue du conflit FISA-FOCA, délocalise la discipline au lieu de simplement l'exporter. Le constat est sans appel : la F1 quitte son berceau européen pour s'établir dans le monde entier. En 1970, sur seize manches disputées, dix étaient européennes (soit 62%) ; en 2016, sur vingt-et-une manches, seulement huit se sont déroulées sur le Vieux continent (soit 38%). Depuis 1999 et l'inauguration du Grand Prix de Malaisie, l'arrivée de la F1 dans les pays émergents s'est multipliée: Bahreïn et Chine (2004), Turquie (2005), Singapour (2008), Émirats arabes unis (2009), Corée du Sud (2010), Inde (2011), Russie (2014) et Azerbaïdjan (2016). Le fait est que le « visionnaire » B. Ecclestone comprit très vite que l'investissement dans les pays émergents et leurs métropoles augmenterait les revenus de la F1 de façon considérable, puisque la discipline reine du sport automobile répond aux attentes de ces pays en quête du rayonnement et du *soft power* que peuvent leur procurer un événement sportif d'une telle envergure. Réciproquement, ce rapport de force permet à la FOM de B. Ecclestone de garder un avantage dans les négociations. Les contrats entre la quasi-totalité des circuits des émergents et la FOM comportent en effet une clause permettant à la compagnie d'augmenter les droits de franchise auprès des organisateurs de Grand Prix jusqu'à 10% par rapport à l'année précédente<sup>15</sup>. Dans cette perspective, la FOM est donc parfaitement consciente que les villes émergentes d'Asie ou du Moyen-Orient sont en concurrence entre elles dans leur quête de visibilité internationale. Elle instrumentalise donc cette concurrence en leur exigeant des frais d'organisation de plus en plus importants. Ceci explique la différence entre les droits très peu élevés exigés aux étapes traditionnelles par rapport à ceux des pays émergents : en 2015, le circuit de Monza en Italie a déboursé 9,7 millions de dollars contre les 55,7 exigés à celui de Yas Marina, aux Émirats arabes unis. Les stratégies économiques développées par les métropoles émergentes étant révélatrices de ce désir insatiable de visibilité, ceci explique pourquoi la part de l'influence urbaine et touristique dans l'exigence organisationnelle de la F1 ne cesse de croître depuis une quinzaine d'années. Aussi, un simple circuit ne suffit plus à satisfaire l'appétit financier de la discipline puisqu'elle se voit désormais attirée par des villes émergentes, dynamiques, culturelles et festives. Des villes où l'environnement urbain est plus important que la qualité de la piste. Des villes où la présence d'une élite financière dite « jet-set » est assurée. Des villes où la couverture médiatique et publicitaire permet à la F1 de toucher un nouveau public. À ce titre, la comparaison entre l'inauguration du Grand Prix du Japon en 1976 – antérieure à la mondialisation de la F1 – et celle du Grand Prix de Chine en 2004 – issue de la stratégie de globalisation de la discipline – permet d'illustrer le changement de dynamique opéré par les promoteurs de la ce sport.

<sup>15</sup>Christian Sylt, *Deals on Wheels: F1's billion dollar business*, <http://edition.cnn.com/>, 31 juillet 2013

Le premier Grand Prix du Japon eut lieu à Fuji en 1976. Outre l'accueil des Jeux olympiques d'été par Tokyo en 1964, l'association de la F1 avec le Japon s'est fondée sur le succès concret d'une économie. L'industrie automobile nipponne, dont la croissance fut fulgurante entre 1950 et 1985, notamment grâce au système managérial du toyotisme, en est l'expression. L'essor de l'automobile au Japon connut deux phases : la première, de 1950 à 1970, fut celle de l'écoulement du marché intérieur japonais ; puis la deuxième, de 1970 à 1985, celle de la conquête des marchés par une politique d'exportation permise par la saturation du marché intérieur et l'abaissement des barrières protectionnistes<sup>16</sup>. Ainsi, la tenue du premier Grand Prix du Japon au milieu de cette décennie n'est pas un hasard : elle est le reflet de cette stratégie d'ouverture dont le but était de conquérir le marché automobile mondial. La puissance de l'industrie automobile nipponne favorisa naturellement l'émergence d'une culture automobile au Japon. Ainsi, le succès de Honda, motoriste qui fit les beaux jours des écuries McLaren et Williams dans les années 1980 (six titres de champion du monde des constructeurs, marqués par les duels anthologiques entre Alain Prost et Ayrton Senna), a fait du Grand Prix du Japon l'un des plus populaires du calendrier.

L'organisation du premier Grand Prix de Chine en 2004 répond à une logique tout à fait différente. En effet, la F1 s'est ici appuyée sur des critères majoritairement urbains, sans tenir compte du rapport de la population locale au sport automobile. À cette époque, la ville de Shanghai était le prototype de ces métropoles émergentes en quête de rayonnement et prêtes à déboursier des sommes colossales afin d'organiser un méga-événement sportif. Si Beijing, autre candidate, fut écartée puisqu'elle concentrait les pouvoirs administratifs et politique, Shanghai aspirait à devenir une ville cosmopolite, festive, commerçante, touristique et attirant une clientèle jet-set, soit tous les critères exigés par la F1 moderne<sup>17</sup>. Pourtant, alors que la Chine voit émerger une classe moyenne qui devrait être réceptive à ce type d'événements et une industrie automobile en essor - à l'image de Great Wall Motor, le plus grand constructeur privé chinois et exportateur dans 60 pays -, l'automobile n'y est pas autant culturellement ancré que chez le voisin nippon. La Chine ne parvient donc pas à remplir les tribunes du circuit de Shanghai: excepté en 2004 où le Grand Prix inaugural avait attiré 260 000 spectateurs curieux, ce chiffre est tombé à 155 000 en 2010 et peine à remonter depuis<sup>18</sup>.

L'analogie entre les fondements du Grand Prix Japon et ceux du Grand Prix de Chine est ainsi révélatrice de la dynamique actuelle de la F1. La volonté de créer un Grand Prix du Japon, comme pour la plupart des épreuves européennes, s'est fondée sur des éléments concrets : un succès économique réel assurant une ferveur populaire réelle. À l'inverse, la F1 en Chine s'appuie sur une attente financière et médiatique, donc sur une logique

<sup>16</sup>Philippe Pelletier, *Le Japon*, Armand Colin 1997, Paris, pp. 98-106.

<sup>17</sup>Romain Roult, *Géopolitique et virages de la F1*, Septentrion Géopolitique, Québec, 2011, pp 95-96.

<sup>18</sup>Romain Roult, *Géopolitique et virages de la F1*, Septentrion Géopolitique, Québec, 2011, p 98

bien plus spéculative. L'exemple de la Chine s'applique aussi aux cas de Singapour, d'Abou Dhabi, de l'Inde ou de Bahreïn, pour lesquels le même raisonnement fut appliqué par la FOM : profiter des droits élevés versés par les organisateurs sans savoir si le succès de l'événement serait au rendez-vous.

Les négociations entre la FOM et les promoteurs de circuit sont donc désormais structurées par des critères auxquels le potentiel pays d'accueil doit répondre en vue d'organiser un Grand Prix. Or, ce sont des normes auxquelles l'Europe ne répond plus. « *Quand on voit ce qu'il s'y fait en termes d'organisation, je considère que l'Europe est devenue une partie du tiers monde* » a déclaré B. Ecclestone en 2014<sup>19</sup>. N'étant plus au fait de ces normes et surtout jugés trop peu rentables, les Grand Prix européens s'effacent au profit des destinations émergentes. Car l'augmentation des droits exigés par la FOM fait mécaniquement pression sur celles des circuits traditionnels, ce qui les menace à terme. À ce titre, les difficultés actuelles rencontrées par les Grand Prix d'Allemagne et d'Italie illustrent ce déracinement. Pourtant, non seulement ces circuits incarnent le berceau de la F1, mais ils mobilisent également la culture automobile si développée en Europe, offrant, à l'instar du Japon, la garantie d'un public plus nombreux et plus fidèle. Le Grand Prix d'Italie sur l'Autodromo Nazionale Di Monza construit en 1922, symbolise la ferveur italienne pour le sport automobile, à travers l'amour inconditionnel des *Tifosi* pour leur équipe fétiche, la Scuderia Ferrari. L'épreuve est historique et les tribunes à chaque fois comblées, mais son organisation est en délicatesse. La compagnie SIAS, détentrice du circuit de Monza, négociait depuis le début de l'année 2015 une prolongation de son contrat avec la FOM pour l'après 2017<sup>20</sup>. Mais en accord avec sa logique commerciale, Ecclestone a exigé des franchises plus élevées que les années précédentes, ce que les organisateurs ont longtemps rechigné à payer, jusqu'à ce qu'un accord de dernière minute ait été trouvé en août 2016. De même, le Grand Prix d'Allemagne se trouve dans une position délicate. L'Allemagne et la F1 est une combinaison pourtant populaire auprès du grand public, non seulement grâce à la présence historique de Mercedes-Benz, mais également à travers la ferveur que suscite toujours Michaël Schumacher. Avec Sebastian Vettel, Nico Rosberg, Nico Hülkenberg et Pascal Werlhein, l'Allemagne est en outre la nation la plus représentée sur la grille de départ. Pourtant, la saison 2015 n'a pas connu de Grand Prix d'Allemagne, la faute à un différend financier entre le patron du circuit d'Hockenheim, Georg Seiler, et B. Ecclestone. En 2017, l'organisation du Grand Prix prévue au mythique Nürburgring est également compromise.

Le « berceau » italien de Monza ayant été sauvé par un contrat pluriannuel avec la FOM, on peut se demander si les menaces de disparitions proférées par B. Ecclestone ne sont

<sup>19</sup>Victoria Adam, « Selon Ecclestone, l'Europe est devenue le tiers-monde pour les affaires ! », Boursier.com, 3 novembre 2014

<sup>20</sup>Simon Gray, *European heartland cedes to non-european values*, Financial Times, 13 mars 2015

pas uniquement des stratégies de « bluff » ayant pour seul but de faire pression à la hausse sur les droits commerciaux qu'il exige de ces circuits, et ainsi accroître les bénéfices de la FOM tout en préservant « in-extremis » le patrimoine européen de la F1. Si cela est en partie vrai, l'absence du Grand Prix de France depuis 2008 prouve également le contraire. Première nation à accueillir un Grand Prix automobile (1903), la France organisait son Grand Prix de F1 de 1991 à 2008 sur le circuit de Magny-Cours, dans la Nièvre. Soutenu par la Fédération française du sport automobile (FFSA), le Grand Prix de France était en contrat avec la FOM jusqu'en 2009 inclus. Cependant, faute d'un accord financier avec la FOM, la FFSA décida de renoncer à son statut de promoteur du Grand Prix de France la même année<sup>21</sup>. B. Ecclestone en tête désapprouvait le circuit de Magny-Cours, car il ne répondait plus aux normes organisationnelles demandées par la F1, contrairement aux villes émergentes. « La France pourrait obtenir le soutien nécessaire pour organiser à nouveau une course mais l'endroit où elle se déroulait n'intéresse personne »<sup>22</sup>, déclarait-il en juin 2015. Trop peu rentable et trop peu glamour, le Grand Prix de France fut donc officiellement annulé par la FFSA en octobre 2008 ; les multiples succès de Renault dans la discipline et les quelque 70 pilotes ayant défendu le drapeau tricolore sur la piste n'y ont rien changé. Si le Grand Prix de France fera son grand retour à partir de 2018 via un contrat pluriannuel entre la FOM, la FFSA et la région PACA, propriétaire du circuit Paul Ricard au Castellet, son éviction, une décennie durant, démontre que la F1 ne s'exporte pas seulement : elle se déracine de son terreau traditionnel, l'Europe, et de sa clientèle la plus fidèle, les Européens.

En profitant de la mondialisation comme une occasion unique de conquérir de nouveaux marchés, le jeu joué par la FOM n'en est pas moins dangereux, car la véritable délocalisation de la F1 se fait l'écho d'une économie toujours plus spéculative. Si les destinations émergentes sont très rentables pour les percepteurs des droits commerciaux, les pays d'accueil, eux, sont souvent perdants, et ce pour trois raisons. D'une part, les métropoles émergentes ciblées sont toutes très dépendantes du tourisme et donc très sensibles aux aléas - par exemple, Singapour avait vu sa fréquentation touristique baisser de 3,1 % en 2014 par rapport à 2013<sup>23</sup>, le gouvernement singapourien invoquant notamment les tragédies relatives à la Malaysian Airline. D'autre part, comme précisé en amont, les droits exigés par la FOM à ces destinations hôtes ne cessent de croître, réduisant progressivement les profits engendrés par des investissements colossaux financés à 90 % par les pouvoirs publics. La Chine et l'Inde ont clairement montré les limites de cette stratégie, car augmenter annuellement les frais d'organisation revient - au mieux - à maintenir le prix des billets pour les spectateurs très élevé. Or, dans des pays où la pauvreté reste très développée et où le sport automobile n'est pas ancré dans les mœurs, les tribunes se vident année après

<sup>21</sup>Communiqué de presse officiel de la FFSA, 16 octobre 2008

<sup>22</sup>Grégory Demoen, Ecclestone: "Il n'y a pas de bon Grand Prix en France" F1i.com le 19 juin 2015

<sup>23</sup>See Kit Tang, "Can sports re-energize Singapore's Tourism ?", cnbc.com, 25 février 2015

année. Enfin, à l'instar des Jeux olympiques, les réaménagements urbains dans le cadre de la F1 se font souvent au détriment de la population locale (destructions d'habitats, déplacements de populations, privatisation des espaces publics)<sup>24</sup>. Autant de difficultés qui accroissent la vulnérabilité des Grand Prix émergents. Or, sachant que l'économie actuelle de la F1 s'appuie désormais fortement sur ces destinations et leurs pouvoirs publics, leur possible perte serait inquiétante. C'est pourtant bien ce qui est en train de se produire : le 21 novembre 2016, les organisateurs du Grand Prix de Malaisie ont déclaré qu'ils renonceraient à la F1 après expiration de leur contrat en 2018. Le ministre du tourisme malais, Nazri Abdul Aziz, est explicite : « *Les tribunes se remplissent de moins en moins chaque année. La F1 suscite beaucoup moins d'intérêt que par le passé alors qu'organiser le Grand Prix nous coûte 65 millions d'euros par an* »<sup>25</sup>. La veille, B. Ecclestone avait également partagé ses inquiétudes quant à la pérennité du Grand Prix nocturne de Singapour après la saison 2017 : « *Singapour est devenu plus qu'un aéroport par lequel transiter grâce à la F1. Pourtant, ils estiment qu'ils ont maintenant atteint leur objectif et ils ne veulent plus d'un Grand Prix à présent* »<sup>26</sup>, confiait-il.

Paroxysme de ces délocalisations spéculatives, le nouveau Grand Prix d'« Europe » à Bakou en Azerbaïdjan ne trompe personne. Sous couvert de prétendre défendre l'héritage européen de la F1, l'Azerbaïdjan, pays d'Asie et grand pétrolier émergent, est utilisé aux mêmes fins que ses pairs. Il suffit de regarder le taux remplissage des tribunes autour du circuit durant le Grand Prix pour s'en rendre compte.

### ***L'exploitation des droits télévisés : la recherche du profit au détriment de l'accessibilité à la F1***

Ouvrir la F1 à de nouveaux marchés lui donne également accès à une exploitation des droits télévisés bien plus importante. L'enjeu est d'autant plus essentiel depuis que la discipline s'est lancée à la conquête de l'Asie, continent dont la démographie implique des centaines de millions de téléspectateurs potentiels. Mais là encore, malgré la mondialisation télévisuelle de la F1, le nombre de ses téléspectateurs connaît une baisse significative depuis huit ans<sup>27</sup>.

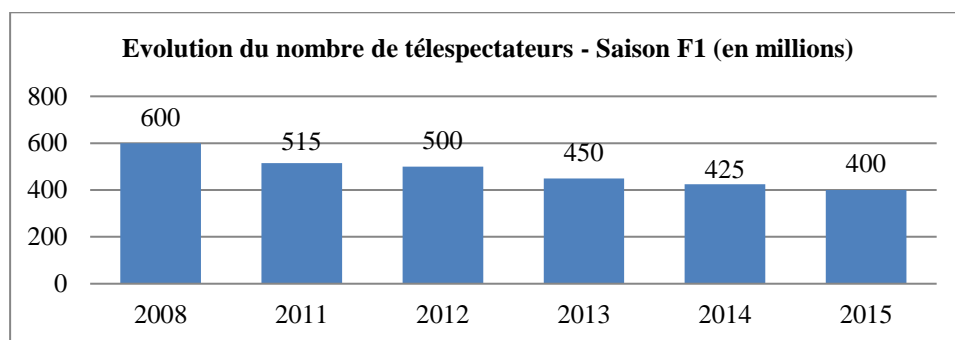
<sup>24</sup>Anne-Marie Broudehoux, « *Hier, aujourd'hui, demain: étude sur les impacts urbains des méga-événements sportifs* », 2010

<sup>25</sup>Grégory Demoen, *La malaisie décide de renoncer à la F1*, F1i.com, 21 novembre 2016

<sup>26</sup>Grégory Demoen, *Singapour ne veut plus de la F1*, F1i.com, 20 novembre 2016

<sup>27</sup>Marc Limacher, *Business / Book GP 2015*, p 36





Cette baisse vertigineuse se confirme alors que la F1 a conquis de nouveaux marchés peuplés, comme l'Inde (de 2011 à 2013) et la Corée du Sud (de 2010 à 2013). Comment s'explique-t-elle ?

D'une part, elle résulte d'un changement de stratégie pour la diffusion de la F1 : la FOM délaisse en effet de plus en plus les chaînes de télévision gratuites pour des partenariats avec des chaînes payantes. Afin de retransmettre la F1, ces dernières déboursent à la FOM des sommes plus importantes que leurs concurrents gratuits. En France, TF1 ne pouvant plus assumer les 31 millions d'euros annuels qu'elle déboursait à la FOM pour diffuser les Grand Prix<sup>28</sup>, Canal+ a succédé à la chaîne gratuite à partir de 2013, entraînant dès la première année une perte de 16 millions de téléspectateurs - 26 millions de téléspectateurs en 2012 sur TF1 contre 10,2 millions en 2013 sur Canal+. Également, en Grande-Bretagne, les droits de diffusion ont explosé (+ 110 % entre 2011 et 2012) après le rachat de ceux-ci par Sky Sports<sup>29</sup>, même si les téléspectateurs britanniques sont dorénavant moins nombreux. La stratégie est donc claire : moins de téléspectateurs, mais plus de profits pour la FOM. Cette logique étant la même que celle observée pour la délocalisation du calendrier saisonnier, elle présente le même effet pervers : elle rend la discipline de moins en moins accessible au grand public. Depuis le passage de la F1 aux chaînes payantes, le nombre de téléspectateurs à travers le globe ne regardant plus les Grand Prix en direct à la télévision a augmenté de 50%<sup>30</sup>.

D'autre part, la baisse des audiences est due à l'exception de la F1, soulignée en amont : l'industrie automobile et l'innovation technologique, sur lesquels la discipline fonde son existence, ont un fort impact sur la qualité du spectacle en piste. Entre 2011 et 2013, la domination technique de Red Bull Renault et de son pilote Sebastian Vettel n'a guère suscité l'intérêt de la foule. Cette perte d'intérêt s'est ensuite confirmée depuis que la dernière réglementation technique a permis à l'équipe Mercedes d'écraser la concurrence avec des écarts abyssaux de 2014 à 2016. Cette réglementation, dont

<sup>28</sup> Guillaume Errard, *TF1 abandonne la Formule 1 à Canal+*, Figaro.fr, le 15 février 2013

<sup>29</sup> Gilles Festor, *Pourquoi les audiences de la F1 ne cessent de s'effondrer*, Figaro.fr, 16 février 2015.

<sup>30</sup> Grand Prix Drivers Association, *Global Formula 1™ Fan Survey 2015*

l'introduction d'un moteur V6 hybride très coûteux est le pivot central, a exacerbé les disparités économiques entre les équipes et creusé des écarts de compétitivité colossaux qui se traduisent en piste et impactent négativement le spectacle. La Grand Prix Drivers Association (GPDA), une association qui réunit tous les pilotes de F1 actuels, a publié une enquête en avril 2015 confirmant les critiques et les craintes des spectateurs et téléspectateurs de la discipline reine du sport automobile. Impliquant 215 000 personnes issus de 194 pays différents, ce sondage dévoile que moins de 10% des interrogés voient la F1 en meilleure santé aujourd'hui. De plus, les mots clés majoritairement utilisés par les participants pour décrire la F1 sont « *coûteuse, technologique et ennuyeuse* ». En 2010 encore, ils la considéraient comme « *technologique, compétitive et excitante* »<sup>31</sup>.

On le voit, dans le contexte de la mondialisation, la F1 tend à délaisser son public originel pour des raisonnements économiques de plus en plus spéculatifs, où l'accessibilité du sport dans les destinations et canaux de retransmission choisis n'est plus un critère de sélection. Depuis 1999 et le début de la grande phase d'exportation de la F1 vers les marchés émergents, c'est cette logique qui domine : le profil urbain d'une ville d'accueil (festive, touristique et en quête de rayonnement) prime sur la qualité du circuit ; les droits commerciaux colossaux perçus par la FOM en amont de l'événement priment sur l'accessibilité du grand public aux Grand Prix; et la négociation avec des chaînes de télévision payantes (plus profitables à la F1 mais dont les téléspectateurs sont moins nombreux), se fait au détriment des chaînes gratuites. D'un point de vue financier, la F1 n'a donc jamais été aussi riche. Avec des profits estimés à 4,4 milliards de dollars<sup>32</sup> dont 1,625 milliard pour la seule FOM, la discipline s'enrichit sans discontinu depuis 2003. Pourtant, on observe un décalage croissant entre la F1 et un grand public de plus en plus écarté, de plus en plus délaissé. Car à mesure que la discipline se globalise et s'enrichit, elle s'isole.

## L'IMPACT DE LA GOUVERNANCE SUR LES PERSPECTIVES DE SORTIES DE CRISE

---

Perte d'audiences, perte d'accessibilité et déracinement du sport : voici l'état actuel de la F1. Dès lors, comment rétablir le lien toujours plus ténu entre la F1 et son public ? Idéalement, les deux solutions suivantes sont à privilégier : l'une consisterait à limiter, voire stopper le déracinement du calendrier ; l'autre viserait à relancer le spectacle en piste. Mais tout est question de volonté politique : afin de changer la dynamique actuelle, il faudrait engager de profondes réformes dans la gouvernance de la discipline. Or, dans

<sup>31</sup>Grand Prix Drivers Association, Global Formula 1™ Fan Survey 2015

<sup>32</sup>Sylt Christian, *The Secret Behind Formula One's \$4.4 Billion Profits*, Forbes, 15 juillet 2015

sa structure même, cette gouvernance empêche une telle révolution. Plus encore, tend à amplifier la crise que traverse de la F1.

### *Une redistribution des revenus croissante mais toujours plus inéquitable*

La séparation des pouvoirs entre les domaines sportif (FIA) et économique (FOM) qui a permis le développement de la politique commerciale, libérale et mondialiste décrite en amont, est un premier élément de réponse en vue de comprendre dans quelle mesure la gouvernance actuelle de la F1 est responsable de la crise de popularité que le sport traverse malgré sa mondialisation. Dans ce contexte, le rôle de la FOM – combiné à l'inaction de la FIA - a été une fois de plus crucial. Mondialisation ou non, depuis la création de la compagnie par B. Ecclestone, ce rôle n'a jamais changé : la FOM exploite les droits commerciaux issus des circuits et des chaînes de télévision ~~puis~~ pour redistribuer environ 65 % des bénéfices engendrés aux constructeurs. Or, cette redistribution est très inégalitaire, car elle dépend des résultats et du prestige de chacune des équipes. Actuellement, 33,5 millions de dollars vont à chaque formation qui a terminé au moins deux fois dans le top 10 du championnat lors des trois années précédentes. Ensuite, la FOM tient compte de la position finale de chaque équipe au championnat des constructeurs. La première place valait ainsi 97 millions de dollars en 2015 contre 47 millions pour la dernière. Enfin, les constructeurs dits « historiques » et considérés comme indispensables à la pérennité de la F1 négocient avec la FOM des « bonus » annuels compris entre 30 et 100 millions de dollars, et actuellement répartis de manière inégale entre Ferrari, Mercedes, Red Bull et McLaren. Accordées par B. Ecclestone à ces quatre « top teams » il y a quelques années lorsque l'ancien propriétaire de la discipline, CVC Capital, envisageait d'introduire la F1 en bourse - le fonds d'investissement ayant alors besoin que les principaux acteurs du championnat s'engagent à rester en F1 jusqu'en 2020 au moins -, ces faveurs sont révélatrices des inégalités économiques croissantes au sein de ce sport<sup>33</sup>. A contrario, les petites équipes (Williams, Force India ou encore Sauber) ne jouissent pas d'un tel avantage. La problématique de l'équité financière en Formule 1 est ainsi cruciale car le budget annuel d'un constructeur sera proportionnel à la capacité de développement de ses monoplaces et à la qualité de ses résultats. Ainsi, la Scuderia Ferrari, seulement 4e au championnat du monde des constructeurs en 2014, a bénéficié d'un budget pour 2015 estimé à 418 millions de dollars (dont 175 millions provenant de la FOM incluant un bonus de 100 millions) ; l'équipe Force India, elle, 6e à l'issue du championnat 2014, n'a disposé en 2015 que de 129,7 millions de dollars (dont 68 millions de la FOM)<sup>34</sup>.

<sup>33</sup>Grégory Demoen, *Voici ce que vont toucher les équipes de la part de la FOM en 2016*, F1i.com, le 6 avril 2016

<sup>34</sup>Marc Limacher, *Business / Book GP 2015*, p 9

Si la redistribution inégalitaire des revenus par la FOM n'est pas un fait nouveau, les profits engendrés par l'exploitation des droits organisationnels et télévisés ont explosé avec la mondialisation de la F1. Autrement dit, plus le gâteau est gros, plus son partage est inégalitaire. En effet, depuis la fin des années 1990, la FOM, en exploitant de nouveaux marchés afin de multiplier ses recettes, provoque une inflation économique généralisée de la discipline qui se répercute sur la redistribution des revenus, sur le niveau compétitivité des équipes et donc sur la qualité du spectacle en piste. Les écuries les plus fortunées peuvent investir des sommes illimitées afin de développer leurs monoplaces, de maîtriser les technologies, d'améliorer leurs résultats et donc d'obtenir de nouvelles faveurs de la FOM et de leurs sponsors, alors que les autres jouent leur survie. Rappelons que si la FIA aurait dû avoir pour rôle de corriger ces inégalités, elle n'a plus le pouvoir de remettre en cause une redistribution dont elle est elle-même tributaire : afin de s'assurer de son bon fonctionnement, la fédération a ainsi reçu en 2015 26,8 millions de dollars de la part de la FOM et des constructeurs.

### *Inégalités et séparation des pouvoirs : une gouvernance fragmentée et incapable de promouvoir une politique-spectacle*

Depuis la signature des derniers Accords Concorde (2013), le système politique de la F1 ne fait que conforter ces disparités. Comme évoqué précédemment, le Groupe stratégique de la F1 – composé de la FIA, de la FOM et des six constructeurs les plus compétitifs que sont actuellement Red Bull, Mercedes, Ferrari, Williams, Force India et Renault – accorde six voix à la FIA, six à la FOM et six à l'ensemble des équipes présentes. Or, ce groupe a révélé jusqu'à présent des intérêts totalement divergents. Par exemple, si la FIA prône la réduction des coûts, les constructeurs représentés au Groupe stratégique s'y opposent logiquement puisqu'elle entrave leur course à la performance. Conformément à sa perte de pouvoir progressive, la FIA échoue depuis 2007 dans sa lutte en faveur du contrôle des coûts : malgré la réduction des essais privés et la proposition en 2009 faite par Max Mosley de plafonner le budget des grandes équipes afin de pallier la crise économique et favoriser le spectacle, les coûts ne sont toujours pas maîtrisés. Ainsi, depuis 2013, « F1 » et « contrôle des coûts » sont devenus particulièrement antinomiques, la plupart des équipes actives au sein du Groupe stratégique étant ~~peu~~ généralement peu concernées par toute contrainte financière. De plus, la présence des constructeurs dans le processus des négociations du Groupe stratégique n'a fait qu'accroître les inégalités entre grosses et petites équipes. Un système comparable à un tribunal de guerre, dans lequel les vainqueurs dictent la loi aux vaincus. Chacune de ces équipes y élabore des propositions techniques qui préservent ses propres intérêts, sans viser à réduire les coûts ni à améliorer le spectacle en piste.

La FOM conteste ce système politique mais il en est directement à l'origine. La redistribution de plus en plus importante et inégalitaire des revenus annuels qu'elle perçoit de la F1 mondialisée, ainsi que le rôle croissant du sponsoring sportif ont accru l'influence des grands constructeurs. Cette influence se reflète dans l'existence même du Groupe stratégique, dans lequel ceux-ci décident en partie de leur propre sort. « *J'affirme que la F1 est devenue trop démocratique et ne suis pas favorable au maintien du Groupe stratégique.* » déclarait B. Ecclestone au mois de juin 2015<sup>35</sup> après une énième réunion contre-productive du groupe, avant de compléter ses propos en avril 2016 : « *Nous devons revenir à la bonne période des années passées, quand j'étais dans une position bien plus forte. Quand j'étais un dictateur !* »<sup>36</sup>. Mais s'il conteste le régime politique actuel, le système commercial qu'il a bâti depuis les premiers Accords Concorde de 1981 est telle une boîte de Pandore qui lui est désormais impossible de refermer. C'est ce système qui, par sa quête de profits croissants, a créé une inflation généralisée de l'économie de la F1 ; c'est ce système qui négocie bilatéralement avec les écuries les plus puissantes, en leur redistribuant des revenus toujours plus importants et inégaux ; c'est ce système qui a ainsi accru l'influence des grands constructeurs et leurs sponsors jusqu'à la création du Groupe stratégique, que B. Ecclestone qualifie lui-même de « trop démocratique » car il multiplie des revendications divergentes grippant la gouvernance de la F1 ; et c'est ce système qui n'a eu de cesse que d'affaiblir la FIA depuis trente-cinq ans, au point de la paralyser politiquement. Alors même que celle-ci devrait jouer un rôle « étatique » et régulateur, en préservant le patrimoine européen de la discipline ainsi qu'en maîtrisant les coûts et les inégalités économiques et sportives, sa soumission à des enjeux commerciaux qu'elle ne contrôle plus depuis 1981 l'en empêche. La « dictature » prônée par B. Ecclestone n'est plus qu'un lointain souvenir : la mondialisation de la F1 a provoqué une fragmentation de sa gouvernance, entre une FIA affaiblie, une FOM avide, des constructeurs inégaux et des intérêts privés croissants. En l'état, cette gouvernance ne peut pas résoudre la crise existentielle de la F1. Pas plus que le nouveau règlement technique prévu pour 2017, qui, censé relancer le spectacle en piste, ne sera que le pansement d'un système entier devant être repensé.

## L'AVENIR DE LA F1 : ENTRE PRISE DE CONSCIENCE ET CONTINUITÉ PROBABLE

Face aux inégalités économiques croissantes qui impactent le spectacle et à l'impasse politique qui grippe les organes décisionnaires de la discipline, quelles sont les évolutions possibles ?

<sup>35</sup>Olivier Guillaume, *Ecclestone critique l'égo surdimensionné des directeurs d'écuries*, motorsports.com, le 3 juin 2015.

<sup>36</sup>Olivier Ferret, *Ecclestone : Pourquoi je dois redevenir le dictateur de la Formule 1*, nextgen-auto.com, 27 avril 2016

### *Une remise en cause croissante du système économique de la F1*

Les constructeurs actuels étant quasiment tous basés en Europe, la Commission européenne s'est penchée à plusieurs reprises sur la gouvernance actuelle de la F1. En octobre 2015, deux « petites » écuries, Force India et Sauber, ont même porté plainte auprès de la Commission pour ce qu'elles considèrent être le développement d'une « concurrence déloyale »<sup>37</sup>. Les deux équipes contestent autant la position majoritaire des grands constructeurs au sein du Groupe stratégique que la redistribution inégalitaire des revenus organisée par la FOM. La jurisprudence montre que, la Commission étant déjà intervenue en vue de rétablir une concurrence saine entre des clubs de football espagnols – privilégiés d'un point de vue fiscal et économique – et néerlandais, l'issue de cet appel devrait être favorable aux deux écuries concernées. L'essor de la concurrence déloyale étant une critique régulièrement adressée à la mondialisation et au libéralisme effréné qui en découle, il est possible que le modèle économique actuel de la F1 soit ébranlé dans ses fondements : en effet, si la Commission européenne tranche en faveur des plaignants, une renégociation des Accords Concorde pourrait avoir lieu, et avec elle, le rétablissement d'une certaine équité financière et sportive.

Actionnaire minoritaire à un peu plus de 1% et soumise aux enjeux économiques de la F1, la FIA est également visée par la Commission européenne. Cette dernière ayant pour objectif de prévenir tout conflit d'intérêt et rétablir l'indépendance totale de l'institution-mère de la discipline, elle a profité du rachat de la F1 par son nouvel actionnaire majoritaire Liberty Media afin d'engager une nouvelle enquête<sup>38</sup>, qui s'est conclue par l'obtention des autorisations nécessaires à cette acquisition<sup>39</sup>.

### *Liberty Media, nouveau propriétaire : évolution ou révolution ?*

Liberty Media a en effet officiellement entamé le rachat de la F1 le 7 septembre 2016 à son ancien détenteur, CVC Capital Partners. Ce géant américain spécialisé dans le divertissement a annoncé son intention d'acquérir le Formula One Group - FOM incluse - pour 4,4 milliards de dollars. Fondée par John Malone, cette société puise son succès dans ses stratégies de communication, ce qui donne d'ailleurs quelques indications sur les principales réformes de la F1 à venir. Chase Carey, le vice-président exécutif de 21st Century Fox et désigné pour devenir le nouveau président de la F1, a en effet pour objectif de relancer l'attractivité de la principale compétition de sport mécanique. Il souhaite « améliorer de la distribution du contenu, notamment sur le numérique, car celui-

<sup>37</sup>Thierry Granturco, *La Commission européenne pourrait faire implorer la F1*, Huffington Post, le 25 octobre 2015

<sup>38</sup> Adam Cooper, *L'Union Européenne alertée sur la vente de la F1 à Liberty Media*, motorsports.com, le 26 septembre 2016

<sup>39</sup> Euronews, *F1: Liberty Media reçoit les autorisations nécessaires au rachat*, euronews.com, le 17 décembre 2016



ci représente actuellement un pourcentage très faible des revenus »<sup>40</sup>. La F1, très en retrait sur internet et les réseaux sociaux, va donc tenter ~~donc~~ de combler un retard qui a participé aux difficultés de sa démocratisation.

Mais au-delà, ce rachat peut-il réorienter la politique de la F1 vers un retour aux sources, ~~et~~ davantage d'équité et de popularité ? Si le retour annoncé du Grand Prix de France au Castellet laisse entrevoir l'espoir d'une politique plus respectueuse du public et conservatrice de l'ADN de la F1, trois doutes subsistent. Premièrement, le nouveau président de la F1, Chase Carey s'est montré clair à la suite de ce rachat : il veut « faire évoluer le calendrier et établir une gamme plus large de partenariats commerciaux, notamment avec des sponsors »<sup>41</sup>. Or, une telle volonté pourrait très bien s'inscrire dans la continuité de ce qu'a été la politique économique et spéculative de la FOM depuis quinze ans. Deuxièmement, Greg Maffei, le président de Liberty Media, a rapporté que les constructeurs les plus importants de la Formule 1 actuelle (Mercedes, Ferrari et Red Bull) souhaitaient devenir eux aussi propriétaires du sport : « nous pensons, initialement, leur céder une partie des actions qui étaient détenues par CVC »<sup>42</sup>. Si tel est le cas, ces parts pourraient servir à rémunérer les équipes en 2017 à la place de l'argent traditionnellement reversé en fin de saison par la FOM. De quoi renforcer les inégalités économiques, la fragmentation politique de la F1 et leurs conséquences : absence d'une vraie « politique-spectacle », perte d'intérêt du public et désertion des spectateurs et téléspectateurs. Troisièmement, B. Ecclestone ne prendra vraisemblablement pas sa retraite. A 85 ans, le grand argentier de la discipline conserverait un rôle important puisqu'il a été nommé bras droit de Chase Carey, et conserverait, pour trois ans, son poste de PDG du Formula One Group et de ses branches, la Formula One Administration et la Formula One Management. Si B. Ecclestone demeure toujours maître de ses compagnies, de l'exploitation des droits commerciaux de la F1 et de la redistribution des revenus, le système économique et politique de la discipline n'a que peu de chances d'évoluer à moyen terme.

L'année 2020, qui verra les Accords Concorde être renouvelés, reste peut-être la meilleure opportunité pour la F1 de panser sa sclérose politique. D'autant que l'action du nouveau propriétaire et l'éviction probable de B. Ecclestone d'ici là pourraient permettre une véritable refonte de la trajectoire politique et sportive de cette discipline.

<sup>40</sup>Grégory Demoen, Carey : « Faire passer la F1 à un niveau supérieur » F1i.com, 8 septembre 2016

<sup>41</sup>Charles Bradley, Le futur président de la F1 veut la faire passer 'à un niveau supérieur', Motorsport.com, le 8 septembre 2016

<sup>42</sup>Olivier Ferret Liberty Media – Les équipes veulent avoir des parts dans la Formule 1, Nextgen-auto, le 12 novembre 2016

## CONCLUSION

---

La mondialisation libéralise les échanges commerciaux, financiers et humains ; elle participe à l'intégration des marchés ; elle vise à développer les retombées économiques, connecte et rapproche les sociétés entre elles. Mais la mondialisation intensifie également une concurrence parfois déloyale, accroissant les inégalités ; elle développe la délocalisation ; elle tend à dissoudre le pouvoir, l'histoire et l'héritage d'une institution étatique, fédératrice et régulatrice dans un magma où pléthore d'intérêts privés émergent. La F1 n'échappe pas à ces règles. La mondialisation est donc pour elle une arme à double-tranchant : sa meilleure opportunité, mais également son potentiel bourreau. Certes, elle lui permet toujours un développement économique. Mais ce développement s'opère au détriment de la capacité de la discipline à attirer et fidéliser un grand public. La gouvernance de la F1, incarnée par une politique libérale et commerciale, est à la fois le déclencheur et l'amplificateur de cette tendance. En définitive, la F1 semble oublier que de par son manque d'accessibilité et sa culture élitiste, sa marge de manœuvre est plus limitée que celle d'autres méga-événements sportifs tels que les Jeux olympiques ou les compétitions internationales footballistiques. Prédominance du business dans le sport, corruption et disparités économiques sont d'ailleurs des problématiques auxquelles est également confronté le football aujourd'hui. Mais toute la différence se joue dans l'accessibilité et la popularité de la discipline sportive. C'est pourquoi, alors que le football incarne « *le stade ultime de la mondialisation* »<sup>43</sup>, la F1 ne semble pas connaître la même réussite. ■

---

<sup>43</sup>Pascal Boniface, *Football et mondialisation*, Armand Colin, Paris, 2006, Chapitre 2.

**OBSERVATOIRE GÉOSTRATÉGIQUE DU SPORT**

**« LA MONDIALISATION DE LA F1 EST-ELLE A L'ORIGINE DE SA CRISE DE POPULARITÉ ? »**

PAR JÉRÉMIE GAUTHIER / ÉTUDIANT À IRIS SUP'

JANVIER 2017

*Un observatoire du*

**PROGRAMME SPORT ET RELATIONS INTERNATIONALES**

Sous la direction de Carole GOMEZ et Pim VERSCHUUREN, chercheurs à l'IRIS

[gomez@iris-france.org](mailto:gomez@iris-france.org)

[verschuuren@iris-france.org](mailto:verschuuren@iris-france.org)

© IRIS

Tous droits réservés

INSTITUT DE RELATIONS INTERNATIONALES ET STRATÉGIQUES

2 bis rue Mercoeur

75011 PARIS / France

T. + 33 (0) 1 53 27 60 60

[contact@iris-france.org](mailto:contact@iris-france.org)

@InstitutIRIS

[www.iris-france.org](http://www.iris-france.org)