

Les déterminants du financement des clubs de football de première division au Burkina Faso de 2015 à 2022

Determinants of the financing of first division soccer clubs in Burkina Faso from 2015 to 2022

Auteur 1 : Prosper KABORE

Auteur 2 : Lwungili Justin BATIONO

Prosper KABORE (Docteur)

ORCID : 0000-0003-0034-739X, Laboratoire LRE-ID, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (UFR/SEG), Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest, Unité Universitaire de Ziguinchor, Sénégal/.

Lwungili Justin BATIONO (Docteur)

ORCID : 0000-0002-791-1684, Centre d'Etudes, de Documentation et de Recherches Economiques et Sociales (CEDRES), Unité de Formation et Recherche en Sciences Economiques et de Gestion (UFR/SEG), Université Thomas SANKARA (UTS), Burkina Faso.

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 : KABORE .P & BATIONO .L J (2022) « Les déterminants du financement des clubs de football de première division au Burkina Faso de 2015 à 2022 », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 14 » pp: 224-249.

Date de soumission : Aout 2022

Date de publication : Octobre 2022



DOI : 10.5281/zenodo.7258779
Copyright © 2022 – ASJ



Résumé

La mise en œuvre de la politique sportive en particulier celle du football engage de l'Etat et le mouvement sportif. L'Etat intervient ainsi dans la mise en œuvre des activités du football à travers un appui financier et technique. Outre cela, des modèles de financement du budget des clubs sont mis en place par les acteurs du football. Le football est devenu aujourd'hui une véritable industrie qui crée de nombreuses opportunités aux acteurs. Dans les pays en développement, le football souffre de modèle adéquat pour son financement. Dès lors, déterminer les canaux de financement du football pouvant contribuer à l'autonomisation financière des clubs de football reste une exigence essentielle à la dynamique d'un sport professionnel. Cet article vise à analyser les facteurs explicatifs du financement des clubs de première division de football au Burkina Faso de 2015 à 2022. Les données ont été collectées auprès des structures sportives. La méthode des moindres carrés ordinaires (MCO) à effets fixes est appliquée à cet effet.

Les résultats empiriques montrent que les variables telles que la subvention, les recettes de sponsoring, les recettes des compétitions de la Fédération burkinabé de football (FBF) et les recettes de transferts des joueurs se sont révélées positives et significatives au seuil de 1%. Une hausse de la subvention, des recettes de sponsoring, des recettes des compétitions de la FBF et des recettes de transferts des joueurs entraîne respectivement une augmentation de 1,21 point de pourcentage, de 0,92 point de pourcentage, de 1,93 point de pourcentage et de 0,79 point de pourcentage du budget des clubs au seuil de 1%.

Mots clés : déterminant, autonomisation financière, Première division, club, MCO

Abstract

The implementation of sports policy, in particular that of soccer, involves the State and the sports movement. The State interferes in the implementation of soccer activities through financial and technical support. In addition to this, models of funding the clubs' budget is set by the soccer actors. Soccer has now become a real industry that creates many opportunities for the players. In developing countries, soccer lacks an adequate model for its funding. Therefore, determining the funding channels of soccer that can contribute to the financial empowerment of soccer clubs remains an essential requirement for the development of a professional sport. This article aims at analysing the factors that explain the funding of first division soccer clubs in Burkina Faso from 2015 to 2022. Data were collected from sports structures. The fixed-effects ordinary least squares (OLS) method is applied for that.

The empirical results reveal that variables such as subsidy, sponsorship revenue, competition revenue of the Burkina Faso Football Federation (FBF) and player transfer revenue were found to be positive and significant to the level of 1%. An increase in subsidy, sponsorship revenue, FBF competition revenue, and player transfer revenue increase club budgets by 1.21 points, 0.92 points, 1.93 points, and 0.79 points, respectively, at the 1% threshold.

Keywords: determining, financial empowerment, first division, club, MCO

Introduction

Le football de par sa popularité, comme de par les enjeux qu'il suscite chaque jour, occupe une place privilégiée dans la vie des nations grâce précisément à ses répercussions sociales, politiques et économiques. Il réalise toujours les meilleures audiences dans le monde (Flanquart et al., 2011). Son développement interpelle l'Etat, les mouvements sportifs nationaux et les instances internationales. C'est dans cette optique que l'État est fortement impliqué dans la mise en œuvre de la politique sportive (Honta, 2003).

Selon Diskeuve (2019), le financement du football était assuré autrefois par les dirigeants dans le but d'améliorer les performances de leur équipe. Ce modèle d'organisation attire et séduit le continent européen. Bouchez (2015) montre que les patrons d'entreprises injectaient des fonds dans le club de football de la ville afin de promouvoir leurs produits ou services. Des clubs de football se sont érigés en entreprises à part entière avec des responsabilités sociales, administratives et financières ou sportives (Marczewski, 2017). Bailleul (2021) observe qu'en France, l'Olympique lyonnais (OL), grâce au Naming avec le « Groupama » et les recettes de divers événements s'est construit son propre stade multifonction pour accueillir ses matchs. En Espagne, les clubs rivaux de Barcelone et du Real Madrid, avec des revenus annuels respectivement estimés à 715,1 millions et 714,9 millions d'euros occupent les premières places dans l'économie des clubs européens (Deloitte, 2021).

Par ailleurs, le football africain est en plein essor ces dernières années. De nombreux clubs tels que Al-Ahly du Caire, Mamelody Sundown, Wydad Casablanca ainsi qu'Espérance de Tunis enregistrent de bonne performance au niveau africain. Ces clubs font partie du top 10 du classement des clubs africains les plus riches avec un budget annuel respectif de 31,7 millions d'euros (Al-Ahly du Caire-Egypte), de 22,2 millions d'euros (Zamalek SC-Egypte), de 19,7 millions d'euros (Mamelodi Sundowns-Afrique du Sud), de 18,5 millions d'euros (Etoile Du Sahel-Tunisie), de 17, 3 millions d'euros (Espérance Tunis), de 16,1 millions d'euros (Wydad Casablanca-Maroc), de 13,4 millions d'euros (Raja Casablanca-Maroc), de 7,7 millions d'euros (Usm Alger –Algérie), de 6,5 millions d'euros (Js Kabylie-Algérie) et de 6 millions d'euros (Tp Mazembé-Rdc)¹.

¹ Le quotidien sport : Top 10 des clubs africains les plus riches : Al-Ahly du Caire trône en tête. <https://lequotidien.sn/top-10-des-clubs-africains-les-plus-riches-al-ahly-du-caire-trone-en-tete> du 4 octobre 2019

Depuis les indépendances, l'Etat du Burkina Faso a délégué à la Fédération burkinabè de football (FBF), l'organisation, la vulgarisation, la gestion technique et le développement du football. Cela passe sans doute par l'organisation des championnats nationaux de deuxième et de première division, ainsi que les championnats des petites catégories (minime, cadet, junior). Elle bénéficie de l'accompagnement financier et technique de l'Etat. Dans cette dynamique, un budget d'un montant estimé à 1 012 525 306 FCFA a été consacré à l'organisation des championnats de D1 et D2 et la coupe du Faso en 2016 par l'Etat (Tiendrébéogo, 2018).

Outre l'intervention de l'Etat, le fonctionnement des associations sportives régit par la loi N°064-2015 / CNT portant liberté d'association stipule que les clubs sont financés par les cotisations des membres, les dons et legs, le mécénat, le merchandising ainsi qu'avec la vente des joueurs et le sponsoring. Cette disposition juridique est confortée par la loi 050 du 19 novembre 2019, portant loi d'orientation des sports et des loisirs sur le mode de financement du sport en particulier le football.

Malgré ces efforts, le problème d'autonomisation financière des clubs de football au Burkina Faso se pose toujours avec acuité. Du fait de l'insuffisance des ressources financières, les clubs de football de première division se contentent des infrastructures de l'Etat pour accueillir les différentes compétitions. De même sur les seize (16) clubs de première division, deux (02) disposent de cadre de formation de la relève sportive. Plus de la moitié des clubs accusent de retard dans le paiement des salaires et font face à d'autres difficultés liées au fonctionnement. Cependant, force est de constater qu'aucune étude empirique n'a jusqu'ici songé à mettre en relief à notre connaissance, les principaux déterminants du financement des clubs de première division (L1) de football au Burkina Faso. C'est dans ce cadre que s'inscrit la présente étude intitulée : « Les déterminants du financement des clubs de football de première division au Burkina Faso de 2015 à 2022 ». L'objectif de cet article est d'analyser les facteurs explicatifs du financement des clubs de première division de football au Burkina Faso de 2015 à 2022. Elle se propose d'apporter des éléments de réponse à la problématique organisée autour des deux questions suivantes : quels sont les déterminants de financement des activités des clubs de première division de football ? Comment les performances sportives des clubs de première division de football dans les différentes compétitions contribuent-elles à leur autofinancement ? La suite de l'étude est structurée en trois parties. La première section traite de la revue de littérature économique sur les canaux de financement du sport. La seconde se consacre à expliquer la démarche méthodologique choisie pour vérifier les hypothèses. La troisième se

focalise sur l'analyse et la discussion des résultats obtenus, avant de conclure l'étude avec quelques recommandations.

1. Revue de littérature sur le financement des clubs sportifs

La problématique commune de tous les clubs sportifs, quels que soient la discipline et le niveau de jeu est la recherche de financement de leurs activités. Ces derniers mettent en œuvre diverses stratégies pour assurer le financement de leur plan de travail saisonnier. Dans cette dynamique, de nombreux auteurs se sont penchés sur les déterminants du financement des clubs de football. Le rapport de la Commission européenne (2011) indique qu'il existe plusieurs sources de financements, ainsi qu'un jeu complexe d'interactions en dépit d'un nombre limité de parties prenantes. Il s'agit de la cotisation des adhérents et d'achats de prestations (63%), de la subvention des collectivités territoriales et de l'Etat (18 %), du sponsoring (9 %), du mécénat et donations (2,2 %) et des fédérations et activités diverses (8 %). Andreff (2009) renchérit que les sources de revenus des clubs de première division sont constituées essentiellement de 58 % des droits de retransmission télévisuelles, de 18 % des recettes de sponsoring, de 14 % de billetterie et de 10 % d'autres recettes sur la période 2008-2009.

Bon nombre de travaux ont montré que les dépenses des pratiquants membres de clubs sont très variables selon les disciplines sportives en témoigne les dépenses de l'équitation 7 902 euro et du badminton 338 euro (Chantelat et al., 2001 ; Wicker et al., 2010). Des études similaires conduites en France par Michon et al. (1987) et aux États-Unis par Humphreys et Ruseki (2009) soulignent que les achats de vêtements et matériels ainsi que les frais de transport et d'hébergement participent à la disparité des montants dépensés selon les sports. Il n'en demeure pas moins que la discipline sportive est un déterminant puissant du montant des dépenses au club et, indirectement, de la structure du financement des clubs.

Les résultats de Barget et Chavinier-Réla (2017) portant sur plus de 1 500 clubs sportifs européens amateurs indiquent que les clubs de football parviennent à diversifier leur budget grâce aux recettes d'activités tandis que le tennis est fortement basé sur les cotisations des membres avec un faible soutien public. Quant à la gymnastique et la natation, les revenus sont concentrés sur les adhésions complétées par les subventions. L'athlétisme et le basket diversifient davantage leur budget grâce à une part plus importante des financements publics et des recettes de sponsoring significatives. Il ressort également que les facteurs tels que la taille du budget affectent le degré de diversification des recettes des clubs sont communs et d'autres

ont un rôle spécifique selon les sports. Ces résultats sont soutenus par ceux de Skirstad et Chelladurai (2011). Pour ces derniers auteurs, le niveau de concentration ou la diversification des recettes varie fortement d'un club à l'autre. Ils notifient que le niveau de pratique et de compétition ainsi que les activités commerciales du club (la location de matériel et l'organisation de manifestations sportives et extra-sportives) contribuent fortement à financer le budget des clubs sportif.

Des résultats empiriques à l'instar de ceux de Amis et Slack (1996) et Slack (1997) attestent que la taille du club et son ancienneté influencent la diversité des ressources. Ces résultats sont cohérents avec ceux de Tchernonog (2007) et Andreff et al. (1995), qui soutiennent que lorsque la taille du club augmente, la part des recettes d'activités et des subventions s'élève, tandis que la part des cotisations diminue. Il ressort également que le nombre d'employés, d'adhérents et la participation ou non à des compétitions de haut niveau sont des facteurs de diversification des financements.

Par ailleurs, Amnyos (2008) ainsi qu'Andreff et al. (2009) se sont intéresser à la mesure du poids économique du sport., Les auteurs observent que les dépenses des ménages pour le sport sont importantes et qu'une grande partie profite aux clubs sous forme d'adhésion et d'achats de prestations diverses. Ils indiquent que le bénévolat est également un des piliers du fonctionnement des associations, dont la vigueur impacte la structure du budget.

De Knop et al. (2004) montrent que la gouvernance du club joue un rôle sur sa situation financière et sa capacité à mobiliser une grande variété de ressources. Cette situation contraint les clubs sportifs à évoluer de l'association sportive amateur vers une organisation plus professionnelle dans la fourniture de services sportifs et à devenir association employeur.

Les travaux de Christos (2014), en utilisant le modèle Garch, testent le lien possible entre les performances sportives de clubs de football européens et le rendement boursier des clubs en s'appuyant sur un échantillon de 179 matchs (Coupe des Champions et Coupe UEFA). L'auteur conclut que les effets des matches sur le rendement diffèrent d'un club à l'autre. En effet, l'auteur indique que le match nul a non seulement un effet négatif pour certains mais a un effet positif pour d'autres. Il en est de même que pour les défaites.

Fleck-Dousteyssier (2007) soutient que le naming génère souvent une meilleure visibilité ainsi qu'une association plus forte à l'entité parrainée. Il conduit à des contrats au montant élevé pour la structure parrainée. Delattre et Aimé (2010) renchérirent que l'intérêt des clubs et fédérations sportives à travers le naming est de bénéficier d'une nouvelle source de financement permettant

de couvrir une part importante du coût de construction ou de rénovation d'un équipement ou du coût d'organisation d'un événement. Arnold et al. (2001) soutiennent par contre que le fait de donner son nom à un événement ou un équipement offre a priori une visibilité importante, le retour sur investissement n'est pas pour autant garanti. Ils ajoutent que les entreprises historiques et implantées localement sont plus et mieux acceptées car leurs investissements apparaissent indispensables pour la survie financière du club. En effet, le parrainage ne doit pas être uniquement commercial mais doit respecter également l'identité du club car cela peut créer des risques d'opposition.

Les travaux de Tabariés et Tchernonog (2004) ont révélé que la présence de femmes (taux de féminisation) dans les clubs est un facteur de diversité du fait de leur implication dans la recherche de nouvelles ressources, notamment via l'organisation de manifestations sportives et extra-sportives. Ces résultats corroborent avec ceux de Wicker et al. (2009) selon lesquels le genre a une forte influence sur la dépense. Les auteurs soulignent également que les adhérentes féminines dépensent davantage pour le sport bien que disposant de revenus plus faibles. Ces résultats montrent l'importance de considérer le taux de féminisation des clubs comme un potentiel facteur affectant sur la structure du budget.

2. Méthodologie de la recherche

L'étude s'est déroulée au sein de trois ligues régionales de football qui abritent la majorité des clubs de première division qui participent au championnat national. Les données utilisées sont essentiellement primaires et couvrent la période 2015 à 2022. La collecte des données s'est effectuée à travers une enquête par questionnaire dans les ligues du football du Centre/Ouagadougou regroupant cinq (05) clubs, des Hauts-Bassins/Bobo-Dioulasso regroupant deux (02) clubs et du Centre-sud/Manga un (01) club. Le tableau 1 présente les huit (08) clubs de la recherche et leur ligue d'origine.

Tableau 1: Les clubs enquêtés

LIGUE REGIONALE	CLUB
CENTRE	Association Sportive FasoYennega
	A.S SONABEL
	Etoile Filante de Ouagadougou
	Rail Club du Kadiogo
	Union Sportive de Forces Armées
HAUTS-BASSINS	Racing Club de Bobo
CENTRE-SUD	Association sportive des fonctionnaires de Bobo-Dioulasso
	MAJESTIC S.C

Source : construit par les auteurs

Le modèle d'analyse de cette étude repose sur l'approche de Sloane (1971) et de Dessus et al. (2011) dont leurs travaux portaient sur la détermination du comportement d'investissement des clubs français de football. Le modèle s'articule autour de la forme générale suivante :

$$\ln REC_{it} = \alpha \ln CL_{si,t} + N_{i,t} + \sum_{i=1}^n \alpha_i + \sum_{t=1}^T Dt + ui,t \quad \text{avec REC : désigne la somme des revenus au}$$

guichet (championnat et coupe), des revenus liés au sponsoring, des produits dérivés, des subventions publiques et des droits de retransmission télévisés, CLs : le Classement du club en fin de la saison, N : caractérise un ensemble de variables liées à la position sportive de début de saison du club (qualifié en ligue des champions C1, en ligue 1 (L1) ou relégué en ligue 2 au regard des résultats de la saison précédente (REL), D : est un effet fixe période et α est un effet fixe club, permettant d'évaluer le potentiel de recette propre à chaque club à performance sportive donnée, i : est l'index pour chacun des clubs ; $i=1,2,\dots, N$; N: est le nombre de clubs, t est un index pour les différentes saisons ; $t=1, 2, \dots, T$; T : est le nombre de saisons et u: est un résidu de l'équation, supposé être indépendant et identiquement distribué.

La spécification du modèle économétrique ainsi construit s'écrit comme suit :

$$BudClub = f(Sub, Rtransj, Rspons, Rbilet, RCoti, RCFBF) \quad (1)$$

$$\ln BudClub_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln Sub_{it} + \alpha_2 \ln Rtransj_{it} + \alpha_3 \ln Rbilet_{it} + \alpha_4 \ln Rcoti_{it} + \alpha_5 RCFBF_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

Le tableau 2 présente les signes attendus des différentes variables de l'étude.

Tableau 2: Les variables et leurs signes attendus

Variables	Mesure	Signes attendus
Budget du club	le niveau de richesse du club	+
Subvention	Ressources de fonctionnement	+
Recette transfert des joueurs	Ressources de fonctionnement	+
Recette sponsoring	la capacité d'autofinancement	+
Recette billetterie	la capacité d'autofinancement	+
Recette cotisation des membres	la capacité d'autofinancement	+
Recette des compétitions sportives de la FBF	la capacité d'autofinancement	+

Source : construit par les auteurs

3. Méthode de collecte et analyse des données

Les données utilisées dans le cadre de cette étude portent sur les saisons sportives 2015/2016 à 2021/2022. L'enquête s'est déroulée du 1^{er} avril 2022 au 04 juillet 2022, auprès des responsables des clubs de première division qui ont joué régulièrement le championnat D1 sur les sept (07) saisons sportives. Huit (08) sur les seize (16) clubs de première division sont concernés par l'étude à cause du phénomène de flux² des clubs entre les deux divisions (D2 et D1) à chaque fin de saison. Ainsi, un questionnaire anonyme a été adressé aux différents dirigeants des clubs de football du Burkina Faso afin d'obtenir des informations financières.

Le dépouillement des questionnaires a été manuel. Les données collectées ont été ensuite saisies dans le logiciel Microsoft Excel 2016, puis exporté dans le logiciel Eviews 10 pour les estimations économétriques. Ce logiciel a permis de calculer le montant moyen mobilisé, ainsi que les statistiques descriptives. Les tests de « Skewness » et de « Kurtosis » ont été utilisés pour vérifier la normalité de la distribution. En effet, le signe plus () signifie non significatif, une étoile (*) significatif au seuil de 10%, deux étoiles (**) significatif au seuil de 5% et trois étoiles (***) significatif au seuil de 1%. Le tableau 3 présente la taille de l'échantillon de la recherche.

² En France en plus de la mauvaise performance, les clubs disposant de compte financier déficitaire chronique sont relégués en division inférieure (Gouguet et Primault, 2006). Au Burkina Faso, les deux derniers du classement en fin de saison sportive sont relégués en division inférieure. Pendant ce temps les clubs des divisions inférieures sont promus en division supérieure immédiate.

Tableau 3 : L'échantillon de l'étude

Enquêtés	Echantillon	Questionnaires recouvrés	Taux de recouvrement
Présidents des clubs de football D1	8	8	100%
Responsables sponsoring des clubs D1	70	60	85,71%
Les personnes ressources	40	35	87,5%
Total	118	103	87,28%

Source : par les auteurs

4. Choix de l'approche méthodologique

La littérature indique plusieurs approches ont permis de déterminer les canaux de financement des structures sportives. Dans le cadre de cette étude, l'approche à « fixes » ou « non aléatoires » a été utilisée. Ce choix se justifie lorsque les N observations forment la population dans sa totalité, et que les effets aléatoires peuvent être utilisés lorsque les N individus observés forment un échantillon de la population totale (Nerlove, 2003). Le modèle à effets fixes est un modèle statistique dans lequel les paramètres du modèle sont des quantités fixes ou non aléatoires. Cela contraste avec les modèles à effets aléatoires et les modèles mixtes dans lesquels tout ou partie des paramètres du modèle sont des variables aléatoires. Il est l'un des spécifications couramment utilisées dans les études de panels. Il prend en compte la structure des résidus qui vérifient les hypothèses standards des MCO.

5. Présentation des résultats et Discussion

5.1. Présentation des résultats

Le tableau 4 résume les moyennes des variables utilisées dans la présente recherche à savoir : le budget du club, la subvention, les recettes des transferts des joueurs, les recettes de billetterie, les recettes de sponsoring et les recettes des récompenses des compétitions.

Tableau 4: L'analyse descriptive des variables sur la période 2015-2022 (montants sont en millions de FCFA)

Variables	Moyenne
Budget du club	116 299 700
Subvention	64 002 130
Recette transfert des joueurs	2 820 972
Recette sponsoring	19 673 440
Recette billetterie	792 786
Recette cotisation des membres	2 500 062
Recette des compétitions sportives de la FBF	3 250 000

Source : par les auteurs à partir de Eviews 10

L'analyse du tableau 4 montre que le budget moyen des clubs de première division de football au Burkina Faso couvrant la saison 2015-2016 à 2021-2022 est de 116 299 700 FCFA. Il ressort que les principaux canaux de financement des clubs sont la subvention de l'Etat de soixante-quatre millions de francs CFA (64 000 000 FCFA), les autres recettes sportives moyennes sont de 23 436 610 FCFA, les recettes de sponsoring sportif moyenne sont de 19 673 440CFA et la subvention de la FBF est de 64 002 130 FCFA en moyenne par saison sportive. Les plus faibles recettes moyennes sont celles de la billetterie 792 786 FCFA, des récompenses : 3 250 000 FCFA et la recette des cotisations des membres : 2 500 062 FCFA.

5.1.1. Synthèse des résultats du test par la méthode des moindres carrés avec le modèle à effet aléatoire

Les différentes statistiques issues de l'estimation du modèle avec le logiciel Eviews 10 sont consignées dans le tableau 5 comme suit :

Tableau 5 : Synthèse des résultats du test par la méthode des moindres carrés avec le modèle à effet aléatoire

Variables dans l'équation	Coefficients	Std error	T-staistic	Probabilité
Budget de Club				
subvention de l'Etat	1,21***	0,24	5,06	0,0000
Recette de billetterie	-2,26	1,80	-1,25	0,21
Recette cotisation des membres	0,60	0,36	1,65	0,10
Recette de sponsoring	0,92***	0,13	6,79	0,0000
Recette de transfert	0,79***	0,09	8,71	0,00000
Recette des récompenses des compétition	1,93***	0,16	11,72	0,0000
Constante	13530814	16982775	0,79	0,43
Effets de spécification			S.D	Rho
Cross-section random			0,000	0,000
Idiosyncratic random			37438462	1
Statistiques pondérées				
R ² ajusté	0,93	Moyenne de la variable dépendante		137 000 000
R ²	0,91	SD de la variable dépendante		65 288 199
SE de la régression	18491928	Critique de l'information d'Akaide		36,50
Somme carré des résidu	1,47 10E16	Critique de Schwarz		36,97
Log vraisemblance	-1009,1	Critique de Hannan-Quinn		36,68
F-statistic	53,54	Durbin-Watson stat		3,26
Prob (F-staistic)	0,00000			

() signifie non significatif, une étoile (*) significatif au seuil de 10%, deux étoiles (**) significatif au seuil de 5% et trois étoiles (***) significatif au seuil de 1%

Source : par les auteurs à partir de Eviews 10

Des résultats du tableau 5, il ressort que le modèle est donc doublement intéressant sur le plan statistique et économique.

Les statistiques indiquent que les variables subventions, sponsoring, recettes de transfert et recette des récompenses des compétitions sont respectivement significatif et positif au seuil de 1%. Elles ont une influence positive sur le budget des clubs. En effet, lorsque chacune d'elle augmente d'un point de pourcentage, le budget des clubs de football de première division s'améliore au Burkina Faso. Le budget des clubs connaît une hausse respectivement de 1,21 point de pourcentage (subvention), de 0,92 point de pourcentage (Sponsoring), de 0,79 point de pourcentage (transfert des joueurs) et 1,93 point de pourcentage (recette de récompenses des compétitions sportives) au seuil de 1%.

Le coefficient du R^2 ajusté qui est de 0,91 soit 91% du financement des clubs de première division de football au Burkina Faso est expliqué par les variables exogènes du modèle.

Le tableau 6 résume les résultats du test de Hausman avec modèle à effet aléatoire. Ces résultats permettent de conclure si c'est un modèle à effet aléatoire ou effet fixe.

Tableau 6: la synthèse des résultats du test de Hausman avec modèle à effet aléatoire

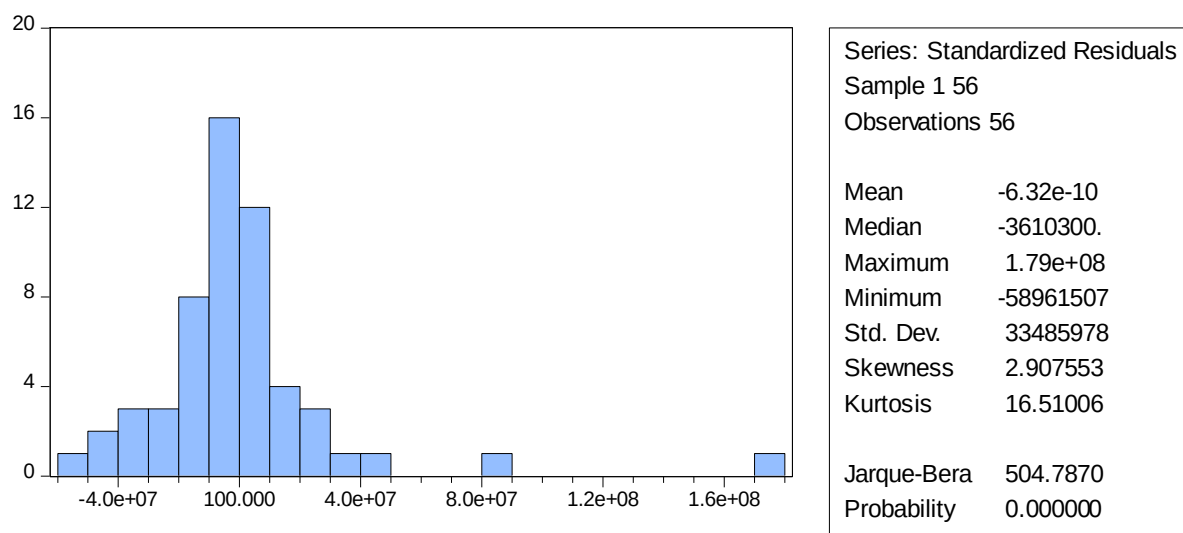
Modèle de régression linéaire				
Variables dans l'équation	Fixe	random	Var (diff)	Probabilité
Budget de Club				
Subvention	1,21	1,23	0,004	0,777
Recette de billetterie	-2,26	-1,75	0,29	0,34
Recette cotisation des membres	0,60	0,61	0,010	0,92
Recette de sponsoring	0,92	0,86	0,001	0,091
Recette de transfert	0,79	0,87	0,0024	0,079
Recette des récompenses des compétition	1,93	1,86	0,004	0,31
() signifie non significatif, une étoile (*) significatif au seuil de 10%, deux étoiles (**) significatif au seuil de 5% et trois étoiles (***) significatif au seuil de 1%.				

Source : par les auteurs à partir de Eviews 10

Les résultats du tableau 6 indiquent une statistique de χ^2 de l'ordre de 5 avec un degré de liberté de 6 et une probabilité = 0,5285 à l'ordre 5% donc on peut rejeter H_0 (le modèle à effet aléatoire) et par conséquent le modèle à effet fixe est le plus approprié pour notre analyse.

5.1.2. Synthèse des tests sur les résidus.

Le test de normalité synthétisé dans le graphique 1, permet de vérifier la normalité de la distribution statistique (Bourbonnais,1998). Il est fondé sur la notion de coefficient d'asymétrie « Skewness » et d'aplatissement « Kurtosis ». Au regard du nombre d'observations, la statistique du test se présente comme suit :



Graphique 1: Le test de normalité avec modèle à effet. Source : Par les auteurs à partir de Eviews 10

Les résultats du graphique 1 indiquent une probabilité = 0, 00002 < 5%. Cela signifie que les données ne suivent pas une loi normale. Ainsi le modèle à effet fixe donne des résidus qui ne suivent pas une loi normale.

5.2. Discussion des résultats

Les résultats confirment que la subvention agit positivement et significativement sur l'amélioration du budget des clubs de première division. En effet, une hausse de la subvention aux clubs de football d'un point de pourcentage entraîne une augmentation de 1,21 point de pourcentage du budget des clubs au seuil de 1%. Ces résultats sont cohérents avec ceux de Kaboré (2019) qui montre que les financements de l'Etat constituent l'un des meilleurs canaux de financement du football burkinabè. Ce financement constitue 38% en moyenne du montant total des ressources des clubs. Ces résultats corroborent avec ceux de Barget et Chavinier-Réla (2017) qui montrent que les subventions représentaient en moyenne plus de 30% des ressources

des clubs français de football, tennis, basketball, gymnastique, natation et athlétisme, soit une part deux fois plus importante que dans les clubs des autres pays européens. Fontanel (2007) soutient que les dirigeants des clubs doivent mettre en œuvre divers moyens pour répondre aux nouveaux objectifs de pérennité qui consistent à la fois à la recherche d'autonomie envers les résultats sportifs mais aussi envers leur environnement.

Les résultats indiquent que les recettes de sponsoring sportif agissent positivement et significativement sur le budget des clubs de première division au Burkina Faso. Une hausse des dépenses des recettes de sponsoring d'un point de pourcentage entraîne une augmentation de 0,92 point de pourcentage du budget des clubs au seuil de 1%. Ces résultats confirment ceux de Billebault (2018) qui soutiennent qu'en Côte d'Ivoire, le sponsoring occupe 20 % du budget du club de l'ASEC d'Abidjan avec une contribution du groupe agro-industriel Sifca, qui injecte ainsi 300 000 Euros par an. En Guinée, le budget du Horoya Athletic Club est de six milliards de francs CFA dont trois milliards sur fonds propres et trois autres venant des sponsors (Condé, 2016). Jedel (2019) relève que le sponsoring est l'un des éléments les plus importants dans la collecte de fonds pour les clubs sportifs.

Les sponsors s'associent toujours aux meilleurs pour avoir plus de visibilité. Le Paris Saint-Germain constitue aujourd'hui une opportunité à la fois puissante et unique pour les sponsors (Bonté, 2017). En s'associant avec le Paris Saint-Germain, les marques ont l'assurance de s'associer à un club à la visibilité mondiale et à l'influence croissante. Ils profitent d'un rayonnement sur de nombreux autres terrains où le club s'est déployé : l'innovation, la culture, la mode, l'art de vivre. Diop (2019) renchérit que le milieu dans lequel se trouve un club déterminera sa particularité et son attrait ou non par rapport aux autres clubs. Chaque club doit bâtir des visions stratégiques à moyen et long terme, à partir du diagnostic de son environnement. Fontanel (2007) conclut que face aux profondes évolutions économiques du sport, les clubs français ont cherché à organiser des structures nouvelles adaptées à la spécificité de leur activité économique afin de réduire la « précarité » de la gestion d'une entité économique qui ne se reconnaissait ni dans les entreprises commerciales stricto sensu, ni dans les formes associatives par trop restrictives.

Il ressort des résultats que les récompenses des compétitions sportives agissent positivement et significativement sur l'amélioration du budget des clubs de premières divisions. En effet, une hausse des recettes des récompenses des compétitions sportives d'un point de pourcentage entraîne une augmentation de 1,93 point de pourcentage du budget des clubs au seuil de 1%.

Ces résultats confortent ceux de Kimberley (2014), qui soutient que grâce à leurs performances sportives au niveau local et continental, les supporters des clubs sportifs tels que l'"Espérance Sportive de Tunis", le "Club Africain" ou le "Club Sfaxien" sont de plus en plus prêts à investir chaque année des sommes relativement importantes dans le renouvellement de leur maillot, de leur abonnement, et dans l'achat de gadgets avec la marque du club. A titre illustratif, la boutique sportive ouverte par le "Club Africain" lui a permis de réaliser un chiffre d'affaire de 340 MD en 2008/2009. Kesenne (2002) renchérit que l'effet des résultats sportifs est très significatif dans leur budget. Plus le club réalise de bons résultats sur le terrain, plus il a la chance d'attirer des partenaires et sponsors. Barget et Chavinier-Réla (2017) affirment que le fait d'évoluer dans des compétitions nationales ou internationales et le nombre de sportifs de haut-niveau permettent le développement des recettes d'activités importantes (billetterie et sponsoring). En effet, une hausse des recettes des récompenses des compétitions sportives entraîne une augmentation du budget des clubs.

Outre les recettes des compétitions sportives, le championnat, la coupe du Faso ainsi que la coupe interclubs de la Confédération africaine de football (CAF) permettent aux joueurs de s'exprimer et être vus par les recruteurs d'autres clubs plus nantis. Toute chose qui est cohérente avec les résultats de l'estimation qui montrent que les recettes des transferts des joueurs ont un impact positif et significatif sur l'amélioration du budget des clubs de première division de football au Burkina Faso. En effet, une augmentation d'un point de pourcentage des recettes de transfert des joueurs entraîne une appréciation de 0,79 point de pourcentage du budget des clubs par saison sportive.

En Europe, Deloitte (2020) soutient que grâce à leurs différentes performances sportives, les clubs anglais, espagnols, allemands, Italiens et français occupent à eux seuls 60% des revenus footballistiques du continent européen. Bourg et Gouguet (1998) soutiennent qu'il existe une forte corrélation entre les budgets des clubs et le classement du championnat. Pour la saison 2011/12, le coefficient de Pour la saison 2011/12, le coefficient de corrélation était de 0,89 pour la ligue 1 Française. Ces résultats montrent que plus les clubs sont performants, plus les supporters fréquenteront les infrastructures sportives. Ce qui permet de créer de la richesse aux clubs. C'est dans cette optique que Barget et Chavinier-Réla (2017) indiquent que le football à diversifier son budget grâce aux recettes d'activités diverses (billetterie, droits télé, ventes de maillots) en plus des cotisations et du sponsoring. Selon Andreff (2015), la billetterie est la plus ancienne source de revenus des clubs. Le produit annuel moyen de la billetterie d'une saison

professionnelle en ligue 1 français est estimé entre 2 et 2,5 milliards de francs ces dernières années. Le club Italien la Juventus de Turin a réalisé à elle seule une recette de 56,41 millions d'euro de vente de places en une seule saison (Kimberley, 2014).

Loirand (2003) soutient que le financement des clubs en dépend énormément des performances et le résultat sportif car des investissements coûteux sans résultats sportifs acceptables peuvent aboutir à des conséquences financières graves pour les clubs. Les sponsors octroient du soutien financier aux clubs sportifs en contrepartie d'une représentativité de qualité, ce qui pourrait être interrompu si les attentes des partenaires ne sont pas atteintes. Fontanel (2007) ajoute que bien que les performances constituent un facteur déterminant de sources potentielles de revenus, les résultats sportifs ne sont pas toujours maîtrisables. Ils dépendent des autres clubs et de leur compétitivité.

Dans cette dynamique, les entreprises comme Fidelis Finance BF (9 000 000FCFA), COGEA International SA et Sahel Industries en équipements sportifs, Tovio avec sept millions (7 000 000) de FCFA accompagnent les clubs (Sawadogo,2021). Aussi des partenaires comme Orange Burkina, la LONAB financent également le championnat via la Fédération burkinabé de football (FBF).

Conclusion

L'objectif de cet article est d'analyser les facteurs explicatifs du financement des clubs de première division de football au Burkina Faso de 2015 à 2022. La production littéraire relative au déterminant du financement du budget des associations sportives montrent que les clubs de football développent des mécanismes ou modèles de financement de leurs activités. Il ressort également l'État intervient dans la mise en œuvre des activités sportives en particulier le football à travers la subvention. Le football est devenu une véritable industrie qui crée de nombreuses opportunités aux clubs. Le football burkinabè a certes évolué mais a toujours du mal à se faire une santé économique qui puisse lui permettre de monter sur les podiums des compétitions africaines et se placer parmi les meilleurs clubs.

Sur le plan empirique, les résultats relatifs aux déterminants du financement des associations de sport ont abouti aux résultats que la subvention de l'État, les performances sportives et les résultats sportifs sont des facteurs significatifs et positifs à leur autonomisation financière. Une kyrielle d'approches empiriques de nombreux auteurs ont tenté de montrer la pertinence de la théorie relative à l'efficacité de la politique budgétaire des clubs sportifs et particulièrement celui du football amateurs et professionnels. Ces approches ont permis d'opérer également un choix de modèle empirique pour cette étude. Ainsi, certains auteurs postulent pour l'existence de corrélation positive entre le budget des clubs par saison sportives et les canaux de financement

Cette étude a eu recours à une approche des moindres carrés ordinaires (MCO) à effet fixe. Elle a retenu comme les variables exogènes telles que les recettes des compétitions de la Fédération burkinabè de football (FBF), les recettes de sponsoring, les recettes des transferts des joueurs, les recettes de billetterie et la subvention.

Le modèle construit a été estimé à l'aide du logiciel Eviews 10 pour générer les différentes valeurs statistiques et de probabilités.

La collecte des données a été faite auprès des dirigeants des clubs de football, de la fédération burkinabè de football et des sponsors.

Les résultats empiriques montrent que la subvention, les recettes de sponsoring, les recettes des compétitions de la Fédération burkinabè de football (FBF) et les recettes de transferts des joueurs se sont révélés positifs et significatifs au seuil de 1%. Une hausse des subventions, des recettes de sponsoring, des recettes des compétitions de la FBF et des recettes de transferts des joueurs de l'État entraîne respectivement une augmentation de 1,22 point de pourcentage, de

0,92 point de pourcentage, de 1,93 point de pourcentage et de 0,79 point de pourcentage du budget des clubs au seuil de 1%. Les résultats indiquent également que les performances sportives et les résultats sportifs permettent aux clubs d'avoir des récompenses au niveau nationale et d'attirer des partenaires.

Compte tenu de l'évolution du football et de son poids économique dans la recherche de meilleure performance, il est impératif que les autorités en charge du football, mettent en place une base de données statistique, améliorent le management des clubs et l'organisation des compétitions de football, accentuent la formation de la relève sportive, créent des facilités permettant aux clubs de disposer de partenaires techniques et financiers. Cela permettra d'améliorer le financement du budget des clubs burkinabè de football.

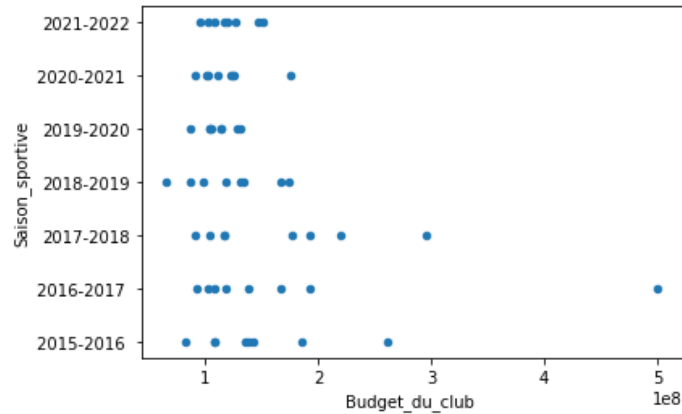
Les principales limites de cette recherche sont l'absence de base de données au sein des associations sportives, la non prise en compte des recettes de diverses sources de financement et enfin la non prise en compte de tous les clubs de première dans l'étude dû au phénomène de fluctuation des clubs en fin de saison entre les divisions.

En perspectives, il serait intéressant de prendre en compte les recettes de diverses sources de financement pour mieux les canaux de financement significatifs des clubs de première division masculine. Aussi, serait-il intéressant d'examiner les effets d'entraînement du financement public aux clubs de football ainsi que l'impact des activités génératrices de revenus sur le budget des clubs.

ANNEXES

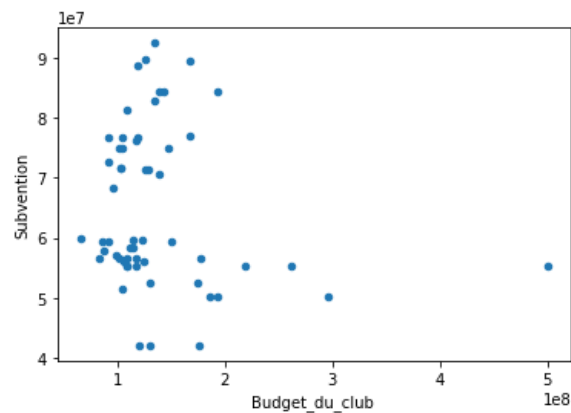
Entrée [15]: `data.plot.scatter(x="Budget_du_club ",y="Saison_sportive")`

Out[15]: `<AxesSubplot:xlabel='Budget_du_club ', ylabel='Saison_sportive'>`



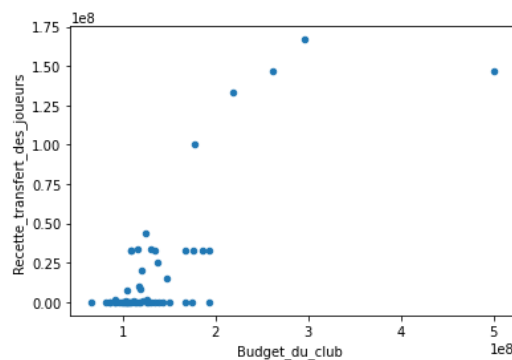
Entrée [16]: `data.plot.scatter(x="Budget_du_club ",y="Subvention")`

Out[16]: `<AxesSubplot:xlabel='Budget_du_club ', ylabel='Subvention'>`



Entrée [17]: `data.plot.scatter(x="Budget_du_club ",y="Recette_transfert_des_joueurs")`

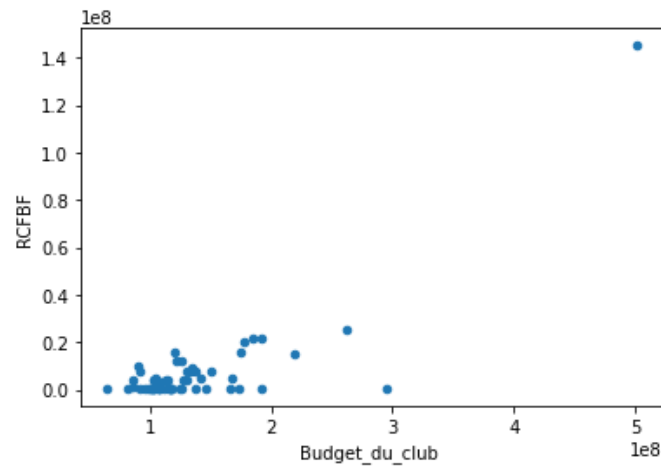
Out[17]: `<AxesSubplot:xlabel='Budget_du_club ', ylabel='Recette_transfert_des_joueurs'>`





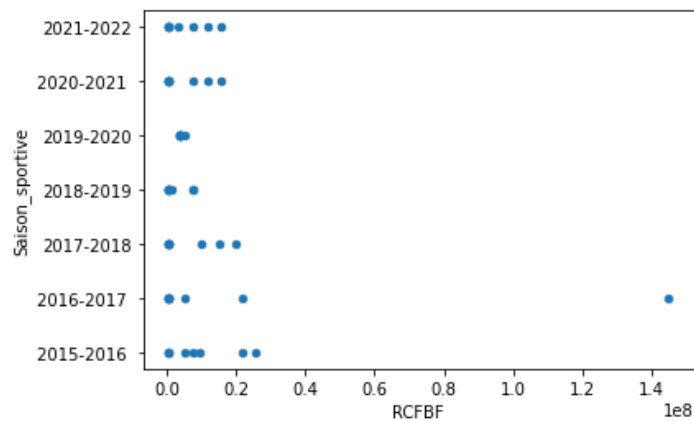
```
Entrée [18]: data.plot.scatter(x="Budget_du_club ",y="RCFBF")
```

```
Out[18]: <AxesSubplot:xlabel='Budget_du_club ', ylabel='RCFBF'>
```



```
Entrée [20]: data.plot.scatter(x="RCBBF",y="Saison_sportive")
```

```
Out[20]: <AxesSubplot:xlabel='RCBBF', ylabel='Saison_sportive'>
```



BIBLIOGRAPHIE

- Amis, J. et Slack, T. (1996). The size structure impact. *Journal of Sport Management*, 10, 76-86
- Amnyos (2008). Étude du financement public et privé du sport. Report in the context of the French EU Presidency. Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative et Secrétariat d'État aux Sports. Non publié, Paris, octobre
- Andreff, W. (2009), Equilibre compétitif et gouvernance du football français », Discours présidentiel, de l'AFSE, Association Française de Sciences Economiques, Paris.
- Andreff, W. (2015), La mondialisation économique du football. Bachir Zoudji & Didier Rey. Le football dans tous ses états. Regards croisés sur les acteurs du ballon rond., Sciences et pratiques du sport, De Boeck, pp.159-168, 2015, 978-2-8041-9080-4. halshs-01342572
- Andreff, W., Bourg, J.-F., Halba, B. et Nys, J.-F. (1995). *Economic Impact and Financing of Sport in Europe*. Strasbourg : Council of Europe, Dalloz.
- Andreff, W., Montel, J. et Dutoya, J. (2009). Le modèle européen de financement du sport : quels risques ? *Revue juridique et économique du sport*, 90, 75-85.
- Arnold K., Cherwa J., Hyman M., Negrete T. et Scott C. (2001), « The Name Game: What's the Role of the Newsroom? », APSE (Associated Press Sports Editors), p. 1-7, October.
- Bailleul, A., (2021), : Groupama prolonge le Naming du stade de l'Olympique Lyonnais jusqu'en 2025. Disponible sur : <https://www.sportbuzzbusiness.fr/groupama-prolonge-le-naming-du-stade-de-lolympique-lyonnais-jusqu'en-2025-groupama-stadium.html>.
Consulte le 24-05-2022 à 21h 36
- Barget, E., et Chavinier-Rela, S. (2017). Analyse de la diversité des recettes des clubs sportifs amateurs : une perspective européenne. *Revue Staps*, 2,7-25; DOI 10.3917/sta.116.0007
- Billebault, A. (2018). L'Asec Mimosas, pépinière de jeunes talents à Abidjan et bien au-delà. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/afrique/article/2018/09/23/l-asec-mimosas-pepiniere-de-jeunes-talents-a-abidjan-et-bien-au-dela_5359083_3212.html
- Bourbonnais, R. (1998), *Econométrie : manuel et exercices corrigés*, Université de Paris-Dauphine, 2ème édition, Dunod, Paris.
- Bonte, O. (2017). Parrainage et congruence, l'utilisation d'un club de sport au service de l'image de marque d'un pays : Le cas du Qatar et du Paris Saint-Germain. [Mémoire de

- Master, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain]. Prom. : Renard, Damien. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:10511>
- Bouchez, Y. (2015). Fin de l'histoire entre Peugeot et le FC Sochaux. Récupéré sur : http://www.lemonde.fr/football/article/2015/06/25/sochaux-ne-rugit-plus_4661918_1616938.html#fqwzpZmo1BlDSeqd.99
- Bourg, J.-F et Gougnet, J.-J. (1998). Analyse économique du sport, Presses Universitaires de France, Paris.
- Chantelat, P. et al. (2001). Les logiques socioéconomiques des clubs sportifs amateurs : une analyse des budgets. *Revue STAPS*, 55, 61-78
- Christos, F., (2014), Football and Stock Return : New Evidence. Department of Accounting and Finance, Technological Educational Institute of Crete, Estavromenos, Heraklion, GR71004, Crete, Greece Hellenic Open University, Greece. *Procedia Economics and Finance* vol 14, PP. 201 – 209
- Commission européenne. (2011). Responsabilité sociale des entreprises : une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014. Repéré à https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Communication_du_25_octobre_2011_de_la_Commission_europeenne_sur_la_RSE_cle434613.pdf
- Condé, A. (2016). Partenariat Sportif : Saller -Sports nouveau Sponsor du Horoya AC. GuinéeSignal. <http://guineesignal.com/partenariat-sportif-saller-sports-nouveau-sponsor-du-horoya-ac/>
- De Knop, P., Van Hoecke, J. & De Bosscher, V. (2004). Quality Management in Sports Clubs. *Sport Management Review*, 7, 57-77
- Délatte, E., & Aimé, I. (2010). Le « naming » : Une forme de parrainage originale *Revue. Management et Avenir* 35(5).
- Deloitte (2020). Football Money League 2020. Eye on the prize. Business Group <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-deloitte-football-money-league-2020.pdf>
- Deloitte (2021) Douze clubs européens concernés par le projet de Super Ligue. <https://www.lefigaro.fr/societes/super-ligue-quel-est-le-poids-economique-des-12-clubs-fondateurs-20210420>
- Dessus, S., Raballand, G. L. (2011). *L'Etat peut-il rendre compétitif les clubs de football*

- français ?* Working Paper du Centre d'Economie de la Sorbonne. HAL Id : halshs-00639300. En ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00639300/document>
- Diop, M. J., (2019). Planification Stratégiques des Fédérations Nationales Sportives au Sénégal, Outil de Management Performant pour une nouvelle Gouvernance. [Mémoire de master]. Institut-EDGE-CRES-Dakar-Sénégal.
- Diskeuve T., (2019). La gouvernance au sein d'une fédération sportive : Etude du cas de la Fédération belge de football. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2019. Prom. : Reynders, Didier. [Mémoire de master] <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:20969>
- Flanquart A., Mignon P. et Ferrand, O. (2011) Changer ou disparaître : Quel avenir pour le football français ? Fondation progressiste. https://tnova.fr/site/assets/files/11468/rapport_football_terra_nova.pdf?10xoy.
- Fleck-Dousteyssier N., (2007), « Le parrainage : d'une intuition à une stratégie de communication », Décisions Marketing, n° 47, p. 7-20, juillet-septembre.
- Fontanel, G., (2007) : Les transformations structurelles des clubs sportifs : Recherche d'un cadre d'analyse appropriée à leur gestion. Thèse de doctorat en Science de gestion. Université Jean Moulin Lyon 3. https://scd-resnum.univ-lyon3.fr/out/theses/2007_out_fontanel_g.pdf
- Honta M. (2003). Sport de haut niveau et décentralisation : des stratégies d'acteurs à la régulation du système l'exemple aquitain. Cairn info./1 no 60 | pages 75 à 92 ISSN 0247-106X DOI 10.3917/sta.060.0075. <https://www.cairn.info/revue-staps-2003-1-page-75.htm>
- Humphreys, B. et Ruseki, J. (2009). Estimates of the dimensions of sports market in the USA. International Journal of Sport Finance, 4, 94-113
- Jedel J., (2019), The funding of professional sports entities by stateowned companies and private institutions. The necessity or philanthropy? Journal of Gdansk University of Physical Education and Sport. Volume 11. Issue 5 Supplement (1). 41-53. Doi: 10.29359/BJHPA.2019.Suppl.1.04 <https://www.balticsportscience.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1311 &context=journal>
- Kaboré L.-B. (2019) : les déterminants organisationnels de la professionnalisation du football au Burkina Faso. [Mémoire]. Institut-Edge-Cres-Dakar.
- Késenne, S. (2007). The Economic Theory of Professional Team Sports: An Analytical

- Treatment. Cheltenham : Edward Elgar. Journal of sport economic. Volume 10 N°2 . DOI : 10.1177/1527002508317141.
- <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527002508317141?journalCode=jsea>
- Kimberley, D. (2014). *Le sponsoring sportif: Un marketing gagnant pour les entreprises face à la crise ?*. [Mémoire de recherche, Ecole de Commerce de Lyon].
- Le quotidien sport (2019). Top 10 des clubs africains les plus riches : Al-Ahly du Caire trône en tête. <https://lequotidien.sn/top-10-des-clubs-africains-les-plus-riches-al-ahly-du-caire-trone-en-tete>
- Loi n°050. (2019). Décret N°2019-1277/PRES promulguant la loi n°050-2019 AN du 21 novembre 2019 portant loi d'orientation des sports et des loisirs. Burkina Faso.
- Loi n°064-2015 / CNT portant liberté d'association JO n°07 du 18 février 2016. Burkina Faso.
- Loirand, G. (2003), « Les paradoxes de la « professionnalisation des associations sportives » dans « Les Associations : entre bénévolat et logique d'entreprise » sous la direction de Lionel Prouieau, Les Presses Universitaires de Rennes, Coll. L'Univers des normes, p 85 – 102, 216 p. ».
- Marczewski, K., (2017) : Comment gère-t-on un club de football professionnel dans le monde entrepreneurial ? Spécificités du management sportif. [Mémoire de master en sciences de gestion]. Ecole de gestion de l'Université de Liège. <https://matheo.uliege.be/bitstream/2268.2/2826/1/MEMOIRE%20DOC%20FINAL.pdf>
- Michon, B., Ohl, F. et Faber, C. (1987). The price of sports for the consumer. Systemic approach to sports : determinations and comparative analysis of financial cost of sports for the Consumer. Rapport FRT. Paris.
- Nerlove M. [2003], Essays in panel data econometrics, Cambridge University Press
- Sawadogo H., (2021). Contribution du sponsoring sportif dans le processus d'autonomisation financière des clubs de football de première division au Burkina Faso de 2018 à 2020. [Mémoire]. ISSDH.
- Skirstad, B. et Chelladuraï, P. (2011). For 'love' and money : A sport club's innovative response to multiple logics. Journal of Sport Management, 25, 339-353
- Slack, T. (1997). Understanding Sport Organizations: The Application of the Organization Theory. London : Human Kinetics
- Sloane P. (1971), « The economics of professional football : the football club as utility maximiser », Scottish Journal of Political Economy, vol. 18, no 2, p. 121-146.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.1971.tb00979.x>

- Tabariés, M. et Tchernonog, V. (2004). Les femmes dans les associations : premiers résultats de l'enquête sur les dirigeants bénévoles des associations. Paris : Laboratoire de recherche Matisse – CNRS, février.
- Tchernonog, V. (2007a). Les associations en France, poids, profil et évolutions : financements publics et privés, emplois salariés et travail bénévole, gouvernance. Paris : Association pour le développement de la documentation sur l'économie sociale, novembre.
- Tiendrébéogo, W. J. (2018). Industries sportives et développement économique et social : Cas de l'industrie du football au Burkina Faso. [Mémoire]. Enaref.
- Wicker, P., Breuer, C. et Pawlowski, T. (2009). Promoting Sport for all to Age-specific Target Groups : the Impact of Sport Infrastructure. *European Sport Management Quarterly*, 9(2), 103-118
- Wicker, P., Breuer, C. et Pawlowski, T. (2010). Are Sports Club Members big Spenders: Findings from Sport Specific Analyses in Germany. *Sport Management Review*, 13, 214-224.