

**К. Yanchilenko**

**К. С. Янчиленко**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель И. В. Пантелеева*

## **ÉCONOMIE FOOTBALLISTIQUE**

### **ФУТБОЛОНОМИКА**

Le but est de dévoiler la dérive mercantile que connaît le football, de présenter les problèmes de l'économie du football moderne et qui menacent l'équité sportive, l'intégrité physique et morale des joueurs, l'intérêt des supporters, de montrer la mise en place des systèmes de régulation et de contrôle.

Le football professionnel, le sport le plus pratiqué et le plus médiatisé, a toujours eu une grande place dans la société, notamment au niveau social. La rationalisation économique du secteur sportif renforce la présence de l'argent dans le football professionnel sous forme de salaires, transferts, publicités ou contrats. Ce n'est pas nouveau, et cela fait du football une activité économique. Les cas de tricheries, spéculations financières et corruptions ternissent l'image de football et dénaturent ses valeurs sportives.

L'argent du football se professionnalise: on publie régulièrement les résultats économiques des clubs (le club le plus – Manchester United, \$3,69mlrd), ceux-ci se dotent de départements juridiques, financiers, marketing (tous les grands clubs d'Europe), de grands fabricants d'articles de sports (Adidas) et de grands groupes industriels (Matra) ou financiers (Berlusconi) apparaissent, des médias (Canal +) et des sponsors à vocation internationale (Coca Cola) se lancent dans le développement du marché du sport, on vend des joueurs (Neymar J rejoint le Paris Saint-Germain) ou des clubs (cheik Mansur achete Manchester). Il s'agit de faire du football un spectacle rentable en investissant dans l'organisation d'événements ou le montage d'équipes susceptibles d'attirer spectateurs (Borussia Dortmund–80558 personnes), téléspectateurs et sponsors, et, logiquement, faire de ces clubs des entreprises elles aussi rentables.

Le «football business» devient un «terrain de jeu» potentiel pour toute sorte de trafics et de criminels: rétro-commissions et blanchiment de l'argent accompagnant les transferts des joueurs (Glasgo Rangers), sociétés off-shore mises en place soit pour toucher des commissions en tant qu'argent de joueur, soit pour rémunérer des joueurs, au black, ou pour acheter de l'immobilier (Glasgo Rangers), pots de vin (Michel Platini) lors des rachats des joueurs, rachats de clubs en difficultés (Neymar, Barcelona) ou de clubs amateurs (Sutton United), paris en ligne, trucage du nombre d'entrées au stade surévalué pour cacher une partie d'argent «sale», matchs truqués, cash circulant dans le secteur (maisons, voitures), rédaction des contrats des joueurs

(droit d'exploitation d'image), financement des clubs par des entreprises privées, droits de diffusion TV etc.

L'augmentation constante de l'argent dans le football est liée à l'évolution du monde. Pour contrôler cette bulle financière autour du football et faire face à ces manipulations les responsables politiques et les fédérations de football mettent en oeuvre en permanence des mesures pour les combattre: règles de fair-play financier (UEFA), organismes contre les circuits financiers clandestins (Tracfin), systèmes créés pour contrôler les transferts des joueurs (TMS), lois et règlements administratifs, création de sites Internet qui rendent public des documents confidentiels afin de dénoncer ce qui se passe en réalité (Football Leaks).

Un univers qui ne connaît pas la crise, le football moderne ne cesse d'amasser des milliards à travers les continents. Malgré son évolution depuis des décennies le football qui est le sport le plus populaire de la planète, l'un des marchés les plus dérégulés, voit le nombre de passionnés qui ne cesse pas de s'accroître: les stades restent pleins et les produits dérivés continuent de se vendre très bien.

Résultats sont: 1) le football étant en croissance forte fonctionne selon un modèle économique; 2) le football est de plus en plus influencé par l'argent «sale»; 3) le contrôle des flux financiers dans le football est limité.

## **РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ**

**Аль-Мохаммеди**

**Al-Mohammedi**

ОНЭУ (Одесса, Украина)

*Научный руководитель О. В. Гейна*

## **БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК ВИД ФИНАНСОВЫХ ОПЕРАЦИЙ ИСЛАМСКИХ БАНКОВ**

### **CHARITABILITY AS A FIELD OF FINANCIAL OPERATIONS OF ISLAMIC BANKS**

Основной целью своего развития исламская экономика видит в обеспечении социальной справедливости при распределении результатов хозяйственной деятельности, так как основы для ее осуществления и работы не могут противоречить законам Корана и Сунны пророка Мухаммада. Важное правило ислама – это необходимость осуществления благотворительности