

L'AFRIQUE, TERRE D'OPPORTUNITÉS
POUR L'ÉCONOMIE MONDIALE DU SPORT

GAME TIME **AFRICA SUMMIT** **QUE RETENIR ?**

Auteur : Elias RANC

Editeurs: Will Mbiakop – Laurence Isere

www.gametime.africa | www.africansci.com



RÉSUMÉ EXÉCUTIF



Will Mbiakop

Ce rapport analyse les dynamiques de développement du sport en Afrique à travers les enseignements du Game Time Africa Summit 2026. Il nous a semblé pertinent d'**étudier les challenges, les tendances, et les opportunités du marché à la lumière des contributions des panelistes et participants au sommet.**

Douze panels d'experts internationaux ont permis d'aborder huit thématiques clés du sport business en Afrique. Le workshop Road to 5 en partenariat avec l'OCDE a rassemblé les principaux acteurs du secteur public; nous livrant ainsi une perspective des décideurs politiques des plus captivante.

Enfin, la deal room « Sous le Baobab », qui a rassemblé investisseurs et entrepreneurs, a permis **d'identifier les passerelles à construire entre le capital disponible et les destinations d'investissement à fort potentiel.**

L'ambition de ce rapport est d'identifier les facteurs clés permettant de transformer le potentiel du sport africain en une industrie structurée, prospère et inclusive.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'analyse fait ressortir trois enseignements majeurs.

- **Premièrement**, le continent dispose de fondamentaux solides, portés par sa démographie, la taille (population de 1.5 milliard) et jeunesse (âge moyen: 19 ans) du marché domestique pour rayonner au niveau mondial.
- **Deuxièmement**, le principal frein reste institutionnel et structurel, notamment en matière de gouvernance, environnement légal, fiscal, business et d'accès aux financements à taux raisonnable.
- **Enfin**, de nouveaux modèles économiques émergent, fondés sur le digital, l'engagement des fans, l'héritage culturel, et l'innovation entrepreneurial et financière.

Ce rapport défend une conviction forte : l'avenir du sport mondial se joue d'abord en Afrique. Le succès du continent dépendra de sa capacité à innover, à structurer ses écosystèmes et à transformer ses réalités locales en avantages compétitifs durables.



Remy Rioux





SOMMAIRE

- I. Introduction
- II. Pourquoi l'Afrique, pourquoi maintenant ? Une opportunité structurelle
- III. Vision institutionnelle et structuration de l'écosystème sportif
- IV. Financement et développement des infrastructures sportives
- V. Investissement, franchises et gouvernance des clubs
- VI. Le capital humain et la valorisation des talents
- VII. Monétisation : droits médias, sponsoring et engagement des fans
- VIII. Nouvelles dynamiques de croissance : esport et sports émergents
- IX. Initiatives entrepreneuriales : un modèle africain en construction
- X. Conclusion générale
- XI. Sources & références

INTRODUCTION **LE SPORT** **AFRICAIN**

UN MARCHÉ EN CONSTRUCTION
AUX OPPORTUNITÉS CROISSANTES
Une opportunité structurelle



LE SPORT AFRICAIN À UN TOURNANT

Longtemps considéré comme un secteur secondaire, le sport en Afrique connaît aujourd'hui une transformation profonde. À la croisée des enjeux économiques, sociaux et culturels, il s'impose progressivement comme un levier efficace de développement.

À l'échelle mondiale, le sport constitue aujourd'hui une industrie économique structurée qui repose sur des mécanismes de monétisation tels que les droits médias, le sponsoring, la valorisation des marques et l'exploitation d'infrastructures. Dans les marchés matures, ces éléments permettent de générer des sommes considérables.

À l'inverse, en Afrique, malgré un potentiel largement reconnu, la capacité à convertir cette dynamique en valeur économique reste limitée. Le continent demeure encore en phase de structuration alors même que les opportunités de croissance se multiplient.

Le sport africain entre progressivement dans une logique de création de valeur.

UN POTENTIEL EXCEPTIONNEL ENCORE SOUS-EXPLOITÉ

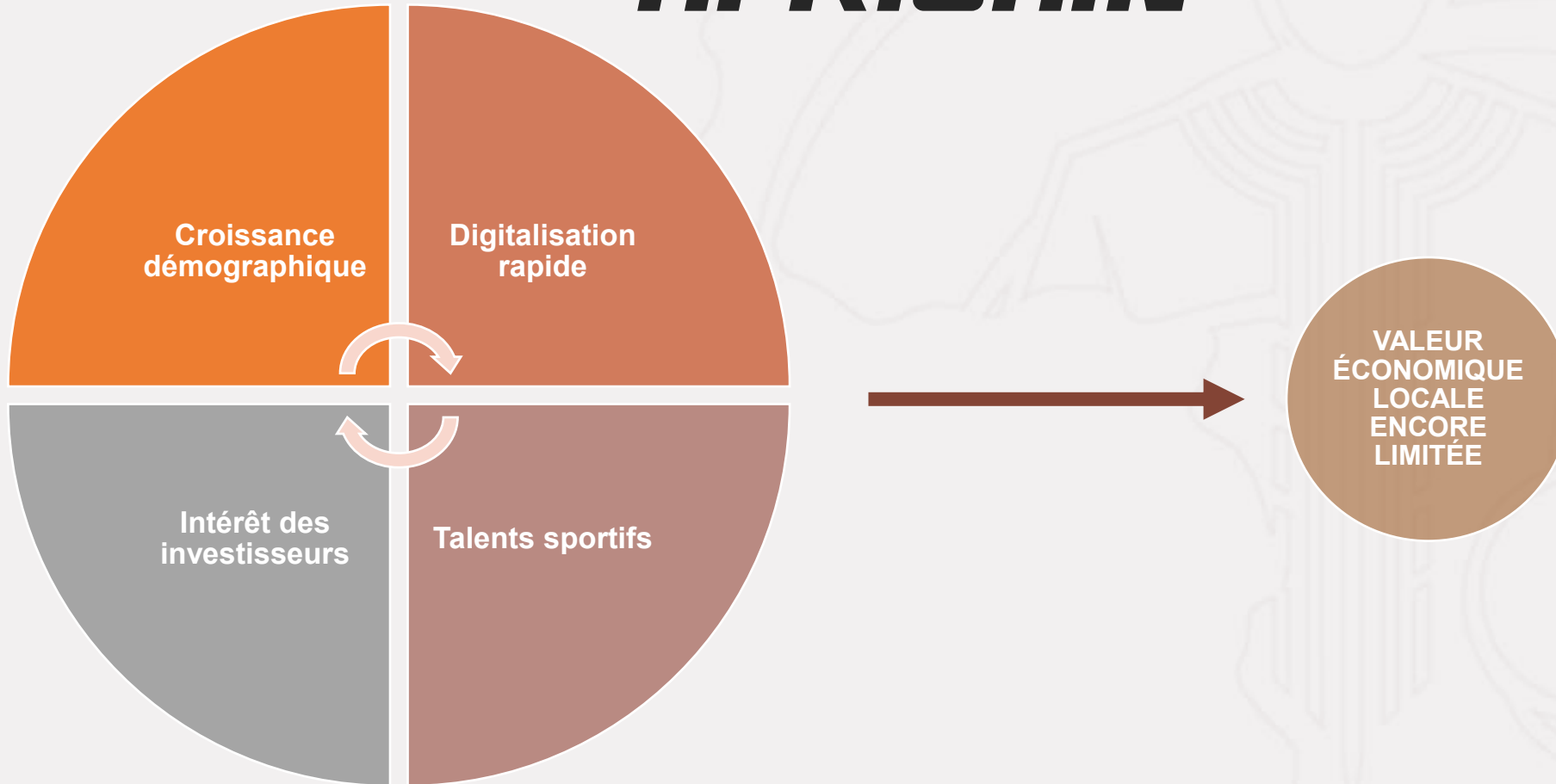
Porté par une croissance démographique unique, une digitalisation rapide et un intérêt croissant des investisseurs internationaux, le continent dispose d'atouts structurels majeurs.

Pourtant, ce potentiel reste encore largement sous-exploité en raison de contraintes institutionnelles, de modèles économiques parfois fragiles et d'un déficit de structuration de l'écosystème sportif.

Cette situation explique l'écart observé entre le potentiel du marché africain et son poids économique réel dans l'industrie mondiale du sport.

L'Afrique ne manque ni de talents, ni de demande, mais peine encore à capter et à monétiser la valeur générée par son propre écosystème sportif.

LE PARADOXE AFRICAIN



OBJECTIF ET MÉTHODOLOGIE DU RAPPORT



Interventions d'experts
internationaux



Analyses économiques



Sous Le Baobab

Le Game Time Africa Summit 2026 a offert un cadre d'analyse pertinent pour comprendre les dynamiques actuelles du sport africain. À travers ses différents panels et les initiatives présentées lors de l'événement Sous Le Baobab, le sommet a mis en lumière les transformations en cours ainsi que

les opportunités à saisir. Ce rapport propose d'analyser les conditions de développement du sport africain en mettant en évidence les principaux leviers de création de valeur, les freins structurels qui limitent son expansion ainsi que les modèles économiques émergents.

L'analyse repose sur une approche combinant les enseignements du sommet, les données sectorielles disponibles et l'étude d'initiatives entrepreneuriales présentées lors de l'événement.

QUESTION CENTRALE

Comment transformer le potentiel sportif africain en une industrie structurée, durable et investissable ?

Répondre à cette question implique d'examiner simultanément : les facteurs de croissance du marché, les contraintes qui freinent son développement et les solutions actuellement mises en œuvre par les différents acteurs de l'écosystème sportif africain.

CHAPITRE 1

POURQUOI L'AFRIQUE, POURQUOI MAINTENANT ?

Une opportunité Structurelle

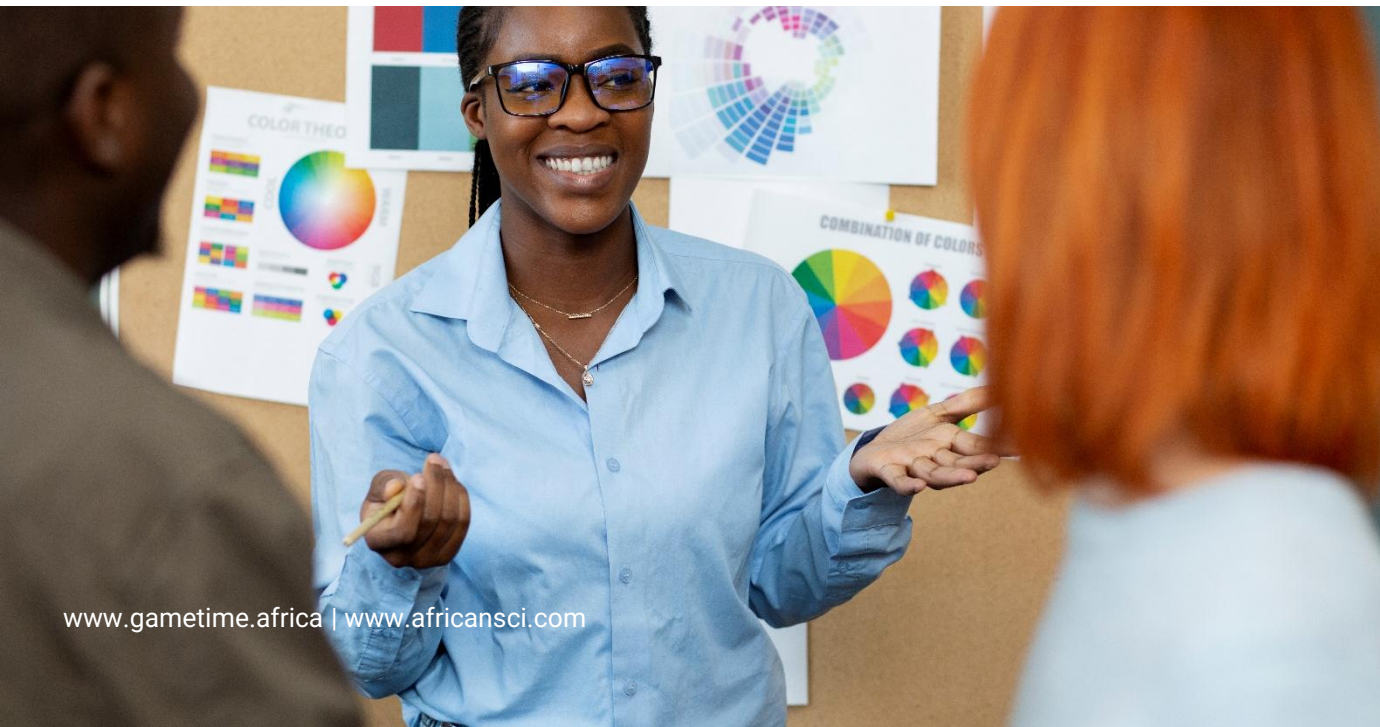
D'UN SECTEUR SUBVENTIONNÉ À UNE INDUSTRIE INVESTISSABLE

Le sport africain a longtemps été considéré comme un bien public dont le modèle économique reposait principalement sur des financements étatiques limités et sur l'organisation d'événements ponctuels.

Ce modèle présentait plusieurs limites. Il demeurait difficilement soutenable à long terme, peu attractif pour les investisseurs privés et relativement coûteux pour les finances publiques.

Pourtant, cette approche historique ne reflète plus la réalité des opportunités offertes par le secteur. Le sport africain évolue progressivement d'une logique de financement public vers une logique de création de valeur davantage tournée vers l'investissement et la rentabilité.

Cette transition constitue l'un des principaux enjeux du développement du sport sur le continent.



Le **sport africain** évolue progressivement d'une **logique de financement public** vers une logique d'investissement privé et de rentabilité

UN MARCHÉ ENCORE LARGEMENT SOUS-EXPLOITÉ

Malgré les limites du modèle historique, le potentiel du marché sportif africain demeure considérable.

Le marché sportif africain représentait environ 12 milliards de dollars en 2023 et pourrait atteindre près de 20 milliards de dollars à l'horizon 2035.

Le sport représente aujourd'hui environ 0,5 % du PIB continental. Ces chiffres démontrent que le secteur constitue déjà une activité économique significative tout en restant largement sous-exploité au regard de son potentiel.

Le problème ne réside donc pas dans un manque d'intérêt pour le sport mais davantage dans la capacité du continent à capter la valeur qu'il génère.

Le défi n'est pas de créer un marché, mais de mieux capter la valeur qu'il génère: la Commercialisation du sport

12\$ Milliards

Valeur estimée
du marché sportif
africain (2023)

20\$ Milliards

Valeur potentielle
du marché à
l'horizon 2035

+67%

Croissance projetée
entre 2023 et 2035

0,5%

Part du sport dans
le PIB continental
africain

LE SPORT COMME LEVIER DE DÉVELOPPEMENT

Le sport ne constitue pas uniquement un marché économique. Il agit également comme un vecteur de création d'emplois, de développement économique et de transformation sociale.

Son impact dépasse largement le cadre de la compétition sportive et des indicateurs économiques.

Les principales externalités positives associées au sport concernent plusieurs dimensions stratégiques du développement des États africains. Il est reconnu par l'ONU que le sport contribue à atteindre 6 des 17 ODG (objectifs de développement durables).

Le sport représente un outil de développement multidimensionnel particulièrement pertinent pour les États africains.



SANTÉ PUBLIQUE

Réduction de la sédentarité, santé mentale, baisse des coûts de santé à long terme.

ÉDUCATION

Renforcement de la discipline et de l'engagement scolaire des jeunes.

INCLUSION SOCIALE

Promotion de la cohésion sociale, intégration des populations.

**RAYONNEMENT
INTERNATIONAL DES ÉTATS**

Amélioration de l'image du pays, attractivité accrue pour les investisseurs.

**DÉVELOPPEMENT
TERRITORIAL**

Création d'infrastructures, dynamisation des économies locales et stimulation du tourisme sportif

RISQUE OU OPPORTUNITÉ ?

Malgré son potentiel, le sport africain est encore souvent perçu comme un secteur risqué par les investisseurs.

Cette perception repose principalement sur deux facteurs :

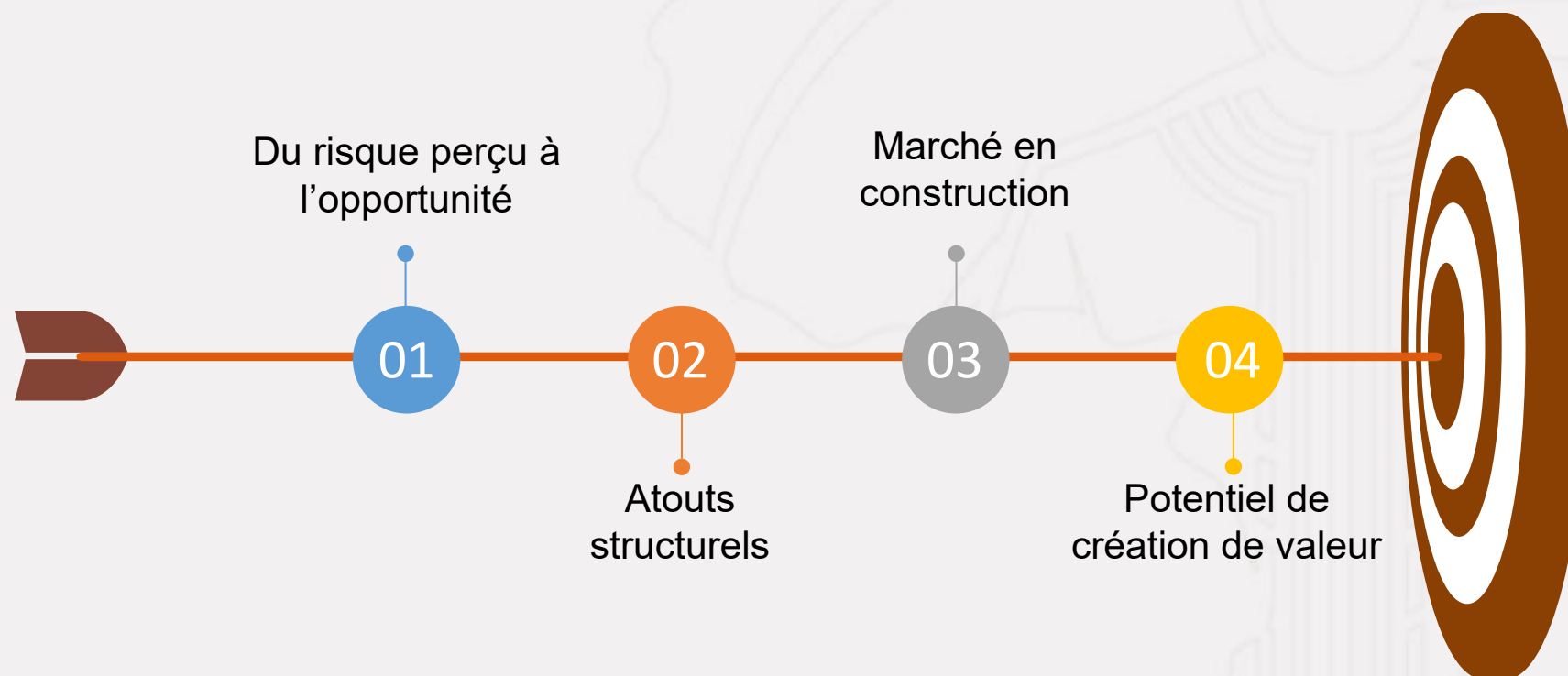
- le déficit d'infrastructures
- les préoccupations liées à la gouvernance

Cependant, ces fragilités peuvent également être interprétées autrement.

À la différence de marchés déjà matures et parfois saturés, l'Afrique apparaît comme un marché encore en construction offrant davantage d'opportunités de croissance et de création de valeur.

Pour de nombreux acteurs économiques, l'intérêt réside précisément dans cette phase de structuration.

Investir aujourd'hui c'est participer à la structuration du marché de demain; et bénéficier du « first mover advantage »





UNE INDUSTRIE EN TRANSITION

La transformation du sport africain repose aujourd'hui sur une évolution fondamentale. Le secteur passe progressivement d'un modèle dominé par les subventions publiques à une industrie davantage ouverte aux investissements privés et aux mécanismes de marché.

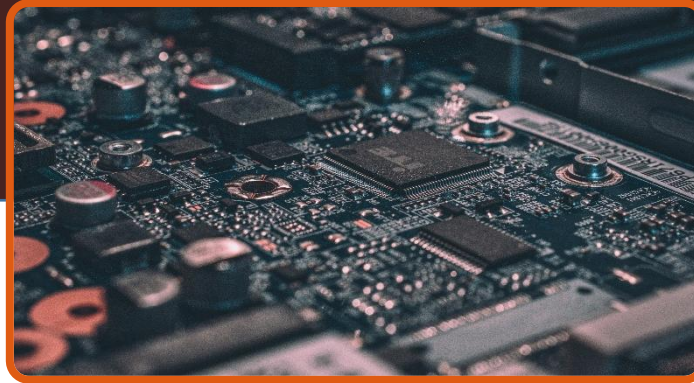
Cette transition constitue une condition essentielle pour permettre au continent de mieux s'intégrer dans l'économie mondiale du sport et de développer des modèles économiques plus durables.

Modèle historique	Modèle émergent
Financement public dominant	Investissements privés croissants
Organisation d'événements ponctuels	Développement d'écosystèmes durables
Logique administrative	Logique de marché
Dépendances aux subventions	Création de valeur économique
Faible attractivité pour les investisseurs	Opportunités de déploiement des investissements accrus

TROIS MOTEURS STRUCTURELS DE CROISSANCE



**La croissance
démographique**



**L'accélération
technologique**



**L'intérêt du capital
africains et mondial**

**Trois tendances convergentes qui transforment durablement
l'économie du sport en Afrique**

L'ATOUT DÉMOGRAPHIQUE : TALENTS ET CONSOMMATEURS

L'Afrique possède aujourd'hui des caractéristiques uniques à l'échelle mondiale.

Le continent combine simultanément :

- une croissance démographique rapide
- une population particulièrement jeune
- une classe moyenne en progression

Près de 70 % de la population d'Afrique subsaharienne a moins de 30 ans.

Cette réalité fait de l'Afrique à la fois le plus grand vivier de talents sportifs au monde, un capital humain éduqués et prêts à manager les organisations sportives, et l'un des plus importants réservoirs de consommateurs potentiels de produits et services sportifs à long terme.





La jeunesse africaine constitue simultanément un vivier de talents (sportifs) et un marché de consommateurs en forte croissance.

Cette dynamique démographique crée deux opportunités majeures.

D'une part, l'Afrique continue d'être le moteur démographique de la planète. En 2050, 25% de la population sera africaine. Avec 19 ans de moyenne d'âge, la jeunesse du monde est en Afrique. Elle produit des talents et une force active absolument nécessaire à la croissance mondiale.

D'autre part, elle favorise le développement progressif d'un marché intérieur caractérisé par une demande croissante pour le divertissement et les contenus sportifs.

Contrairement aux marchés matures dont la croissance repose principalement sur la monétisation d'audiences existantes, l'Afrique bénéficie également d'une croissance naturelle de ses audiences futures.

UNE TRANSFORMATION DIGITALE REDÉFINISSANT LES MODÈLES ÉCONOMIQUES

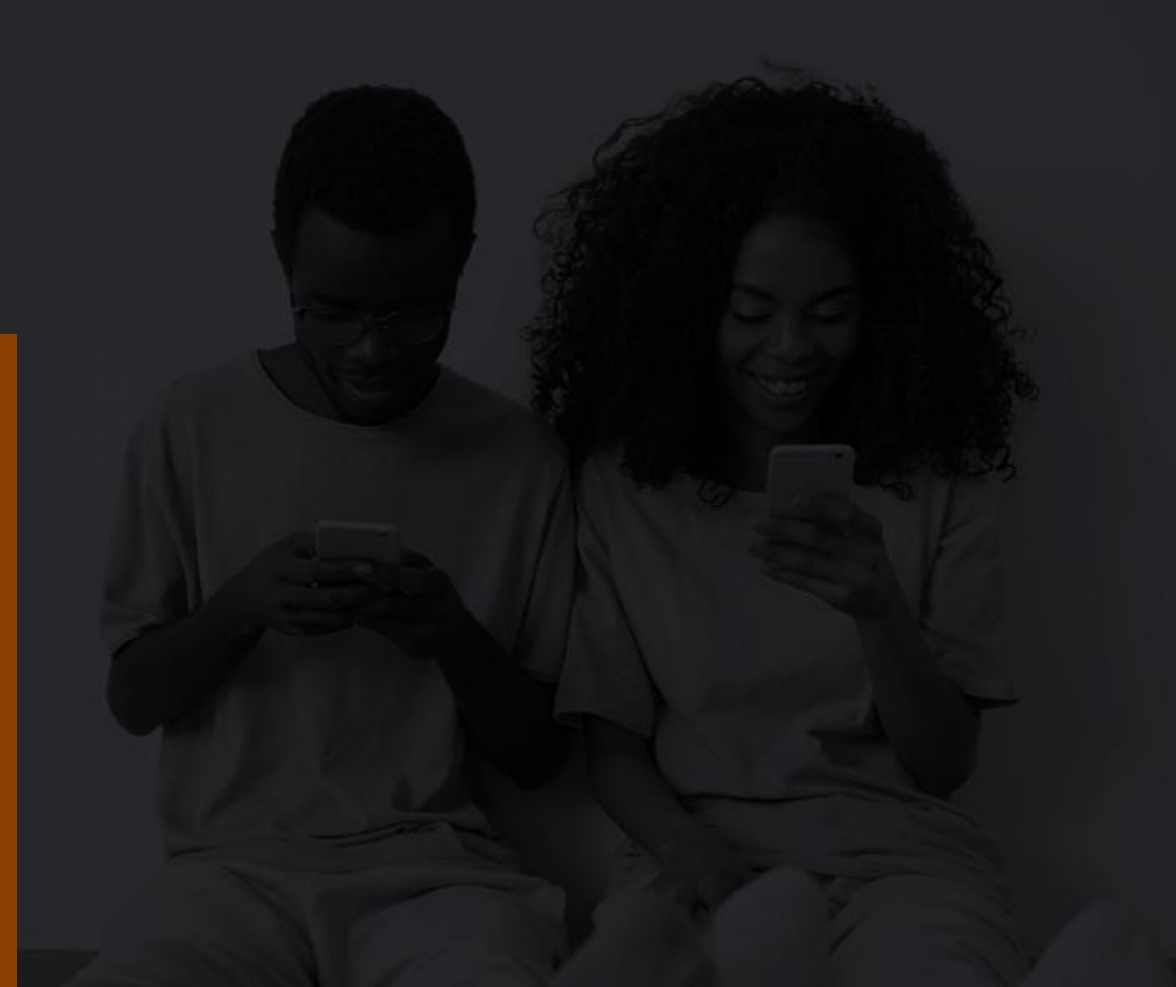
L'électrification du continent et la digitalisation croissante contribuent fortement à l'accélération de l'intérêt pour le contenu sportif en Afrique.

Cette transition technologique modifie profondément les modes de consommation du sport et ouvre la voie à de nouveaux modèles économiques.



Les jeunes générations africaines, nombreuses et connectées, favorisent une adoption rapide de ces technologies. Leur intérêt pour les contenus numériques constitue une base solide pour le développement futur de l'industrie sportive,

La croissance du sport africain ne dépend donc plus uniquement des infrastructures physiques mais également de sa capacité à tirer parti des nouvelles technologies.



La digitalisation réduit les barrières à l'entrée et accélère la création de valeur dans le sport africain.

UNE CONNECTIVITÉ EN FORTE PROGRESSION

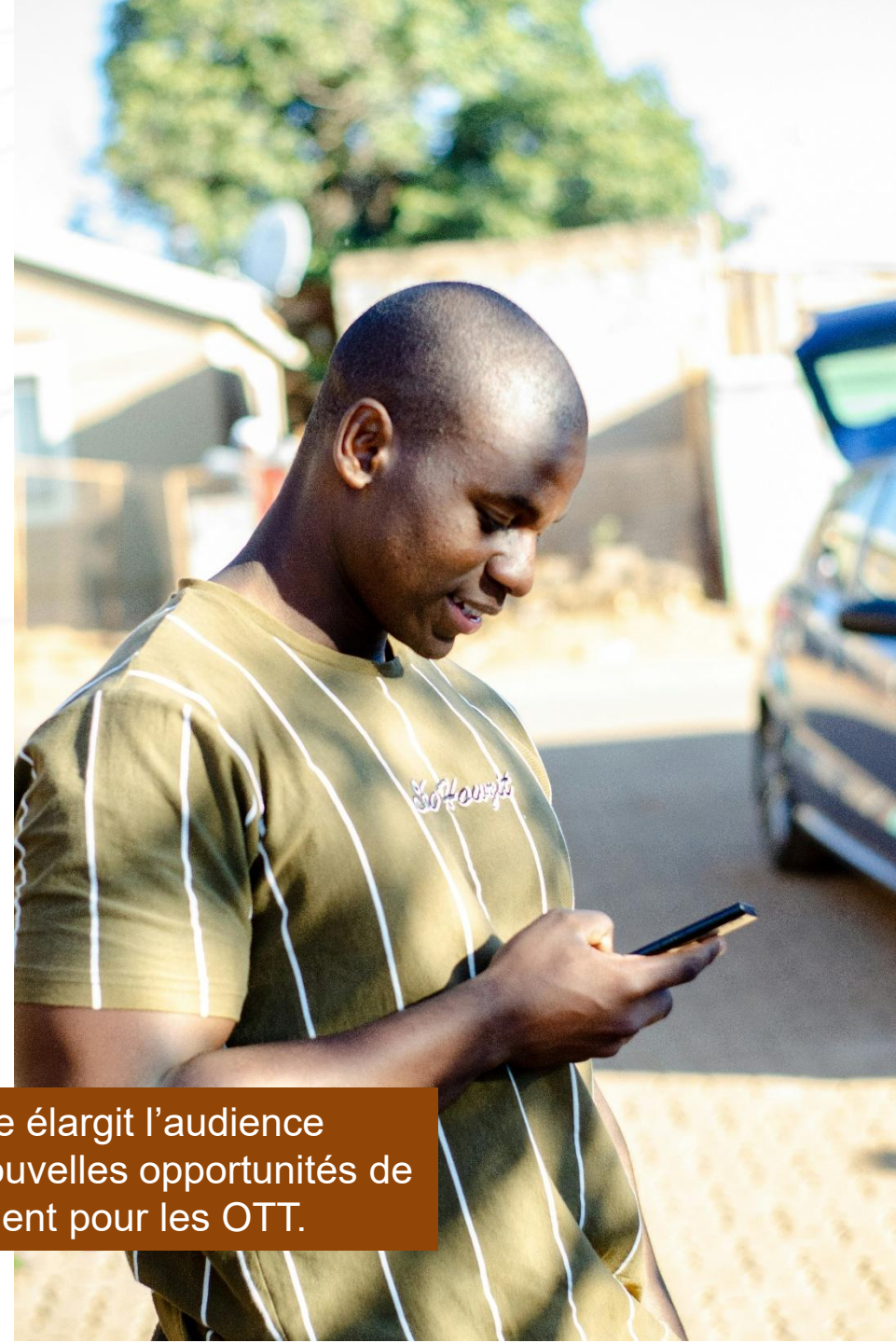
La connectivité mobile progresse rapidement sur le continent.

L'Afrique compte aujourd'hui plus de **400 millions d'utilisateurs d'internet mobile** tandis que les coûts de données figurent parmi les plus faibles au monde.

Cette évolution favorise l'accès aux contenus sportifs et réduit progressivement certaines contraintes historiques liées à la diffusion.

Le développement des smartphones, des réseaux mobiles et des plateformes numériques crée ainsi de nouvelles opportunités de création de valeur pour les acteurs du sport.

La connectivité mobile élargit l'audience sportive et crée de nouvelles opportunités de monétisation notamment pour les OTT.





DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE MONÉTISATION

La transition digitale ne transforme pas uniquement les modes de consommation. Elle permet également de repenser les stratégies économiques du secteur.

Trois évolutions majeures apparaissent particulièrement importantes :

- le développement de modèles direct-to-consumer (DTC) permettant une relation directe entre les détenteurs de droits et les fans ;
- l'exploitation des données afin de mieux comprendre, segmenter et monétiser les audiences ;



- l'émergence de nouvelles sources de revenus liées au contenu numérique, à la publicité et à l'engagement des utilisateurs.

Ces transformations offrent des perspectives de croissance importantes pour le sport africain.

Trois (3) évolutions majeures :

1. Modèles direct-to-consumer



2. Exploitation des données



3. Nouvelles sources de revenus



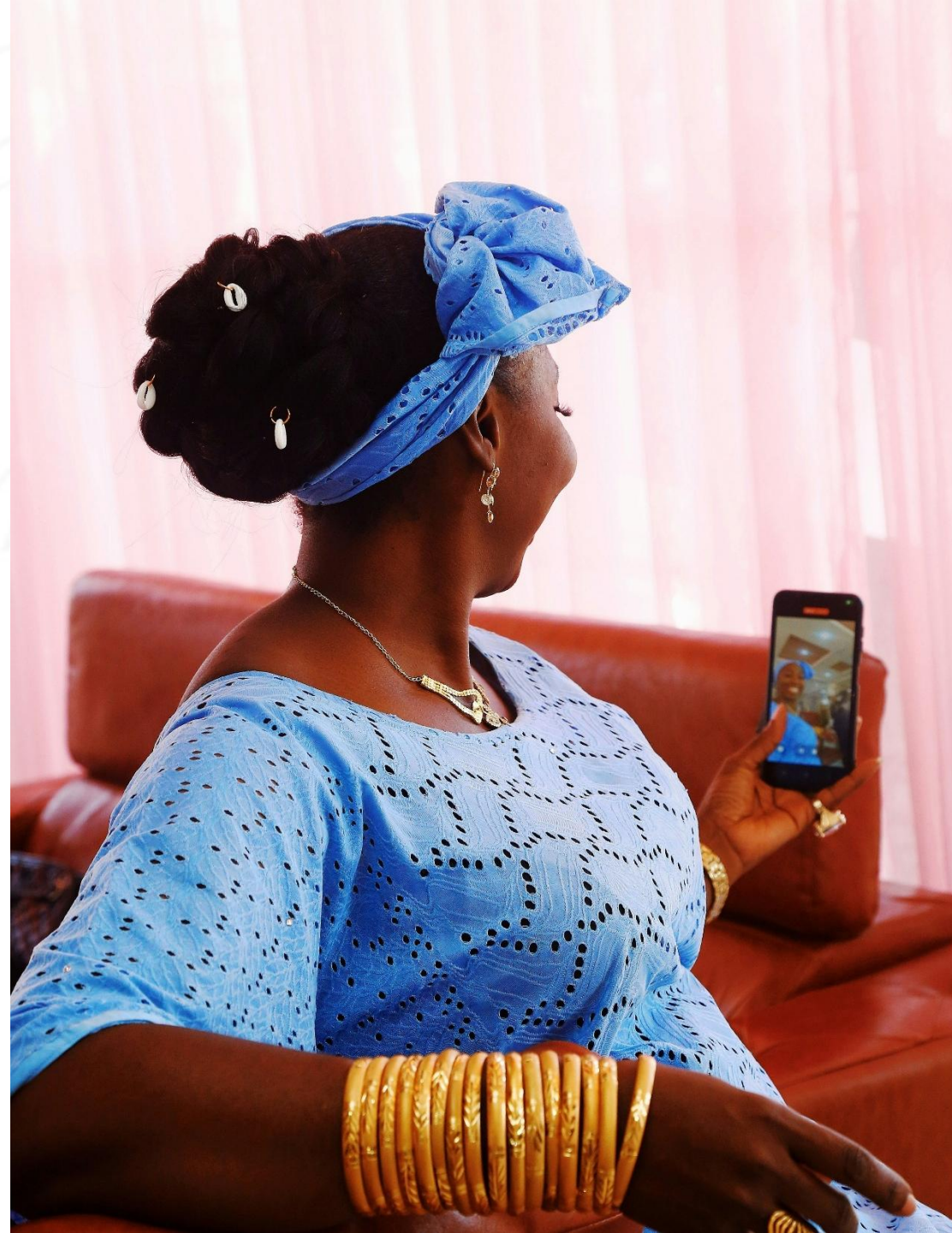
Création de valeur accrue

DE L'INFRASTRUCTURE PHYSIQUE À L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION

La digitalisation permet au continent de compenser partiellement certaines limites liées aux infrastructures physiques.

L'opportunité ne réside plus uniquement dans la construction d'équipements sportifs mais également dans la capacité à **attirer, fidéliser et monétiser l'attention** des consommateurs.

Dans ce contexte, les plateformes numériques deviennent des outils stratégiques de création de valeur. La capacité à générer de **l'engagement** apparaît désormais comme un avantage compétitif majeur pour les organisations sportives.



L'AFRIQUE, NOUVELLE FRONTIÈRE DU CAPITAL SPORTIF MONDIAL

Au-delà de la démographie et de la transformation digitale, un troisième moteur contribue à la croissance du sport africain : l'intérêt croissant du capital international notamment des banques publiques de développement et des fonds privés.

Alors que les marchés sportifs nord-américains et européens atteignent progressivement un niveau de maturité élevé, l'Afrique apparaît comme une nouvelle **frontière stratégique** pour les investisseurs. Cette évolution s'explique notamment par la combinaison d'un fort potentiel de croissance, de valorisations encore relativement faibles et d'un marché en cours de structuration.

Trois évolutions majeures :



Fort potentiel
de croissance



Valorisations
attractives



Marché encore
peu structuré



**Opportunités de
rendement élevés
et d'Impact**

UN INTÉRÊT CROISSANT DES INVESTISSEURS

Malgré son potentiel, le business du sport africain demeure encore relativement **peu exploité** par les investisseurs internationaux.

Le capital-investissement sur le continent reste modeste à l'échelle mondiale, mais on observe une augmentation des flux financiers depuis plusieurs années. Les investissements sont déployés sur l'ensemble de la chaîne de valeur: académie, clubs, ligues, infrastructure, media, merchandising, sportech.

Face à la saturation de nombreux marchés traditionnels, de plus en plus d'acteurs considèrent désormais l'Afrique comme un espace de **croissance à long terme**.

Le continent offre à la fois des **coûts d'entrée relativement faibles** et des perspectives de développement importantes. Enfin, le sport est considéré comme un actif unique, il s'agit avant tout d'impact (socio-économique).

DES SIGNAUX CONCRETS DE TRANSFORMATION

Cet intérêt croissant se traduit déjà par plusieurs initiatives structurantes. Parmi les exemples les plus significatifs figurent :

- le lancement de **PFL Africa** ;
- le développement de la **Basketball Africa League (BAL)** par la **NBA** ;
- l'implication progressive de **fonds d'investissement** tel que Helios Investment Partners ; et **des banques publiques de développement** tel que IFC (SFI), AFD, AfreximBank.
- les PPP et le renforcement des partenariats entre organisations internationales et acteurs locaux.

Ces initiatives témoignent d'un engagement accru des investisseurs africains et internationaux sur le marché africain. Ceci valide l'intérêt et l'attractivité du continent.



CONCLUSION DU CHAPITRE 1

Les analyses présentées dans ce chapitre montrent que le sport africain bénéficie aujourd'hui de quatre moteurs de croissance particulièrement puissants : la démographie, l'innovation, la transformation digitale et l'intérêt croissant des investisseurs internationaux. Le capital dit « patient » sera primordial dans le développement de l'écosystème.

La combinaison de ces facteurs offre au continent une opportunité unique de développement socio-économique durable.

L'Afrique ne doit plus être envisagé uniquement comme un marché secondaire du sport business mondial mais comme « son avenir » un écosystème en construction capable de générer des bénéfices importants pour les acteurs qui participeront à sa structuration.



CHAPITRE 2

VISION INSTITUTIONNELLE ET STRUCTURATION DE L'ÉCOSYSTÈME DU SPORT

Du potentiel économique à la réalisation institutionnelle

DU POTENTIEL ÉCONOMIQUE À LA RÉALISATION INSTITUTIONNELLE

Le potentiel économique du sport africain est aujourd'hui largement reconnu. Le véritable enjeu réside désormais dans sa structuration.

Le succès de cette structuration sera délivré par le secteur privé mais doit être avant tout orchestrée par les leaders des autorités publiques: ministères, fédérations (détenteurs de droits) et autres institutions.

Leurs missions sont multiples:

- Créer un environnement des affaires adapté à l'essor du sport business
- Développer un cadre légal et fiscal favorable à la croissance, notamment protéger la propriété intellectuelle, appliquer des exonérations fiscales
- Mettre en place des mesures douanières et valoriser la collaboration et l'intégration régionale
- Co-investisseur avec le secteur privé notamment sur les projets infrastructures (ex: mise à disposition du terrain)

Aujourd'hui, les dépenses publiques consacrées au sport demeurent limitées - souvent inférieures à **1 % des budgets nationaux**. **Un véritable engagement des autorités publiques sera le moteur d'un changement durable.**

La mise en place de mécanismes institutionnels permettrait de transformer le potentiel en valeur économique durable. C'est notamment la bonne gouvernance, la professionnalisation du capital humain, une proposition de valeur attractive pour les entrepreneurs et investisseurs.

L'écosystème du sport est en grande majorité financé par les deniers publics. L'environnement institutionnel et gouvernemental joue un rôle plus que déterminant dans la structuration de cet écosystème du sport en Afrique.

Il est impératif de penser attentivement et mettre en place une vision stratégique en cohérence avec les avantages compétitifs locaux.

La vision et son implémentation sont des conditions clés à la réalisation du plein potentiel.

LE MAROC : UN EXEMPLE DE STRUCTURATION RÉUSSIE

Si de nombreux pays africains restent confrontés à des défis institutionnels, certaines expériences démontrent qu'une autre trajectoire est possible.

Le Maroc constitue aujourd'hui l'un des exemples les plus avancés de structuration du sport sur le continent.

Le secteur sportif représente environ **2,5 % du PIB** national et génère près de **115 000 emplois**, soit des niveaux significativement supérieurs à la moyenne africaine.

Cette performance repose sur une stratégie de développement cohérente et de long terme.

QUELQUES CHIFFRES CLES DE L'ECOSYSTEME DU SPORT

2,5 %

Part du sport dans
le PIB marocain

2%

Part du sport dans
le PIB mondial

0,5%

Part du sport dans
le PIB africain

115 000

Emplois générés
par le secteur
sportif au Maroc

PREMIER PILIER : UNE VISION STRATÉGIQUE DE LONG TERME

Selon SE **Karim Zidane**, Ministre de l'Investissement au Maroc, le sport est intégré depuis plus d'une décennie aux politiques nationales de développement.

Cette approche permet :

- d'assurer la cohérence des investissements ;
- de maintenir une continuité stratégique ;
- de renforcer la visibilité du secteur pour les investisseurs.

Le développement du sport ne repose donc pas sur des initiatives isolées mais sur une vision globale de long terme.

DEUXIÈME PILIER : UN CADRE D'INVESTISSEMENT INCITATIF

Le Maroc a progressivement mis en place plusieurs dispositifs destinés à améliorer l'attractivité du secteur sportif.

Ces mesures incluent notamment :

- des mécanismes d'accompagnement et de co-investissement ainsi qu'une agence dédiée: l'AMDIE
- Des solutions de financements attractives notamment grâce à la CDG ou encore le fond national pour le football
- Un cadre fiscal favorable, notamment pour les populations actives du secteur (exonérations fiscales sur salaires)
- des dispositifs facilitant l'accès au foncier.

L'objectif est de réduire le risque perçu par les investisseurs, de favoriser le développement d'initiatives privées et la croissance d'un marché domestique.

TROISIÈME PILIER : **UNE LOGIQUE** **D'ÉCOSYSTÈME**

Le développement du sport ne se limite pas à l'organisation de compétitions.

L'approche marocaine repose sur une vision plus large intégrant l'ensemble de la chaîne de valeur :

- infrastructures ;
- formation ;
- événements ;
- tourisme ;
- industries connexes.

Cette logique permet de multiplier les sources de création de valeur et d'accroître l'impact économique du secteur.



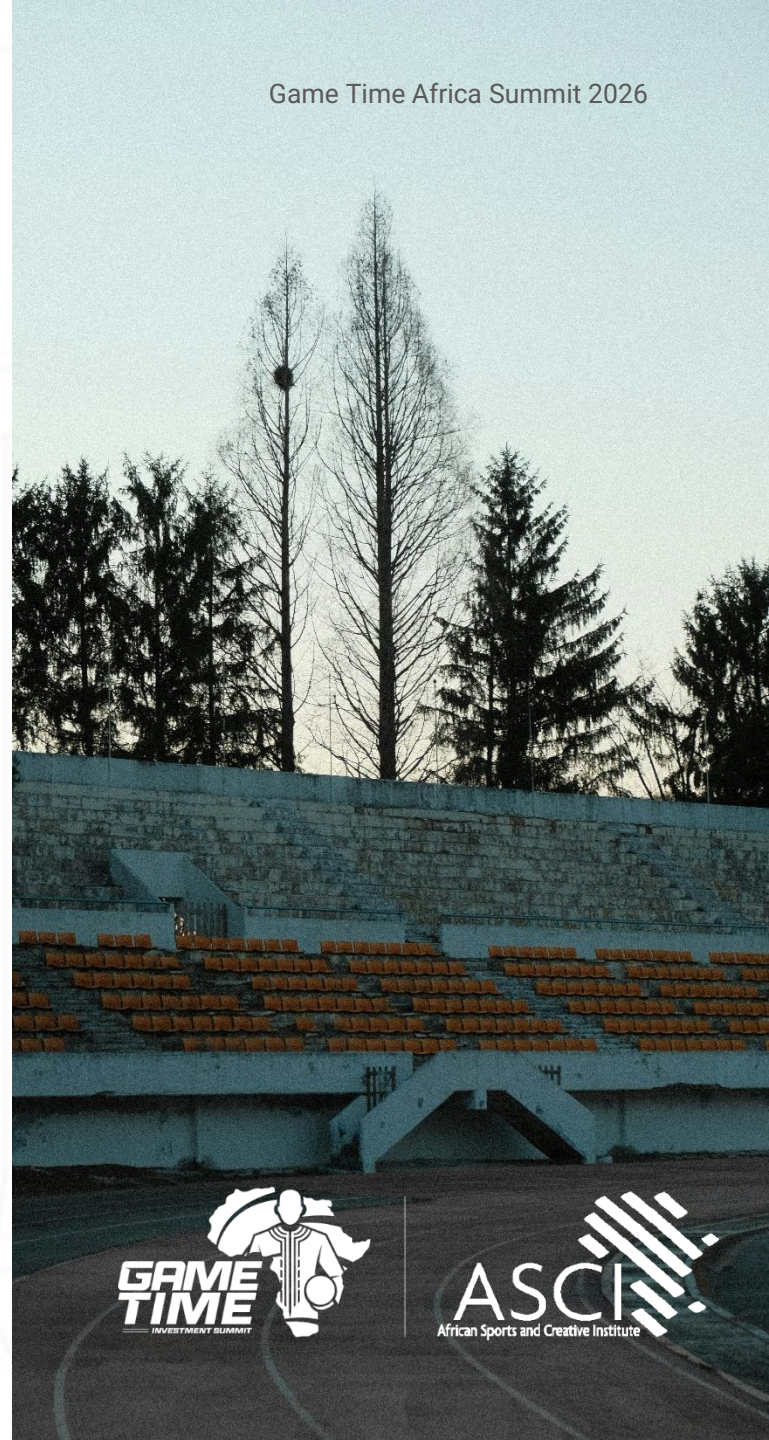
LES MÉGA-ÉVÉNEMENTS : CATALYSEURS OU RÉVÉLATEURS ?

Les grands événements sportifs internationaux (GESIs) représentent des opportunités de transformation, mais sont aussi des révélateurs de faiblesses des écosystèmes.

Ce type d'évènement a souvent été organisé sur le continent autour de stratégies court-termistes délaissant souvent les enjeux à long terme. Des investissements importants ont été consentis pour des **infrastructures sous-utilisées** qualifiées « d'éléphants blancs ».

Ce phénomène a notamment été observé lors de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) 2017 au Gabon, où plusieurs stades construits pour la compétition ont connu une utilisation limitée après l'événement.

Ce cas illustre l'importance d'anticiper dès la phase de conception les usages futurs des infrastructures afin de garantir leur viabilité économique et sociale à long terme.





Le véritable enjeu réside dans l'après et l'héritage de l'événement. Plusieurs analyses durant le Game Time Africa Summit ont démontré que la rentabilité de ces investissements dépend directement de la capacité à exploiter les infrastructures sur le long terme. En l'absence de stratégie post-événement, le risque est élevé de voir ces équipements devenir sous-utilisés, limitant ainsi leur impact économique.

Les conditions de réussite sont les suivantes :

- **Infrastructures multifonctionnelles notamment avec les industries créatives et culturelles**
- **Planification post-événement**
- **Bonne gouvernance et venue management**
- **Intégration des infrastructures dans l'écosystème local**

L'ÉTAT COMME FACILITATEUR DE MARCHÉ

Le modèle traditionnel, fondé sur un financement public dominant, a montré ses limites en termes d'efficacité et de soutenabilité. Le développement du secteur repose désormais sur la capacité des États à créer un **environnement favorable à l'investissement**.

Cette transformation repose sur plusieurs leviers clés.
Un **cadre réglementaire stable**, indispensable pour sécuriser les investissements à long terme.

Des **incitations économiques** permettant d'améliorer la rentabilité des projets et d'attirer le capital privé.

Une **gouvernance renforcée** qui améliore la transparence et la professionnalisation du secteur.





Le développement des partenariats public-privé (PPP) favorise le financement des infrastructures et accélèrent le développement du secteur.

Les **modèles hybrides** combinant capital public et privé offrent les meilleures perspectives de développement du sport en Afrique.

Cette dynamique se retrouve notamment au Ghana, où l'investissement privé soutient les académies et les médias sportifs, tandis qu'en Ouganda et en Tanzanie, le développement repose davantage sur le renforcement des cadres publics et des infrastructures, illustrant une complémentarité essentielle à la structuration du secteur.

CONCLUSION DU CHAPITRE 2

Le potentiel économique du sport africain est aujourd'hui incontestable. Toutefois, sa transformation en une industrie durable dépend avant tout de la structuration de son écosystème.

Les analyses menées montrent que la principale limite au développement du secteur n'est ni le manque de talents ni l'absence de demande, mais la faiblesse des cadres institutionnels. Lorsque la gouvernance, les infrastructures et les mécanismes de financement sont adaptés, le sport devient un véritable moteur de croissance,

capable d'attirer les investissements et de générer des retombées économiques significatives.

À l'inverse, l'absence de structuration freine la professionnalisation du secteur et limite son attractivité. Le principal enjeu pour les années à venir réside donc dans la mise en place d'un environnement stable, transparent et favorable à l'investissement, condition indispensable pour convertir le potentiel sportif africain en valeur économique durable.



CHAPITRE 3

FINANCEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES INFRASTRUCTURES SPORTIVES

Construire les fondations de la croissance



UN DÉFICIT STRUCTUREL DE FINANCEMENT

Le manque de financement des infrastructures constitue aujourd'hui l'un des principaux freins au développement du sport africain.

Historiquement, le financement du sport repose majoritairement sur les budgets publics.

Cette dépendance limite les investissements en raison de la concurrence avec d'autres priorités nationales telles que l'éducation, la santé ou les transports.

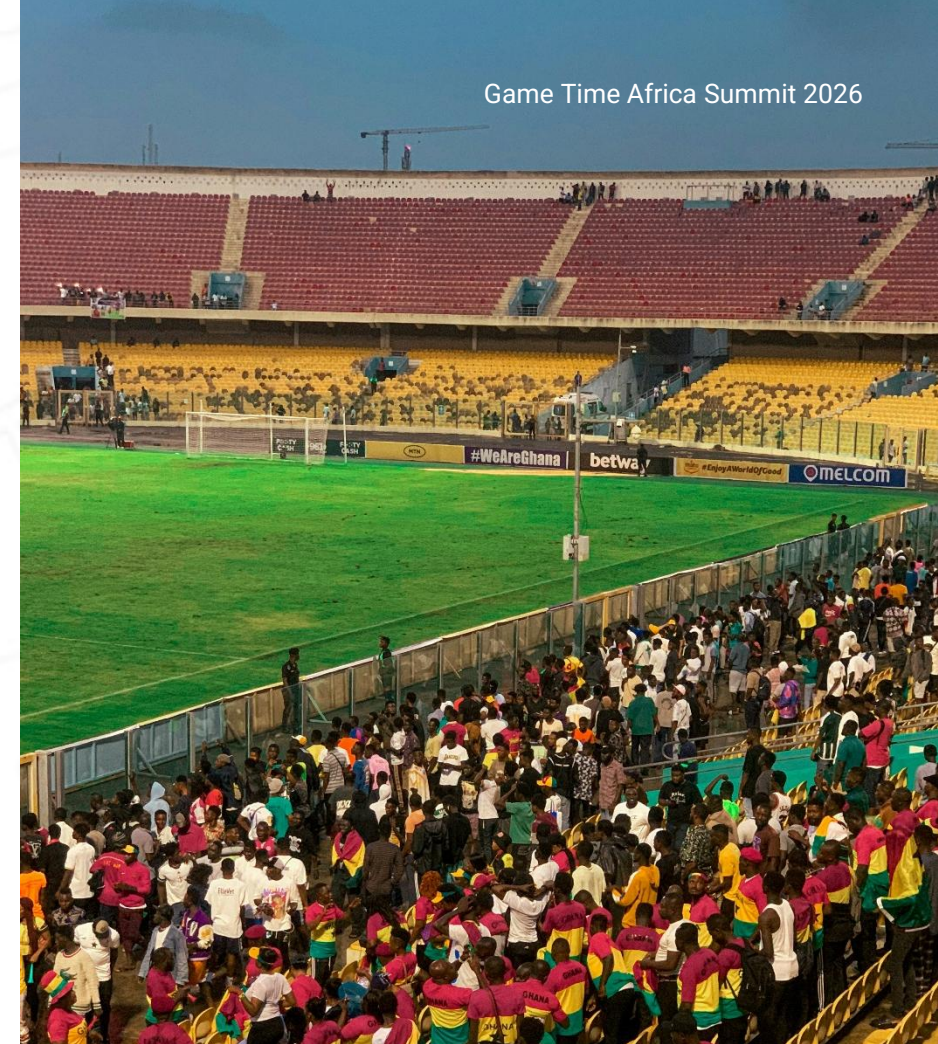


Les infrastructures sportives nécessitent des investissements particulièrement élevés : un stade amateur peut coûter plus de **300 000 \$**, tandis que les projets de grande envergure dépassent plusieurs centaines de millions de dollars (plus de **550 M\$** pour le futur stade Hassan II au Maroc).

Au-delà du manque de ressources, de nombreux projets souffrent d'une faible rentabilité économique et d'une absence de vision à long terme, réduisant leur impact sur le développement du secteur.

Plus largement, l'Afrique fait face à un **déficit annuel de financement des infrastructures estimé entre 68 et 108 milliards de dollars**, ce qui accentue les difficultés de financement des équipements sportifs.

Enjeu clé : développer des modèles de financement durables et attractifs pour les investisseurs afin d'assurer la viabilité économique des infrastructures sportives.



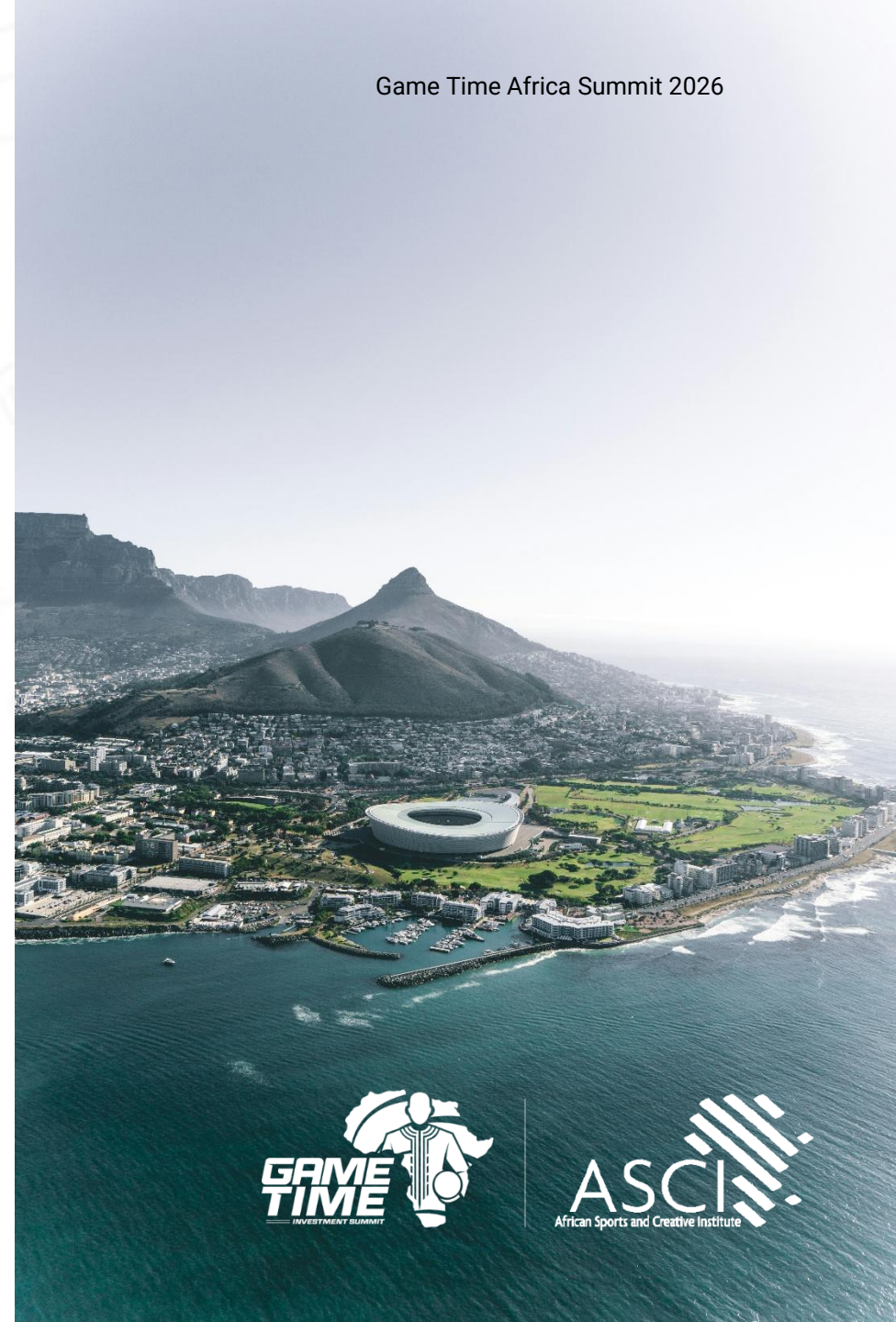
LES LIMITES DU MODÈLE TRADITIONNEL ET ÉMERGENCE DE MODÈLES HYBRIDES

Le financement public a longtemps constitué le principal moteur du développement des infrastructures sportives africaines.

Toutefois, ce modèle présente plusieurs limites :

- contraintes budgétaires des États ;
- dépendance aux cycles politiques ;
- faible capacité à financer des projets de grande ampleur ;
- Manque de perspectives de commercialisation et de rentabilité
- difficultés à assurer l'entretien et l'exploitation des équipements.

Dans ce contexte, la **mobilisation du capital privé** apparaît progressivement comme une nécessité plutôt qu'une option.





Face à ces contraintes, de nouveaux modèles de financement se développent.

L'objectif n'est plus d'opposer financement public et financement privé mais de construire des mécanismes permettant de **combiner les avantages des deux approches**.

Cette évolution reflète une transformation plus large de la vision du sport : les infrastructures ne sont plus seulement considérées comme des équipements publics mais comme des actifs économiques capables de générer de la valeur.

LE RÔLE CLÉ DES PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ

Les partenariats public-privé (PPP) occupent une place centrale dans cette évolution.

Ils permettent de mobiliser simultanément :

- les ressources publiques ;
- les capacités d'investissement du secteur privé ;
- l'expertise opérationnelle des entreprises ;
- une meilleure répartition des risques.

Les PPP apparaissent aujourd'hui comme l'un des outils les plus prometteurs pour accélérer le développement des infrastructures sportives africaines.

CHANGER DE LOGIQUE D'INVESTISSEMENT

La réussite des infrastructures sportives ne peut plus être évaluée uniquement à travers leur coût de construction. En complément de l'impact social, la véritable question concerne leur capacité à générer des revenus sur plusieurs décennies.

Cette approche implique de considérer les infrastructures comme des investissements productifs et non comme de simples dépenses publiques.

L'objectif devient alors de construire des équipements capables de s'intégrer durablement dans le tissu socio-économique local et régional.



L'enjeu central du financement des infrastructures sportives est celui de la rentabilité.

Un stade ou une arène ne crée de valeur que s'il est utilisé régulièrement et génère des revenus suffisants pour assurer son exploitation.

Cette réalité impose une réflexion plus large sur les usages des équipements et sur leur intégration dans l'écosystème économique environnant.



ÉVITER LE PIÈGE DE « L'ÉLÉPHANT BLANC » GRÂCE AUX INFRASTRUCTURES MULTIFONCTIONNELLES

L'histoire du sport international montre que de nombreuses infrastructures construites pour de grands événements deviennent sous-utilisées après leur inauguration.

Ces « éléphants blancs » représentent des investissements coûteux dont la contribution économique reste limitée.

Pour éviter ce scénario, les projets doivent être conçus dès leur origine avec une vision de long terme intégrant les besoins futurs du marché.





Les équipements sportifs les plus performants sont aujourd'hui ceux qui diversifient leurs usages.

Au-delà des compétitions sportives, ils peuvent accueillir :

- concerts et spectacles ;
- conférences et événements professionnels ;
- activités commerciales ;
- tourisme et loisirs.

La polyvalence améliore la rentabilité des investissements et réduit la dépendance aux seuls revenus sportifs.

LE BESOIN DE « PATIENT CAPITAL »

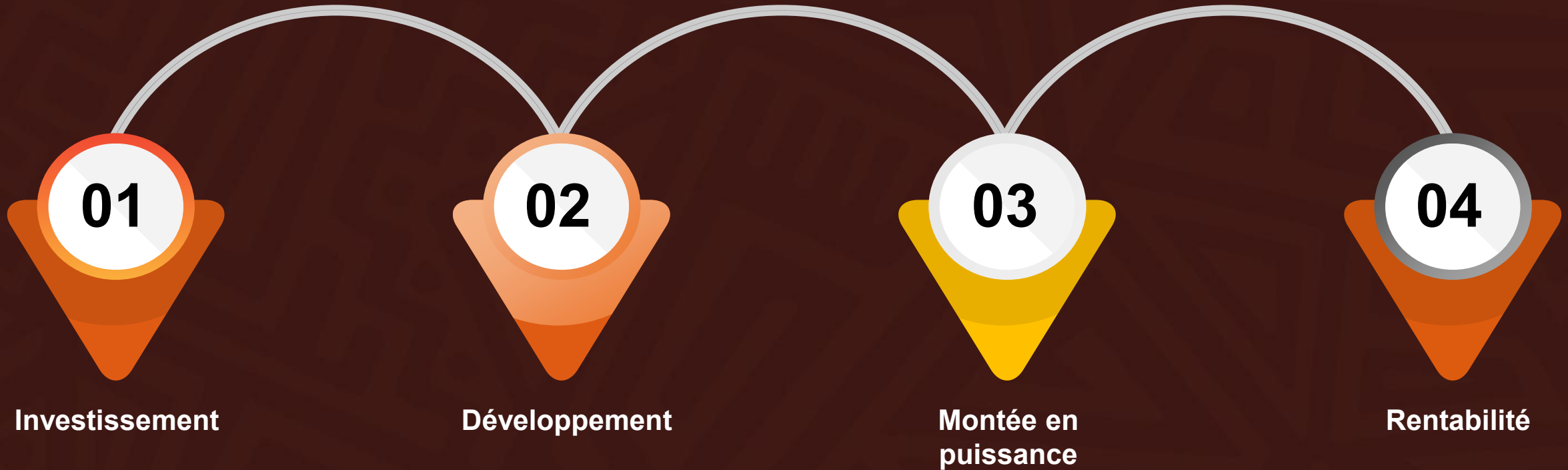
Le développement d'infrastructures sportives nécessite des horizons d'investissement longs.

Les retours sur investissement sont souvent progressifs et dépendent de la capacité des projets à s'intégrer durablement dans leur environnement économique.

Cette réalité souligne l'importance du « **patient capital** », c'est-à-dire d'investisseurs capables d'accompagner les projets sur plusieurs années avant d'en récolter pleinement les bénéfices.

Dans un scénario idéal, les capitaux « patients » seront complétés de capitaux concessionnels issus des banques de développement, générant ainsi un model de financement équilibré. Par ailleurs, l'impact social des infrastructures, l'intégration dans le plan d'urbanisation ainsi que leur empreinte carbone sont des critères d'importance pour ces mêmes banques.

« PATIENT CAPITAL »



CONCLUSION DU CHAPITRE 3

Face à des contraintes budgétaires persistantes et à un financement du sport encore largement dominé par les ressources publiques, les États africains doivent repenser leur approche du développement des infrastructures sportives. L'enjeu ne consiste plus uniquement à construire de nouveaux équipements, mais à concevoir des projets capables de générer des revenus, d'assurer leur propre entretien et de produire des retombées économiques durables pour les territoires.

Dans cette perspective, les partenariats public-privé (PPP) apparaissent comme l'une des solutions les plus crédibles pour mobiliser les capitaux nécessaires au développement du secteur. En combinant l'appui institutionnel du secteur public et les instruments des banques publiques de développement et les capacités financières du secteur privé, ils permettent de

réduire le risque pour les investisseurs tout en améliorant l'efficacité des projets.

Toutefois, l'attractivité de ces investissements repose sur plusieurs conditions : une gouvernance transparente, une planification à long terme, un cadre réglementaire stable ainsi que des mécanismes incitatifs adaptés. Réunies, ces conditions peuvent permettre au sport africain de débloquer des financements aujourd'hui insuffisants et d'accélérer son développement.

Cette évolution traduit une transition progressive d'un modèle historiquement subventionné vers un modèle hybride, dans lequel l'investissement privé joue un rôle croissant dans le financement et la valorisation des infrastructures sportives.

CHAPITRE 4

INVESTISSEMENT, FRANCHISES ET GOUVERNANCE DES CLUBS

De l'association sportive à l'actif économique

LA MUTATION DES CLUBS SPORTIFS : DE L'ASSOCIATION À L'ENTREPRISE

Le développement du sport africain passe également par une transformation profonde des clubs sportifs. Pendant longtemps, de nombreux clubs ont fonctionné selon un modèle associatif reposant principalement sur des financements publics, des mécènes ou des ressources limitées.

Or, l'évolution du sport vers une véritable industrie implique une professionnalisation progressive de ces structures.

Les clubs ne sont plus uniquement des organisations sportives : ils deviennent progressivement des acteurs économiques à part entière capables de générer des revenus, d'attirer des investissements et de créer de la valeur.



Dans les marchés les plus développés, les clubs sportifs sont devenus de véritables entreprises.

Leur activité ne repose plus uniquement sur les résultats sportifs mais sur un ensemble d'activités économiques :

- **sponsoring ;**
- **droits médias ;**
- **merchandising ;**
- **billetterie ;**
- **exploitation d'infrastructures.**

Cette évolution constitue une référence importante pour les clubs africains qui cherchent aujourd'hui à renforcer leur autonomie financière et leur attractivité.

Le club moderne n'est plus seulement un acteur sportif, mais un acteur économique.



LA PROFESSIONNALISATION COMME CONDITION DE SUCCÈS

La transformation des clubs nécessite avant tout une amélioration de leur organisation interne.

Les échanges sur les panels du Game Time Africa Summit ont mis en évidence plusieurs priorités :

- **professionnalisation du management ;**
- **amélioration des processus de gestion ;**
- **transparence financière ;**
- **planification stratégique.**

Sans ces fondations, les perspectives de croissance et d'investissement demeurent limitées.

L'attractivité d'un club pour les investisseurs dépend moins de sa popularité que de sa capacité à fonctionner comme une organisation crédible et structurée.

Quatre éléments apparaissent particulièrement importants :

- Une thèse d'investissement viable
- une gouvernance solide ;
- un cadre juridique clair ;
- une vision économique durable.

Ces conditions constituent aujourd'hui des prérequis pour attirer du capital et soutenir la croissance du secteur.



Khalid Safir

LA GOUVERNANCE AU CŒUR DE LA CRÉATION DE VALEUR

La gouvernance constitue un facteur déterminant de la création de valeur dans les organisations sportives.

Elle influence directement l'attractivité des clubs auprès des investisseurs et leur capacité à se développer durablement.

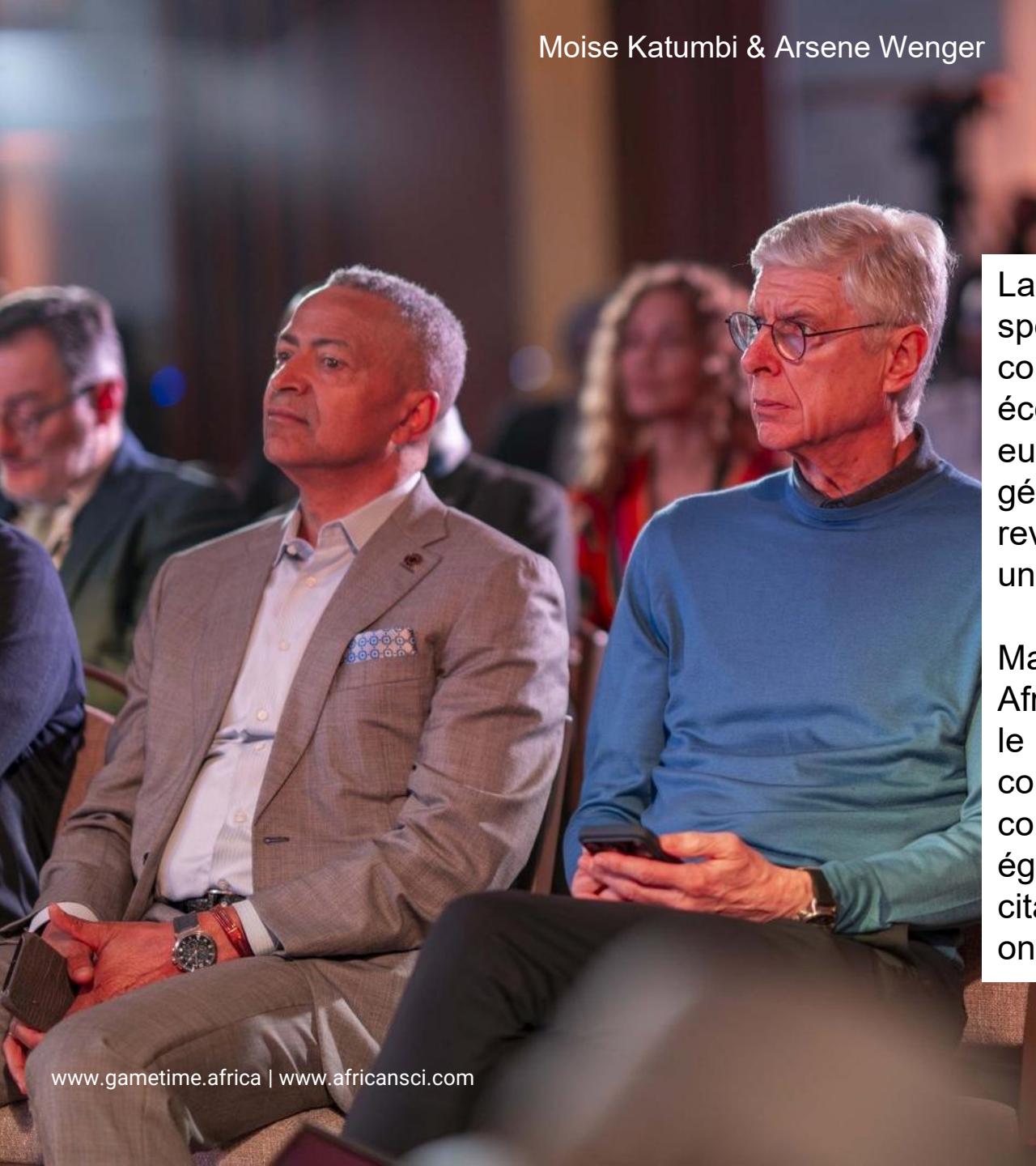
Gouvernance faible	→	Gouvernance forte
Opacité financière		Transparence
Difficulté à attirer des investisseurs		Attractivité pour les investisseurs
Décisions court-terme		Vision stratégique
Dépendance aux subventions		Revenus diversifiés
Faible création de valeur		Création de valeur économique

LES CLUBS COMME ACTIFS D'INVESTISSEMENT : ENTRE POTENTIEL ET CONTRAINTES

L'évolution du sport mondial montre une tendance claire : les clubs deviennent progressivement des actifs financiers à part entière.

L'exemple de **Marc Lasry** est particulièrement révélateur. En 2014, il participe à l'acquisition des Milwaukee Bucks pour environ 550 millions de dollars. En moins d'une décennie, la franchise dépasse les 3,5 milliards de dollars de valorisation, illustrant la capacité du sport à générer une création de valeur significative.





La croissance des droits médias, le développement du sponsoring, la valorisation des marques et l'exploitation commerciale des infrastructures sont les piliers économiques de ce modèle. Les franchises et clubs européens et nord-américains les plus performants génèrent plusieurs centaines de millions d'euros de revenus annuels, confirmant la transformation du sport en une industrie économique unique.

Malgré un certain retard, cette dynamique émerge en Afrique et certains acteurs l'ont compris. C'est notamment le cas de Moïse Katumbi avec le TP Mazembe, qui a contribué à structurer le club et à améliorer sa compétitivité sur la scène continentale. Mr Katumbi a également insisté sur les collaborations à l'international citant Arsene Wenger et le club d'Arsenal avec lequel ils ont travaillé.

INVESTIR AVANT LE PASSAGE A L'ECHELLE

Les discussions ont également souligné qu'avant d'envisager des stratégies complexes comme la **multi propriété** de clubs, il est nécessaire de consolider les fondamentaux.

Les investissements doivent d'abord porter sur :

- les infrastructures ;
- la gouvernance ;
- les équipes dirigeantes ;
- les modèles économiques.

La croissance durable repose avant tout sur la solidité des bases institutionnelles et financières.

Avant toute logique d'expansion, les clubs doivent d'abord démontrer leur capacité à créer durablement de la valeur.



CONCLUSION DU CHAPITRE 4

La transformation des clubs est un enjeu central du développement du sport en Afrique. Transitionner d'un modèle associatif vers un modèle commercial est la condition primordiale pour attirer des investissements et structurer le secteur.

Les exemples internationaux des marchés plus développés, notamment européens et nord-américains, montrent que les clubs peuvent devenir des actifs financiers majeurs. Toutefois, cette évolution repose sur des fondamentaux solides : gouvernance, cadre juridique, business model et structuration.

En définitive, la capacité des clubs africains à se transformer en entités économiques viables conditionnera largement le développement du sport sur le continent.

CHAPITRE 5

LE CAPITAL HUMAIN ET LA VALORISATION DES TALENTS

Garder davantage de valeur sur le continent

LE CAPITAL HUMAIN : PREMIÈRE RICHESSE DU SPORT AFRICAIN

L'Afrique est aujourd'hui reconnue comme l'un des principaux réservoirs de talents sportifs au monde. Dans de nombreuses disciplines, les athlètes africains occupent une place croissante au sein des compétitions les plus prestigieuses.

Cet avantage repose également sur une dynamique démographique exceptionnelle. Le continent compte actuellement **environ 1,5 milliard d'habitants**, soit près de **18 % de la population mondiale**, avec l'une des populations les plus jeunes au monde.

Selon les projections des Nations Unies, la population africaine devrait atteindre **2,5 milliards d'habitants d'ici 2050**, représentant alors près d'un quart de la population mondiale dont **30% de la population active mondiale**. Cette croissance constitue un vivier considérable de futurs pratiquants, consommateurs et talents.



Aida Diarra

Cette abondance de capital humain représente l'un des principaux avantages compétitifs de l'Afrique dans l'économie mondiale du sport.

Toutefois, la présence de talents ne garantit pas automatiquement la création de valeur locale.

L'enjeu central est désormais de renforcer les structures de formation, de professionnaliser les filières sportives et de permettre au continent de capter une part plus importante de la richesse économique générée par ses athlètes.



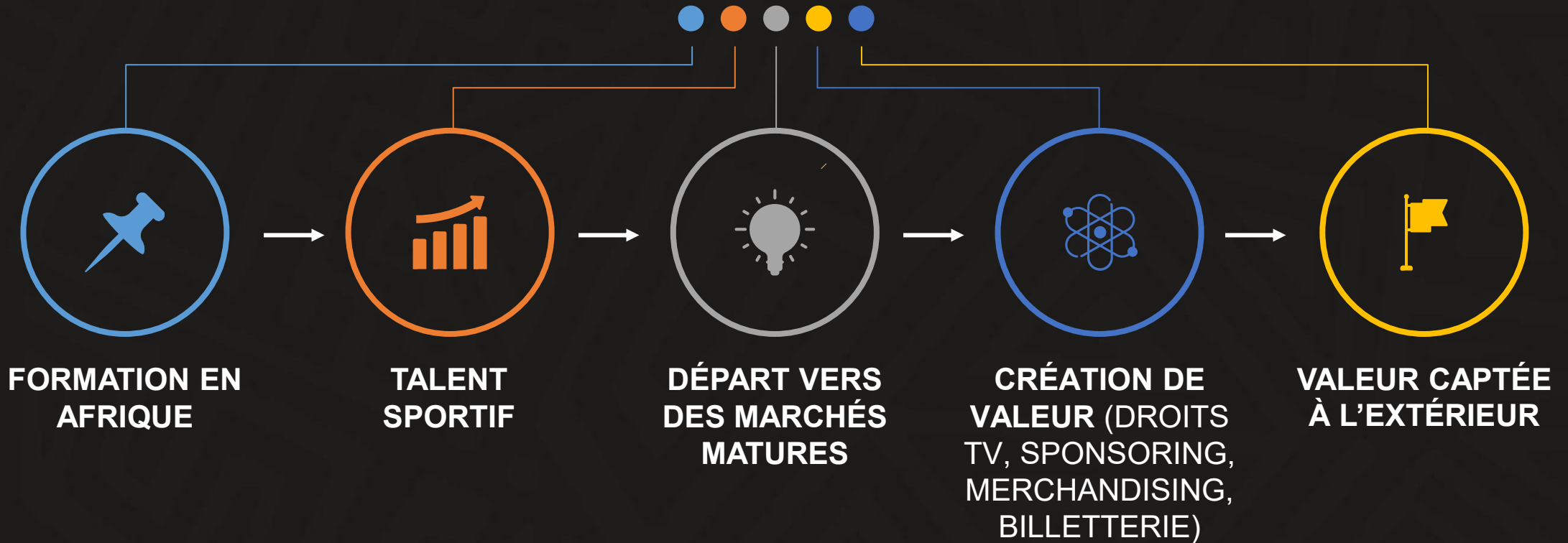
UNE FUITE DE VALEUR PERSISTANTE

Le modèle actuel repose largement sur l'exportation précoce des talents vers les marchés les plus développés. L'exportation de ces talents vers les marchés européens et nord-américains en particulier crée un déséquilibre entre la valeur que ces athlètes génèrent et ce que l'Afrique en perçoit. Par exemple, plus de 500 footballeurs africains évoluent dans les 5 grands championnats européens et permettent à leurs clubs de générer des centaines de millions d'euros.

Cette dynamique permet aux athlètes d'accéder à de meilleures infrastructures, à des compétitions de haut niveau et à des revenus plus importants. Cependant, elle contribue également à transférer une grande partie de la valeur économique créée à l'extérieur du continent.

Le défi n'est donc pas seulement de former davantage de talents mais de construire des mécanismes permettant de retenir une part plus importante de cette valeur au sein des écosystèmes locaux.

MODÈLE ACTUEL





RECONSTRUIRE LES CHAÎNES DE VALEUR

La valorisation du capital humain implique une réflexion plus large sur l'organisation de l'écosystème sportif.

L'objectif consiste à développer davantage d'activités génératrices de valeur autour des talents :

- formation ;
- compétitions locales ;
- marketing sportif ;
- développement des marques ;
- accompagnement des athlètes.

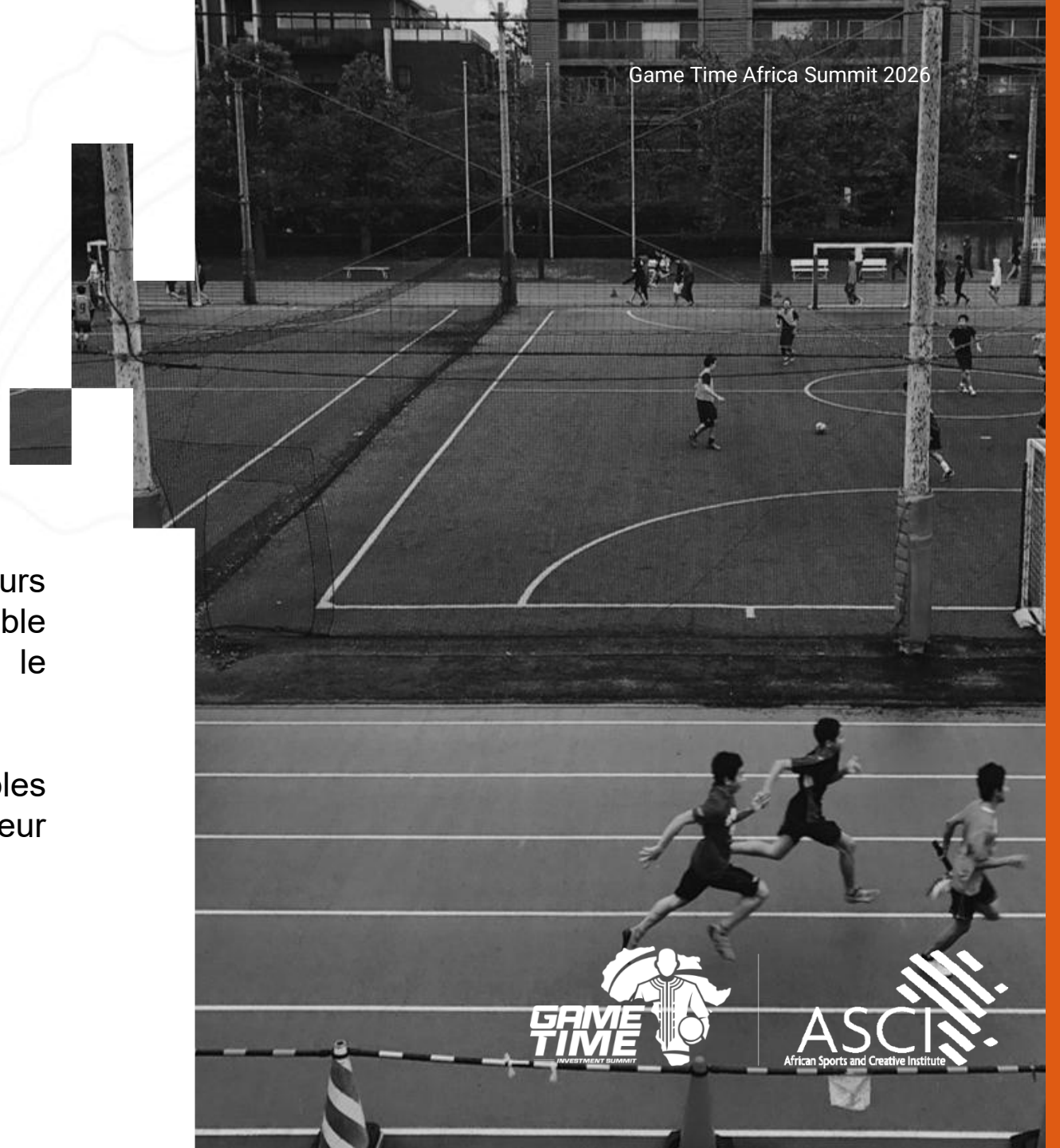
Cette approche permettrait d'accroître les retombées économiques du sport au bénéfice des acteurs locaux.

LES ACADEMIES : DES ACTIFS STRATEGIQUES

La formation de talents doit être vue comme un véritable vecteur de création de valeur.

Non seulement pour l'exportation des meilleurs talents, mais aussi pour conserver le plus possible de bons athlètes qui resteront longtemps sur le continent et le feront rayonner.

Les académies agissent donc comme de véritables actifs stratégiques, capables de générer de la valeur sur le long terme.





Les échanges issus des panels du Game Time Africa Summit ont souligné la nécessité de développer des modèles d'académies intégrés, combinant formation sportive et éducation académique, afin de sécuriser les parcours des jeunes talents et d'optimiser leur développement.

Les académies **Right to Dream** au Ghana ou **Génération Foot** au Senegal sont des exemples de réussite qui ont démontré leur capacité à générer de la valeur, en formant des joueurs transférés vers des clubs européens tout en développant un réseau éducatif, institutionnel solide ainsi que des sources locales de revenus.

INVESTIR DANS LA FORMATION ET L'ÉDUCATION

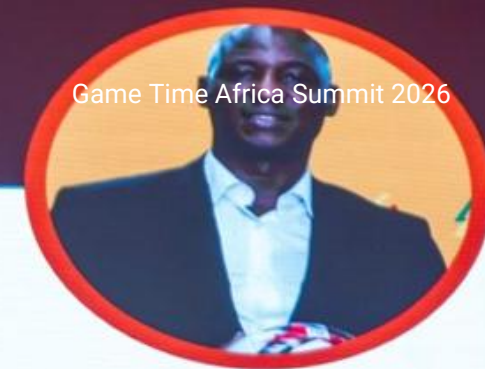
L'une des caractéristiques essentielles des académies performantes réside dans leur capacité à combiner sport et éducation.

Cette approche présente plusieurs avantages :

- meilleure préparation des athlètes ;
- développement de compétences transférables ;
- sécurisation des parcours professionnels ;
- création de valeur durable.

Le développement du sport africain ne peut donc être dissocié d'une réflexion sur l'éducation et l'accompagnement des talents.





Oyi Gane
MLB Superstar, Investor
Lori6Venture

Jeremiah Owusu-Koramoah
NFL Star, Cleveland Browns

Alex Song
Football Legend, Cameroon

Anthony Baffoe
Football Legend, Ghana



INVESTIR DANS LA FORMATION ET L'ÉDUCATION

Valoriser le capital humain dans le sport ne peut pas seulement se limiter à la valorisation de la performance sportive. L'athlète peut être un atout décisif dans un écosystème.

La vision selon laquelle un athlète ne se résume qu'à sa performance sportive est obsolète. Les discussions du Game Time Africa Summit ont mis en avant l'importance de reconnaître les athlètes comme des parties prenantes à part entière, capables de contribuer à la gouvernance, l'investissement et l'entrepreneuriat du sport business.

La question de l'après-carrière demeure centrale. **67 % des footballeurs ne sont pas certains de leur trajectoire après leur carrière sportive** et **54 % n'ont reçu aucune aide en matière de planification de carrière**, ce qui montre l'insuffisance des dispositifs de reconversion structurés. Ce problème est d'autant plus vrai dans les autres disciplines.

Bien que l'expérience, la compréhension de la discipline et l'image de l'athlète soient de réels atouts pour des structures sportives ou des grandes institutions, la reconversion des athlètes dans le mouvement sportif reste largement sous-exploitée.

Les panels du sommet ont ainsi insisté sur **la nécessité de développer des programmes de formation, d'accompagnement et d'intégration des athlètes** dans les structures de gouvernance du sport et dans sa commercialisation.

Fort des revenus accumulés en carrière, certains athlètes de par leur « family office » s'affirment comme des investisseurs de top niveau prêts à s'engager dans l'écosystème du sport.



Jeremiah Owosu- Koramoah

VERS UN MODÈLE PLUS ÉQUILIBRÉ

La valorisation du capital humain constitue l'un des principaux leviers de développement du sport africain.

L'enjeu n'est pas d'empêcher la mobilité internationale des talents mais de construire un modèle dans lequel les bénéfices économiques générés profitent davantage aux structures locales.

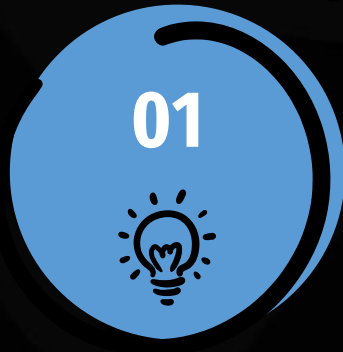
Cette évolution suppose des investissements dans la formation, les académies et la professionnalisation de l'ensemble de la chaîne de valeur.



Ronny Turiaf



Ciryl Gane



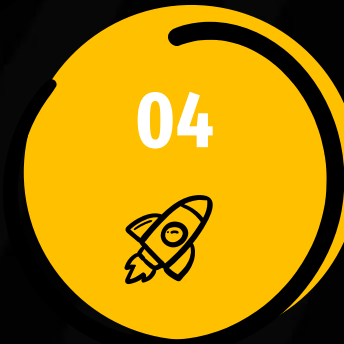
**Création de
valeur locale**



**Clubs
professionnels**



**Gouvernance et
professionnalisation**



**Développement
du capital humain**

**La création de valeur locale repose sur la transformation du capital
humain en actifs économiques durables.**

CONCLUSION DU CHAPITRE 5

Le capital humain constitue l'avantage comparatif le plus évident et le plus durable du sport africain. Porté par une démographie dynamique et un réservoir de talents reconnu à l'échelle mondiale, le continent dispose d'un atout stratégique majeur dans l'économie mondiale du sport.

Toutefois, le véritable enjeu ne réside pas uniquement dans la production de sportifs de haut niveau, mais dans la capacité à transformer ce potentiel en création de valeur durable pour les économies locales. Sans structures adaptées, une part importante des bénéfices économiques générés par les athlètes africains continue d'être captée en dehors du continent.

Dans cette perspective, le développement des

académies, l'amélioration des dispositifs de formation, la professionnalisation de l'encadrement ainsi qu'une plus grande intégration des anciens athlètes dans la gouvernance sportive apparaît comme des leviers essentiels. Ces investissements permettraient non seulement de renforcer la compétitivité du sport africain, mais également d'accroître les retombées économiques, sociales et institutionnelles générées par son capital humain. Au-delà des talents athlétiques, l'Afrique disposera de 30% de la force active mondiale en 2050, il s'agit alors de développer une nouvelle génération de professionnels du sport: marketing, événementiel, media, etc. capable d'accélérer la croissance de l'industrie.



CHAPITRE 6

MONÉTISATION : DROITS MÉDIAS, SPONSORING ET ENGAGEMENT DES FANS

Transformer l'audience en valeur économique

LA MONÉTISATION AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT DU SPORT AFRICAIN : LA LEÇON EUROPÉENNE

La croissance du sport africain ne dépend pas uniquement de la production de talents ou du développement des infrastructures.

Elle repose également sur la capacité des acteurs du secteur à créer des modèles économiques durables et à générer des revenus récurrents. Dans les marchés sportifs les plus développés, cette création de valeur s'appuie principalement sur trois leviers : le sponsoring, les droits médias et l'engagement des fans.

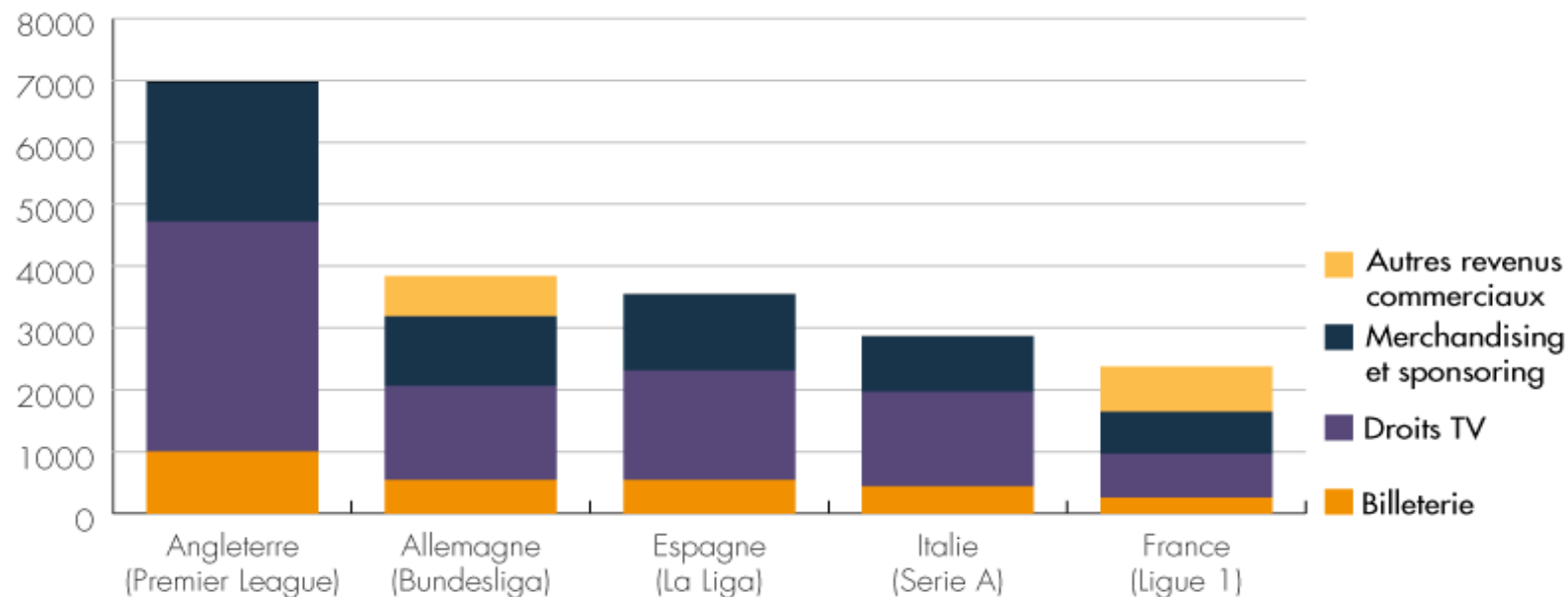
Le défi du sport africain consiste aujourd'hui à adapter ces mécanismes aux réalités du continent afin de mieux capter la valeur créée par son audience.

Source : lafinancepourtous.com d'après Deloitte



Leçon européenne : qu'il s'agisse du football, basket-ball, du rugby ou du tennis, les organisations sportives les plus performantes reposent sur une pluralité de revenus plutôt que sur une source unique de financement.

TOTAL DES REVENUS DES CINQ PLUS GRANDS CHAMPIONNATS D'EUROPE EN MILLIARDS D'EUROS POUR LA SAISON 2022/2023



Source : lafinancepourtous.com d'après Deloitte



LE SPONSORING : D'UN MODÈLE PASSIF À UN LEVIER D'ENGAGEMENT

La taille du marché mondial du parrainage sportif s'élève à **103,92 milliards de dollars en 2026**. Le sponsoring constitue, dans les marchés matures, un levier majeur de revenus. Les revenus commerciaux, incluant notamment le sponsoring, représentent en moyenne plus de **40 % des revenus des principaux clubs européens**.

Moins de 5% des dépenses sponsoring mondial sont attribuées à l'Afrique. Manque de confiance des sponsors envers les détenteurs de droits, manque de compréhension des besoins du sponsors, incapacité à délivrer des championnats ou événements de qualité, sont autant de raisons pénalisant la croissance des budgets sponsoring sur le continent.

En effet, si la stratégie de sponsoring reposait pendant longtemps sur un modèle de visibilité de la marque, il s'agit aujourd'hui davantage d'un modèle d'engagement des fans et de fan expérience.

Le sponsoring moderne ne se contente plus seulement d'afficher un logo sur un maillot ou au bord d'un terrain. Les marques cherchent à s'insérer dans les usages digitaux, à produire du contenu et à interagir directement avec les audiences.

Les détenteurs de droits doivent gagner la confiance des sponsors, adapter leurs offres, se faire accompagner par des professionnels du marketing, pour réellement maximiser les opportunités de sponsoring.





Les **Panels 3 et 4** du **Game Time Africa Summit** ont mis en évidence cette transformation : le sponsoring évolue vers des modèles plus intégrés, centrés sur l'engagement des fans plutôt que sur la seule exposition.



Cette évolution est cohérente avec les dynamiques identifiées dans les chapitres précédents, notamment la montée en puissance du digital et l'importance croissante de l'attention comme ressource économique.



David Mignot

LE SPORT COMME PLATEFORME DE MARQUE

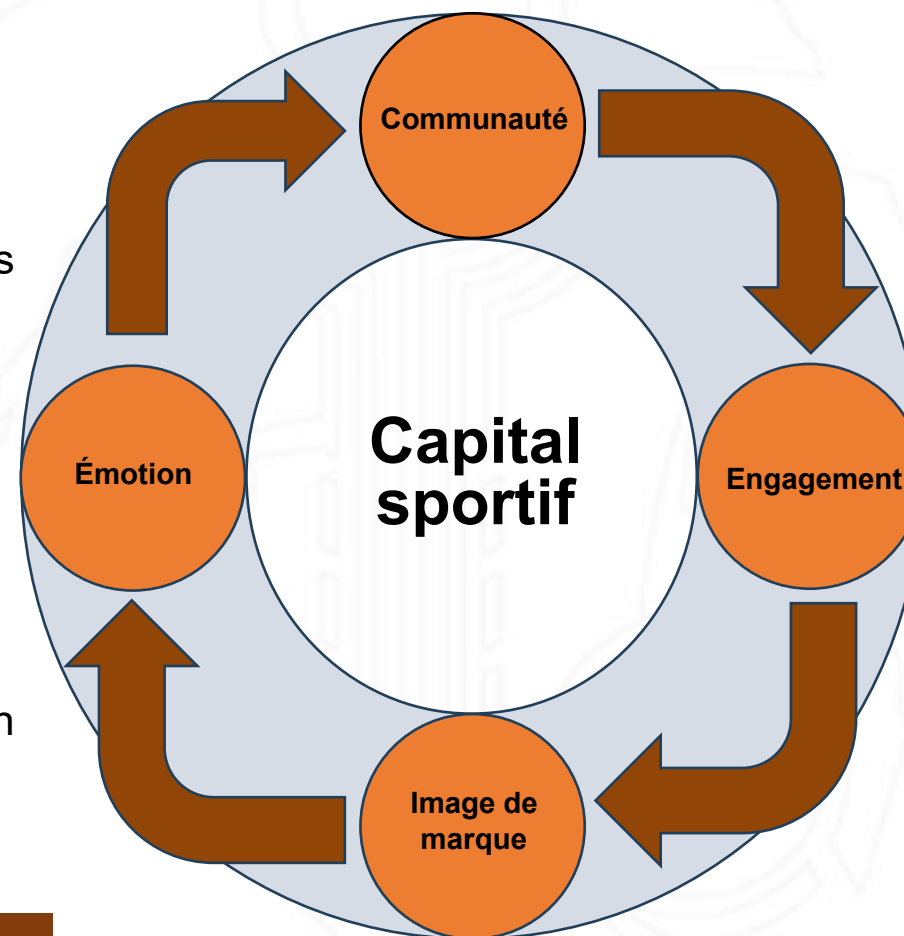
Pour les sponsors, la valeur du sport ne repose plus uniquement sur la visibilité.

Elle repose également sur sa capacité à :

- créer des émotions ;
- développer des communautés ;
- renforcer la proximité avec les consommateurs ;
- améliorer l'image de marque.

Cette évolution transforme progressivement le sponsoring en véritable outil stratégique de développement commercial.

La monétisation durable repose sur la transformation de l'audience en communauté engagée.



LES DROITS MÉDIAS : UN ENJEU STRATÉGIQUE

Les droits des médias dans les marchés sportifs européens et nord-américains constituent le principal moteur de création de valeur. Le marché mondial dépassait les **55 milliards de dollars** en 2024 et continue de croître fortement.

En Afrique, deux groupes existent dominant le marché des droits médias: le réseaux médias payant et les télévisions gratuites nationales nommées FTA (free to air). Dans le secteur de la télévision payante, Canal+ (Vivendi) domine les territoires francophones tandis que Supersports (Multichoice) les pays anglophones. On note l'émergence du réseau togolais New World TV proposant des contenus en langues locales.

Le récente et historique acquisition de Multichoice par le groupe Vivendi pour un montant de plus de \$3 milliards, redéfinit les enjeux du marché. Il s'agit d'une solution de quasi-monopole qui va accentuer la pression sur les détenteurs de droits.

Les télévisions publiques nationales sont généralement en progression sur l'ensemble du continent. CRTV au Cameroun, RTI en Cote d'Ivoire, 2M au Maroc proposent une offre de contenu sport raisonnable. Le Maroc a même lancé une chaîne nationale 100% sport diffusant tous les championnats nationaux.



Enfin, on note l'émergence de plateformes OTT créées par les athlètes, les clubs ou fédération.

L'ensemble de ces plateformes (payant, public, OTT) offre une panoplie large aux fans. Cependant au regard du taux de pénétration des smartphones et des challenges d'accès à l'électricité et la connexion dans les foyers, l'avenir des contenus se jouera d'abord sur les téléphones et tablettes.

La croissance de la demande de contenus, notamment local, est une tendance qui va continuer de progresser autant que le nombre de créateurs de contenus.

A l'échelle mondiale, la part du marché du streaming sportif en Afrique reste très faible - environ 3,8% du marché mondial - mais sa croissance est attractive: la taille du marché aura doublé en 2030.

Les évolutions technologiques ouvrent de nouvelles perspectives permettant aux détenteurs de droits de développer une relation plus directe avec leurs audiences (DTC) et envisager de nouvelles sources de revenus.

LE STREAMING COMME NOUVELLE OPPORTUNITÉ

Le développement des plateformes numériques modifie profondément la distribution des contenus sportifs.

Les modèles direct-to-consumer (DTC) permettent désormais aux organisations sportives de diffuser leurs contenus directement auprès des fans sans dépendre exclusivement des diffuseurs traditionnels.

Cette évolution offre plusieurs avantages :

- accès direct aux audiences ;
- meilleure connaissance des utilisateurs ;
- nouvelles sources de revenus ;
- plus grande flexibilité dans la distribution des contenus.



Modèle traditionnel (Intermédiaire dominant)



Modèle streaming (relation directe)



En réduisant le rôle des intermédiaires, le streaming rapproche les détenteurs de droits de leurs communautés et renforce leurs capacités de monétisation.

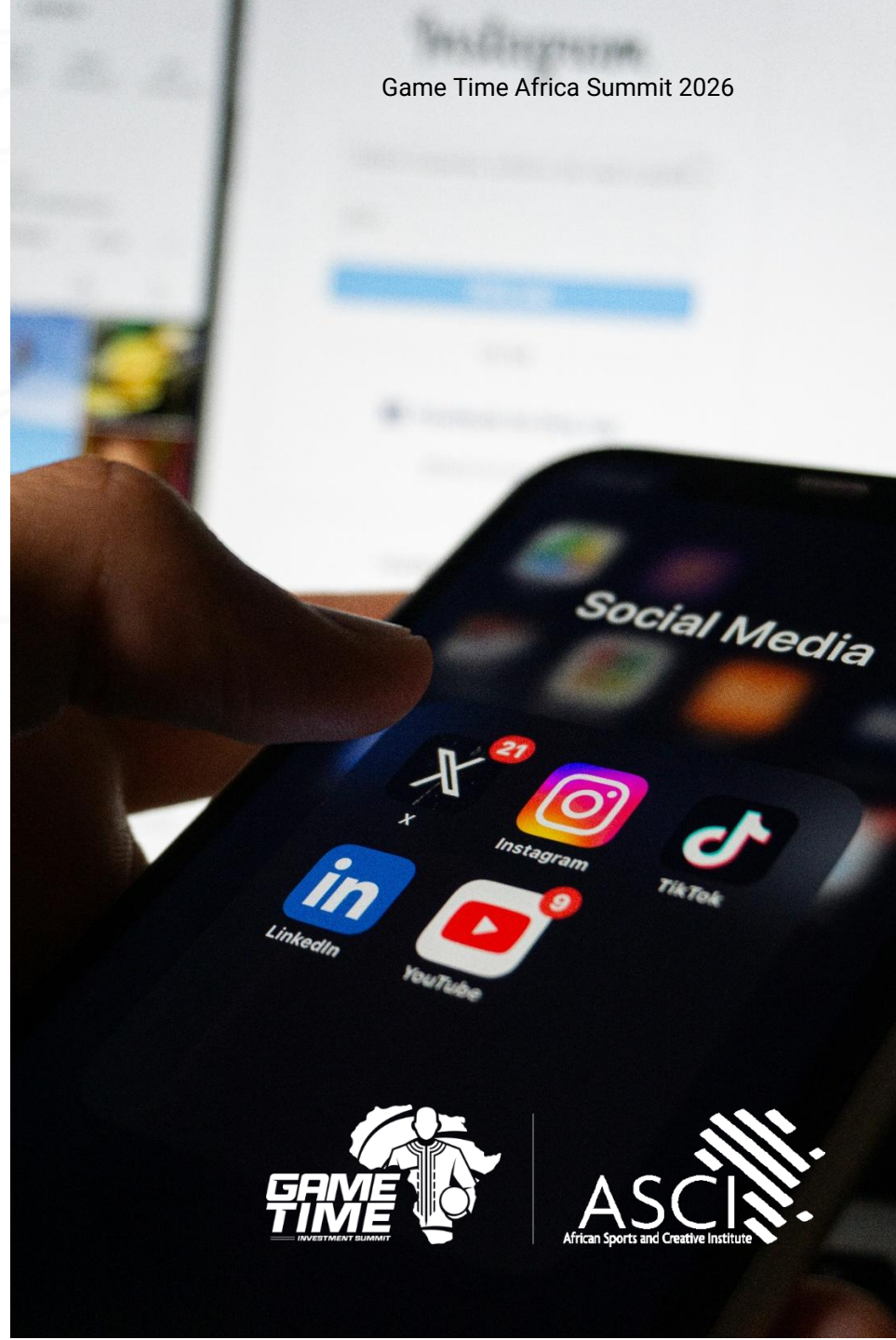
L'ENGAGEMENT DES FANS : UN ACTIF ÉCONOMIQUE

La transformation digitale a profondément modifié les modes de consommation du sport. En Afrique, cette dynamique est amplifiée par une population jeune et connectée.

Les plateformes comme TikTok ou Instagram sont désormais centrales dans la consommation de contenu sportif, favorisant des formats courts et interactifs.

Dans ce cadre, une initiative comme FTBLR, présentée lors de l'événement **Under the Baobab** durant le Game Time Africa Summit illustre un changement fondamental : le fan n'est plus uniquement consommateur, mais devient acteur du contenu.

En permettant aux utilisateurs de produire et partager leurs propres contenus, la plateforme renforce l'engagement tout en réduisant les coûts de production.



LE PIRATAGE : **UN RÉVÉLATEUR DES LIMITES** **DU MARCHÉ**

Le piratage constitue une pratique répandue dans la diffusion sportive en Afrique. À l'échelle mondiale, plus de **230 milliards de visites** sur des sites pirates ont été enregistrées en 2023.

Les droits médias constituent la première source de revenus dans l'écosystème du sport. Le piratage pénalise durement autant les détenteurs de droits et les plateformes médias. Il est considéré comme l'obstacle majeur à la monétisation du sport.

C'est pourquoi les détenteurs de droits et les diffuseurs collaborent pour protéger leurs propriétés intellectuelles. La lutte contre le piratage ne peut se limiter à des mesures répressives. Elle doit passer par une adaptation des modèles économiques, notamment à travers des offres plus accessibles et une distribution optimisée.

La captation d'une partie de ce public dit « pirate » représente une part de marché d'importance. Cela passera par la technologie et une offre media adaptée.

ADAPTER LES MODÈLES AUX RÉALITÉS AFRICAINES

Le succès des futurs modèles de monétisation dépendra largement de leur capacité à transcender les contraintes locales.

Parmi les principaux défis figurent :

- les limitations de connectivité et d'accès électricité;
- la diversité linguistique ;
- les contraintes budgétaires des ménages ;
- les habitudes de consommation spécifiques au continent (format de contenu court moyen long).

Les modèles les plus performants seront ceux capables de transformer ces contraintes en opportunités.

Les initiatives présentées lors de l'évènement ***Sous le Baobab*** illustrent l'émergence de modèles économiques adaptés aux spécificités du marché africain.

Under the Baobab est la deal room rassemblant les entrepreneurs qui pitch face aux investisseurs.

Match We Can propose une approche intégrée, combinant contenu, expérience et services, en s'inscrivant dans une logique mobile-first. Cette stratégie permet de contextualiser l'expérience sportive et de créer une relation plus forte avec les utilisateurs.

13 Productions se positionne sur la production de contenus digitaux, avec des formats courts optimisés pour les réseaux sociaux. En générant plusieurs millions de vues mensuelles, l'entreprise démontre la capacité des contenus locaux à capter l'attention et à attirer des partenaires commerciaux.

Les initiatives présentées lors d'Under the Baobab prouvent que les initiatives les plus performantes sont celles qui parviennent à s'adapter aux usages locaux plutôt que de reproduire des modèles importés.



Game Time Africa Summit 2026

CONCLUSION DU CHAPITRE 6

Le sponsoring, les droits médias et l'engagement des fans constituent aujourd'hui les principaux leviers de création de valeur et de monétisation du sport africain. À mesure que le secteur se professionnalise, ces sources de revenus deviennent essentielles pour réduire la dépendance aux financements publics et assurer une croissance durable des organisations sportives.

L'essor du numérique et la diffusion croissante des technologies mobiles offrent au continent de nouvelles opportunités pour développer son audience, renforcer la visibilité des compétitions et créer des interactions directes entre les clubs, les fédérations et les supporters. Cette transformation digitale facilite également l'émergence de nouveaux modèles économiques fondés sur les plateformes numériques, les réseaux sociaux et les contenus sportifs dématérialisés.

Toutefois, ces opportunités s'accompagnent de défis importants liés au pouvoir d'achat, aux infrastructures technologiques et à la structuration encore inégale des marchés sportifs africains. La réussite de cette transition dépendra donc de la capacité des acteurs du secteur à adapter les modèles éprouvés dans les marchés matures aux réalités économiques du continent.

Dans ce contexte, la capacité à transformer une audience en revenus récurrents et durables apparaît comme l'un des principaux déterminants du développement futur de l'industrie sportive africaine.

Elle conditionnera à la fois l'attractivité du secteur pour les investisseurs, la professionnalisation des organisations sportives et la création de valeur à long terme.



CHAPITRE 7

LES NOUVELLES FRONTIÈRES DE CROISSANCE

Gaming, esport et nouveaux marchés sportifs

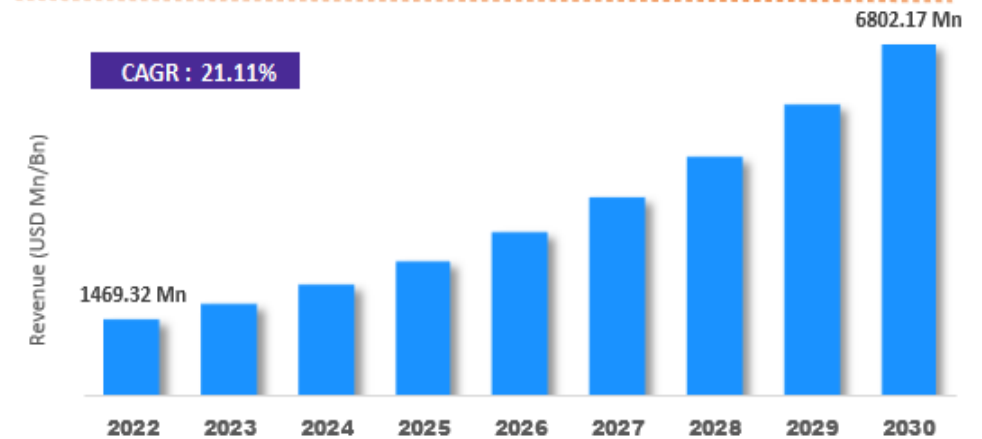
CHANGER DE PERCEPTION : L'ESPORT COMME INDUSTRIE

Le panel 7 du Game Time Africa Summit a mis en évidence l'enjeu d'une reconnaissance de l'eSport par les institutions et acteurs économiques.

La taille du marché mondial de l'esport était évaluée à environ 2 milliards de dollars en 2023 et devrait augmenter à un TCAC de plus de 21% entre 2024 et 2032. Le marché atteindrait alors près de **7 milliards de dollars d'ici 2030**. Pourtant le secteur est encore considéré par beaucoup comme une activité récréative plus qu'un secteur économique à part entière.

Le développement de l'esport en Afrique nécessite la création d'un écosystème complet : joueurs, entraîneurs, organisateurs, créateurs de contenu et partenaires commerciaux.

Global Esports Market 2030



Source : zionmarketresearch.com

L'esport est plus qu'un loisir : c'est un marché mondial en forte croissance qui crée de nouvelles opportunités d'investissement.

L'ESPORT : UNE OPPORTUNITÉ À STRUCTURER

L'ESPORT : UNE OPPORTUNITÉ ADAPTÉE AUX RÉALITÉS AFRICAINES

Le développement de l'eSport présente plusieurs avantages dans le contexte africain.

Nous sommes sur un marché jeune, 19 ans en moyenne, pléthorique, plus de 60% des 1.5 milliards d'habitants ont moins de 25 ans, et avides de consommation et de création de jeux électroniques.

Ces éléments économiques sont de solides fondations pour développer le marché sur l'ensemble de la chaîne de valeur: création de jeu, développement des talents, organisation d'événements, promotion et marketing, streaming et diffusion media, etc.

La croissance du secteur pourrait ainsi contribuer à la création d'emplois et à l'émergence de nouveaux modèles économiques.



Tarik Belghazi





Desire Koussawo

CONSTRUIRE UN ÉCOSYSTÈME COMPLET

Le secteur est en plein essor, de nombreux événements africains s'approchent des meilleures compétitions mondiales: Morocco Gaming Expo, Insomnia Egypte, rAge Expo South Africa, PUBG Mobile Africa Cup Kenya, Carry1st Africa Cup Nigeria

Le développement durable de l'esport ne peut se limiter à l'organisation de compétitions.

Comme les autres industries sportives, il nécessite la création d'un véritable écosystème comprenant :

- académies et structures de formation ;
- entraîneurs spécialisés ;
- créateurs de contenu ;
- organisateurs d'événements ;
- partenaires commerciaux ;
- reconnaissance institutionnelle.



La structuration de cette chaîne de valeur constitue une condition essentielle de son développement.

L'IMPORTANCE DE LA RECONNAISSANCE INSTITUTIONNELLE

L'un des principaux défis du secteur reste sa reconnaissance par les institutions sportives et les pouvoirs publics.

Cette reconnaissance permettrait :

- une meilleure organisation du secteur ;
- davantage de soutien institutionnel et logistique;
- des instruments de financement attractif pour les investisseurs ;
- le développement de programmes de formation adaptés.

L'intégration progressive de l'esport dans les stratégies nationales pourrait ainsi accélérer sa croissance.



Youssef Charif

DES INITIATIVES DÉJÀ À L'ŒUVRE

Les projets présentés lors de l'événement **Under the Baobab** démontrent que cette dynamique est déjà engagée.

Des initiatives telles que Sages Africa ou A314 illustrent le développement progressif d'acteurs spécialisés cherchant à structurer le marché et à créer de nouvelles opportunités économiques autour du gaming et de l'eSport.

Ces projets témoignent de la capacité d'innovation de l'écosystème africain.

Les fondations d'un écosystème esport africain commencent à émerger

NFL, PFL ET PADEL : DES STRATÉGIES D'IMPLANTATION PROGRESSIVES

Les stratégies de développement des sports émergents reposent sur des logiques d'adaptation aux marchés locaux.

La National Football League (NFL) adopte une approche via le flag football (un sport dérivé du football américain) avec des programmes déployés au Kenya, au Nigeria et au Ghana. L'objectif est de construire une base de pratiquants (grassroots) avant de développer un marché professionnel.

La Professional Fighters League (PFL) a lancé PFL Africa et a organisé un premier événement de MMA en juillet 2025 à Cape Town (Afrique du Sud). Cet événement marque une volonté de créer une ligue structurée à l'échelle du continent. La PFL poursuit l'organisation d'événements réguliers dans plusieurs pays africains, afin de construire une audience et une crédibilité locale.

Le padel suit une logique différente, il est principalement basé sur des clubs urbains et une forte fréquence d'usage. En Afrique, la croissance est particulièrement visible en Afrique du Sud, où l'on compte environ 600 courts et plus de 200 clubs en 2025, faisant du pays le principal marché du continent et confirmant le potentiel de ce modèle.

Ces exemples illustrent une même logique : construire progressivement le marché plutôt que d'importer des modèles existants.



HYBRIDATION : ENTRE CULTURE LOCALE ET FORMATS GLOBAUX

La croissance du sport africain passe également par une hybridation entre les pratiques traditionnelles locales et les formats modernes de diffusion. Certaines disciplines emblématiques du continent, telles que le dambe au Nigeria ou la lutte sénégalaise, connaissent ainsi une visibilité croissante lorsqu'elles sont adaptées aux codes du spectacle sportif contemporain, notamment à travers les médias numériques et les plateformes de diffusion en ligne.

L'enjeu dépasse la seule dimension sportive. Il s'agit de valoriser un patrimoine culturel tout en créant de nouvelles opportunités économiques. L'objectif est de transformer des pratiques historiquement ancrées dans « les habitudes » en

produits sportifs attractifs, capables de générer de l'audience, des partenariats commerciaux et des revenus durables.

Cette stratégie apparaît particulièrement pertinente dans un continent où l'attachement aux identités culturelles demeure fort. Les sports et jeux traditionnels bénéficient d'un capital symbolique important auprès des populations locales, ce qui leur confère un potentiel économique significatif lorsqu'ils sont intégrés à des modèles de commercialisation et de médiatisation adaptés aux standards internationaux.

Un des avantages compétitifs africain réside dans la valorisation de son fantastique capital immatériel: histoire, art et culture.

CONCLUSION DU CHAPITRE 7

Les nouvelles frontières de croissance du sport africain reposent sur des modèles économiques plus flexibles, souvent moins intensifs en capital et davantage alignés avec les habitudes de consommation des nouvelles générations. L'essor du numérique, la démocratisation des smartphones et l'évolution des pratiques de divertissement ouvrent la voie à de nouvelles opportunités de développement pour l'industrie sportive du continent.

L'eSport, les sports de combat ou encore le flag football illustrent cette transformation. Leur potentiel économique repose moins sur la construction d'infrastructures coûteuses que sur la capacité à fédérer des communautés, produire du contenu attractif et générer un fort niveau d'engagement auprès des publics. Dans ces modèles, la valeur est principalement créée par l'audience, la visibilité et l'interaction avec les fans.

À l'inverse, certaines disciplines émergentes comme le padel nécessitent des infrastructures dédiées, mais bénéficient de coûts d'investissement relativement maîtrisés et de modèles économiques rentables. Elles offrent ainsi des perspectives de développement progressif, notamment dans les zones urbaines à forte croissance.

Dans ce contexte, le développement futur du sport africain reposera avant tout sur la capacité des acteurs à adapter les modèles économiques aux réalités locales, aux contraintes du continent et aux attentes des nouvelles générations, plutôt que sur la simple reproduction des modèles historiquement développés dans les marchés occidentaux.



CHAPITRE 7

Initiatives entrepreneuriales : un modèle africain vivace, en construction

Les enseignements de la Deal Room « Sous Le
Baobab »

DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

Tout au long du sommet, les projets présentés lors des pitches de la deal room **Sous Le Baobab** ont permis d'illustrer concrètement les transformations actuellement à l'œuvre dans l'écosystème sportif africain.

Ces initiatives démontrent que les opportunités identifiées dans les chapitres précédents ne relèvent plus uniquement de la prospective.

Des entrepreneurs, startups et porteurs de projets développent déjà des solutions répondant aux problématiques de monétisation, d'engagement des fans, de formation, de médias ou encore de gaming.

L'innovation apparaît ainsi comme un levier majeur de structuration du marché.



DES OPPORTUNITÉS SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Les projets observés ne se concentrent pas sur un seul segment de l'industrie sportive. Ils interviennent à différents niveaux :

- production de contenus ;
- diffusion ;
- engagement des communautés ;
- formation ;
- technologie ;
- monétisation.

Cette diversité confirme que les opportunités de création de valeur dépassent largement le cadre de la compétition sportive elle-même.

Les opportunités ne sont pas seulement sur le terrain de jeu : elles existent à chaque maillon de l'écosystème sportif.



DE LA CAPTATION D'AUDIENCE À SA MONÉTISATION

Un premier groupe d'initiatives se concentre sur la captation et la valorisation de l'attention.

Des acteurs comme 13 Productions et FTBLR illustrent cette logique. Le premier développe des contenus sportifs digitaux à grande échelle (plus de 1,2 million de followers et 2,2 millions de vues mensuelles), démontrant la capacité du contenu local à générer de l'engagement. Le second structure le football amateur via une plateforme sociale et data-driven, transformant une pratique informelle en un écosystème monétisable (matchmaking, paiements, contenu).



DES PLATEFORMES INTÉGRÉES AU CŒUR DE L'EXPÉRIENCE SPORTIVE

Un second ensemble d'acteurs adopte une approche plus intégrée, en construisant des écosystèmes complets autour du sport.

Match We Can en est l'exemple le plus abouti. La plateforme propose une expérience globale combinant contenu, tourisme, hospitalité et services, créant ainsi plusieurs sources de revenus (sponsoring, expériences premium, partenariats).

Dans une logique complémentaire, PaieCashPlay cherche à digitaliser et structurer l'écosystème footballistique à travers une solution intégrée adaptée aux marchés africains et européens.

PLATEFORME SPORTIVE INTÉGRÉE

Regroupe



Contenus



Hospitalité



Paievements



Partenariats



Communauté



Tourisme



Revenus diversifiés

TECHNOLOGIE ET PERFORMANCE : STRUCTURER L'OFFRE SPORTIVE

D'autres initiatives se positionnent sur l'amélioration de la performance et de la structuration du secteur.

Silicone Mind développe des solutions d'analyse de données et d'intelligence artificielle pour optimiser la performance sportive et la prise de décision. L'entreprise connecte ainsi la performance sportive aux enjeux économiques et organisationnels.

De son côté, **SAGES Africa** agit comme un structurant de marché dans l'eSport, en combinant organisation de compétitions, formation et développement de communautés.

Silicone Mind

 **IA & Data**



 **Performance sportive**



 **Décisions optimisées**

SAGES Africa

 **Compétitions**

+

 **Formation**

+

 **Communautés**



 **Structuration du marché**

ACCESSIBILITÉ ET NOUVEAUX USAGES

Enfin, certaines initiatives mettent l'accent sur l'accessibilité et l'adaptation aux usages locaux.

A314 développe des expériences gaming accessibles sans téléchargement, transformant le téléphone portable en canal de monétisation et d'engagement pour les marques.

WellPass, quant à lui, illustre l'élargissement du périmètre du sport vers le bien-être, en proposant des solutions de fitness accessibles via abonnement pour les entreprises, avec un suivi de performance et de rentabilité.

A314



**Gaming mobile
accessible**



**Engagement
des utilisateurs**



**Monétisation
des marques**

WellPass

**Solutions
fitness**



**Entreprises
abonnées**



**Performance
& rentabilité**

CONCLUSION DU CHAPITRE 8

Les initiatives présentées Sous Le Baobab ne doivent pas être analysées comme des projets indépendants, mais comme les différentes composantes d'un écosystème sportif africain en pleine construction. Bien que développées dans des contextes variés, elles témoignent d'une même dynamique de transformation et d'innovation.

Ces initiatives partagent plusieurs caractéristiques communes : une approche centrée sur l'audience et l'engagement des communautés, une intégration forte des outils numériques dans les modèles de développement, ainsi qu'une capacité à s'adapter aux réalités économiques, sociales et culturelles locales. Cette flexibilité constitue un facteur clé de leur réussite dans les environnements où les ressources financières et les infrastructures restent parfois limitées.

Au-delà de leur diversité, ces projets démontrent qu'il est possible de créer de la valeur sans reproduire systématiquement les modèles dominants observés en Europe ou en Amérique du Nord. Ils mettent en évidence l'émergence progressive d'un modèle africain du sport, fondé sur l'innovation, la proximité avec les publics et la valorisation des spécificités du marché local.

Ensemble, ces initiatives illustrent la capacité du continent à développer des solutions originales et adaptées à ses enjeux, tout en posant les bases d'une industrie sportive plus durable, inclusive et attractive pour les investisseurs.

A man with glasses and a beard, wearing a light-colored suit and a dark tie, is standing at a podium and speaking into a microphone. He is smiling. Behind him is a large screen displaying a stylized logo consisting of two curved, overlapping shapes in light blue and white. In the foreground, several people are seated at a long conference table, facing away from the camera. The table is set with water bottles, glasses, and papers. The room has wood-paneled walls and large windows with blue curtains on the right side.

CONCLUSION GÉNÉRALE

POURQUOI INVESTIR MAINTENANT EN AFRIQUE?

CONCLUSION

Le sport africain se trouve aujourd'hui à un moment décisif de son développement. L'analyse menée dans ce travail montre que le continent dispose de fondamentaux particulièrement favorables : une population jeune et en forte croissance, une digitalisation rapide des usages, une urbanisation croissante ainsi qu'un intérêt grandissant des investisseurs internationaux pour les marchés émergents du sport.

Ces éléments constituent bien davantage que de simples facteurs de croissance. Ils créent les conditions d'émergence d'une industrie sportive capable de générer de la valeur économique, de l'emploi, de nouvelles opportunités d'investissement à long terme et surtout de l'impact.

Dans ce contexte, l'Afrique ne doit plus être perçue uniquement comme un réservoir de talents sportifs, mais comme l'avenir du marché du sport mondial.



Des défis majeurs subsistent : faiblesses institutionnelles, manque d'infrastructures, fragilité de certains modèles économiques. Mais ces limites n'annulent pas le potentiel du marché ; elles confirment surtout qu'il est encore en phase de structuration.

Or c'est précisément dans cette phase de transformation que se concentrent les meilleures opportunités. Les initiatives étudiées montrent déjà l'émergence de nouveaux modèles : monétisation de l'engagement, formats digitaux, partenariats public-privé, sports émergents et entrepreneuriat local.

Autant de signaux de la capacité du continent à bâtir des solutions adaptées à ses réalités économiques et sociales.



Cette dynamique montre une chose : le développement du sport africain ne viendra pas d'une simple copie des modèles occidentaux, mais de leur adaptation et de leur hybridation.

L'un des principaux enseignements des échanges lors du Game Time Africa Summit 2026 est clair : dans le sport business africain, la création de valeur dépend moins des ressources disponibles que de la capacité des acteurs à structurer les écosystèmes qui les relient.

Les organisations qui investiront tôt, accompagneront cette structuration et bâtiront des modèles durables disposeront d'un avantage majeur dans un marché appelé à peser davantage dans l'économie mondiale du sport.

SOURCES & RÉFÉRENCES

African Development Bank (2025), Infrastructure Investment Fund and Continental Development Report, consulté le 22/05/2026.

Agence Française de Développement (2024), L'économie du sport en Afrique, miroir d'un continent en pleine mutation, consulté le 18/03/2026.

AVCA (2024), African Private Capital Activity Report 2024, <https://www.avca.africa/data-intelligence/research-publications/2024-african-private-capital-activity-report/>, consulté le 14/04/2026.

Business of Sports Institute Africa (2025), How Africa Plans To Boost Its Economy Through Sports, consulté le 09/04/2026.

Business of Sports Institute Africa (2025), The Future of Sports Business in Africa: Opportunities for Investors and Entrepreneurs, consulté le 03/06/2026.

Business of Sports Institute Africa (2025), Top Private Equity Deals Shaping African Sports in 2025, consulté le 27/05/2026.

Business Research Insights (2025), Sports Sponsorship Market Report, <https://www.businessresearchinsights.com/fr/market-reports/sports-sponsorship-market-117488>, consulté le 07/06/2026.

Deloitte (2026), Football Money League 2026, consulté le 29/05/2026.

European Club Association & UEFA (2025), The European Club Finance and Investment Landscape 2025, consulté le 07/04/2026.

FIFA (2023), Professional Football Report 2023, <https://inside.fifa.com>, consulté le 11/05/2026.

FIFA (2024), Club Licensing Report, <https://inside.fifa.com>, consulté le 25/04/2026.

Forbes (2023), The World's 50 Most Valuable Sports Teams 2023, <https://www.forbes.com>, consulté le 31/03/2026.

GSMA (2025), L'économie du mobile en Afrique 2025, <https://www.gsma.com>, consulté le 06/06/2026.

Mind the Gap (2025), Mind the Gap Survey, consulté le 19/05/2026.

Morocco World News (2025), L'industrie du sport au Maroc dépasse la barre des 2,5 % du PIB et des 115 000 emplois, consulté le 16/04/2026.

NFL Football Operations (2025), NFL Africa Program Expands to Nigeria, <https://operations.nfl.com>, consulté le 02/06/2026.

Newzoo (2025), Global Games Market Report 2025, <https://newzoo.com>, consulté le 24/05/2026.

Organisation des Nations Unies (2024), Young People's Potential, the Key to Africa's Sustainable Development, <https://www.un.org/ohrls>, consulté le 15/03/2026.

Right To Dream (2025), Ghana Academy – Right To Dream, <https://righttodream.com>, consulté le 21/04/2026.

Sports Business in Africa (2025), \$2.37bn by 2030: Who's Leading Africa's Sports Streaming Revolution?, consulté le 17/05/2026.

Sports Business in Africa (2025), The Number of African Football Players in European Leagues Tops 500, consulté le 28/03/2026.

Sports Media Rights Market Research Report 2033 (2025), consulté le 13/04/2026.

Statista (2025), The Importance of Understanding the Global Piracy Landscape, <https://www.statista.com>, consulté le 30/05/2026.

Étude comparative des budgets du sport en Afrique (2021), consulté le 12/03/2026.

Zion Market Research (2025), Esports Market, <https://www.zionmarketresearch.com/fr/report/esports-market>, consulté le 04/06/2026.

Are SA Padel Investors in a Bit of a Pickle? (2025), Sports Business in Africa, consulté le 08/05/2026.

NFL Africa Program Expands to Nigeria



WEBSITE: GAMETIME.AFRICA