

العولمة الاقتصادية للرياضة

جامعة المسيلة – الجزائر

د. بن دقفل رشيد

تمهيد:

تعود نشأة العلاقة بين الاقتصاد والرياضة إلى الألعاب الاولمبية القديمة من بلاد الإغريق سنة 776 قبل الميلاد، واستمرت أكثر من ألف عام، وكانت تجرى كل أربعة سنوات، حيث توقفت هذه الألعاب بقرار من القيصر الروماني (ثيودويوس) واستمرت الممارسة المنظمة للرياضة بين مد وجزر إلى حلول القرن التاسع عشر (19م) ليحمل إعادة تنظيم الرياضة على أسس واضحة، فكانت ولادة كرة القدم المعاصرة، ثم انبعاث الألعاب الاولمبية الحديثة بجهد واضح من الفرنسي (بيير دي كوبرتان) فكانت المقامرة بنتائج النشاطات الرياضية وتطور الرياضة الاحترافية الأمر الذي أدى إلى ظهور الاقتصاد الرياضي، حيث بدأ الانجذاب إلى النشاطات الرياضية من طرف وسائل الإعلام في وقت مبكر من القرن العشرين، إذ بدأت الأحداث الرياضية تذاع على الراديو.

لقد أثرت الكثير من الآراء حول عولمة الرياضة، حيث أخذت ثلاثة اتجاهات رئيسية، كان أول هذه الاتجاهات تمديد الإجازات مدفوعة الأجر سنويا للأفراد، هذا ما أدى إلى انخراط المجتمع في العديد من النشاطات الرياضية الترفيهية في أسواق الدول المتقدمة مثل ممارسة الرياضة أو الصحافة الرياضية أو القيام بالعروض الرياضية. أما الاتجاه الثاني فيرجع إلى البث التلفزيوني للأحداث الرياضية الكبيرة التي جلبت معها صناعة جديدة تماما تتيح الوصول إلى مشاهدي التلفزيون في أي منافسة دولية كبيرة تعقد في أي مكان في العالم، أما الاتجاه الثالث الوضعية الجديدة للمعلومات وتكنولوجيا الاتصالات (من انترنيت إلى الهاتف النقال وغيرها...) والتي يمكن من خلالها مشاهدات جميع الفعاليات الرياضية المنقولة على الفور في أي لحظة وفي أي مكان من المعمورة.

وقد تمخض من هذا كله دلالة اقتصادية متزايدة و واضحة للرياضة يقاس وزنها الاقتصادي بالمقارنة بالناتج الداخلي الخام، ففي فرنسا مثلا: تم نشر معطيات الاقتصاد الكلي وتحديد الإنفاق المحلي الإجمالي للرياضة، حيث تم تلخيص المبالغ التي ينفقها الفرد في اقتناء السلع والخدمات الرياضية والنفقات الرياضية من قبل السلطات المحلية و نفقات رعاية الرياضة وتطورات حقوق البث التلفزيوني من قبل منظمي الأحداث الرياضية، ومن هنا تم التوصل إلى أن إجمالي الإنفاق إلى الناتج المحلي الإجمالي ارتفع من 0.5 بالمئة سنة 1971 إلى 1.77 بالمائة في سنة 2005 أي ما يعادل 30.4 بليون يورو (نفس النسبة ما بين 1 و 2 بالمائة في معظم الدول المتقدمة).

إن الأسواق ذات الصلة الكبيرة بالشركات العاملة في الاقتصاد الرياضي ليس الأسواق المحلية بل هي الأسواق العالمية ككل، هذا ما أدى إلى نقص المعطيات وصعوبة تجميعها، فلأسف ليس هناك محاسبة شاملة للاقتصاد الرياضي على المستوى العالمي، حيث تم وضع المحاسبة الوطنية للاقتصاد الرياضة فقط في قليل من الاقتصاديات السوقية المتطورة، إذ أن معظم البيانات الاقتصادية المتعلقة بالرياضة والتي يتم تعميمها في وسائل الإعلام هي مجرد تقديرات تقريبية. لذا يبقى الشغل الشاغل للاقتصاديين المهتمين بالاقتصاد الرياضي إيجاد السبل التي يمكن من خلالها تحسين جمع البيانات وخلق بيانات عن جميع جوانب العولمة في الصناعة الرياضية، مع الأخذ بعين الاعتبار جميع القيود، وعلى الرغم من كل هذا فقد كانت هناك محاولات في تقييم وتقدير السوق العالمية لجميع السلع والخدمات الرياضية التي جرى تداولها في سنة 2004 في حدود 550 - 600 بليون يورو، حيث تقدر قيمة السوق العالمية لكرة القدم 250 بليون يورو، وتقدر قيمة السوق لجميع السلع الرياضية حوالي 150 بليون يورو، وتقدر قيمة السوق بالنسبة لحقوق بث الأحداث الرياضية 60 بليون يورو بينما السوق العالمية للرعاية الرياضية هو 18 بليون يورو.

أما فيما يتعلق بأهمية الاستثمار الأجنبي المباشر من قبل الشركات المتعددة الجنسيات في صناعة السلع الرياضية يعد من العوامل الأساسية للعولمة الاقتصادية الرياضية، حيث أن الاستثمار في المجال الرياضي أصبح يقدر بـ 20 بالمائة سنويا، كما أن 90 بالمائة من الميزانية العائلية المخصصة للرياضة في أوروبا توجه نحو شراء الملابس والمجلات وحضور المباريات الرياضية وبالتالي سيكون للمؤسسات التجارية الراغبة في الاستثمار في المجال الرياضي دور مهم في إسهام النمو الاقتصادي لبلدانهم.

وعلى العموم سنحاول في هذه المداخلة التطرق إلى أربعة محاور وهي:

❖ الملامح الرئيسية لعولمة الاقتصاد الرياضي.

❖ التدفقات الدولية الاقتصادية في الاقتصاد العالمي للرياضة.

❖ العولمة والانتشار الجغرافي للاقتصاد.

❖ عولمة الرياضة الاحترافية.

معظم الخصائص المعولمة للاقتصاد الرياضي في يومنا هذا تم تمثيلها بواسطة الرياضية والأحداث الرياضية الضخمة، منذ القرن العشرين كان هناك نمو سريع في عدد الأحداث الرياضية العالمية أو الدولية في السنة، حيث كان هناك 20 حدث رياضي سنة 1912، 315 حدث سنة 1977، 660 حدث سنة 1987 و1000 حدث رياضي سنة 2005¹. هذه الأرقام يمثل معدل حوالي ثلاث أحداث رياضية في اليوم. أما بالنسبة لجمهور هذه الأحداث الرياضية فهو في تزايد مستمر على

¹ J.F.BOURG, J.J.GOUGUET, Economie du sport, Repères 309, la découverte, paris, 2005.

المستوى العالمي ويرجع الفضل في ذلك إلى البث التلفزيوني. ففي المستقبل القريب السؤال الذي يجب التعرض إليه هو ما إذا كان النمو الهائل للأحداث الرياضية العالمية يتجاوز طلب 6 بليون مشاهد محتمل أم لا.

إن أساس نشوء نظام العولمة خاصة في مجال اقتصاديات الرياضة هو بسبب التضخم الكبير والواسع الحاصل في النظام الاقتصادي للشركات وكذلك التطور الكبير في نظام الاتصالات والرغبة في الحصول على المعلومات بسرعة والاستفادة منها، وعليه أصبحت وسائل الإعلام هي العنصر الرئيسي في عولمة الرياضة واقتصادياتها، فبعد الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أفادت الإنسانية كثيرا كان من بينها اختراع المطبعة ومستلزماتها والتي بها أخذت وسائل الإعلام صورة جديدة، حيث تعد المطبعة الفاصل بين العصور القديمة والحديثة من حيث الإعلام ووسائله، وبمعنى آخر كانت المطبعة ثورة حقيقية نقلت الإعلام نقلة حضارية كبيرة من طور إلى آخر، ثم بدأت المرحلة الثانية من ثورات الإعلام بظهور أدوات جديدة من أدواته وهي وكالات الأنباء، ثم حدثت الثورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة منها الراديو والتلفزيون والسينما ومع ظهور شبكة الانترنت (المعلومات) حدثت الثورة الرابعة في مجال الإعلام التي نقلت العالم نقلة نوعية في مجال الإعلام². تستتر خلف الأروقة الأولمبية عند تنظيم البطولات والأحداث الرياضية الدولية والألعاب الأولمبية بوجه الخصوص العديد من الشركات الاقتصادية مما يسمى بما فيا الرياضة والتي انخرطت في الميدان الرياضي تحت عدة مسميات منها وسائل الإعلام الرياضي والبث التلفزيوني، وتحسين الإنتاج للتجهيزات الرياضية وغيرها، ولقد انخرطت هذه المؤسسات بسبب المدخولات غير الطبيعية التي تحققها الشركات والمدن المنظمة والمستضيفة لمثل هذه الأحداث، وواردات النقل التلفزيوني الكبيرة حيث وصل مجموع مدخولات الدورة الأولمبية في سيدني والمنظمة داخل تطبيق نظام العولمة 12 مليار دولار وهو مبلغ يفوق ميزانيات الكثير من الدول إضافة إلى المبالغ المالية عبر التنويه عن الانجازات الرياضية³.

ولقد ركزت وسائل الإعلام الرياضي على إضفاء الطابع التجاري على النشاط الرياضي وأدى ذلك إلى التركيز على رياضة البطولات والمباريات والاحتراف وإهمال الرياضات الأخرى، كما اتجهت وسائل الإعلام الرياضي إلى الألعاب المثيرة كالتركيز على كرة القدم والملاكمة لأنها تحقق قدرا كبيرا من الأرباح، والجدول التالي يمثل جمهور الأحداث الرياضية العالمية وعدد الدول الناقلة للحدث الرياضي.

الجدول رقم (1): الأحداث الرياضية العالمية الرئيسية.

² خير الدين علي عويس، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، القاهرة، 1998.

³ المؤتمر العلمي الدولي، الرياضة والعولمة، المجلد الثالث، القاهرة، 2001.

الأحداث الرياضية	الجمهور	عدد الدول الناقلة للحدث الرياضي
سباق الجائزة الكبرى لفورمولا	53.3	206
كاس العالم لكرة القدم	30	220
بطولة أوروبا لكرة القدم	10.7	170
البطولة العالمية لسباق السيارات	5.1	208
الاولمبياد الصيفية	3.9	220
كاس العالم للركبي	3.5	180
جولة الدراجات الفرنسية	1.2	170

المصدر: J.F.BOURG, J.J.GOUGUET 2005

وانسجاما مع ما ذكر فان بعض المحطات التلفزيونية في أمريكا وجدت وسيلة كبيرة للأرباح وتحويل الرياضة إلى نشاط تجاري فقد اشترت فرق رياضية لحسابها وأخذت تنظم لها مباريات أربعة وخمس مرات في الأسبوع بهدف تجاري بحت⁴.

ومن هنا فقد ساهمت وسائل الإعلام الرياضي وخاصة في الدول المتقدمة في ظل نظام العولمة من إفراغ الرياضة من مفاهيمها الأساسية التي تدعوا إلى التالف والتعاون وانتصار المفاهيم والقيم، ولهذا فقد منعت اللجنة الاولمبية وضع جداول في النتائج والميداليات لكي لا تؤثر على مفاهيم المشاركة، إلا أن وسائل الإعلام الرياضي بدأت في وضع الجداول للميداليات الذهبية والفضية والبرونزية وبالتالي أصبحت تحول الانجازات الرياضية إلى انجازات اقتصادية وسياسية للدول الفائزة وهي في الغالب الدول المتقدمة.

أن التطور الهائل في مجال الإعلام جعل من الرياضة صناعة الغرض منها تحقيق الأرباح و فقط، حيث لجان هذه الأخيرة إلى جعل الناس من جميع أنحاء العالم يعيشون الأحداث الرياضية لحظة وقوعها ويتابعون المباريات والمسابقات في شتى أنحاء العالم، وهذا من اجل من اجل تحصيل جمهور واسع وبالتالي احتكار أسواق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية، حيث انه عندما يكون هناك منظم وحيد يعرض حدث رياضي خاصا للقنوات التلفزيونية المتنافسة

⁴ سعد لبيب، الرياضة في الإذاعة والتلفزيون، بحوث المؤتمر الأول للإعلاميين الرياضيين العرب، بغداد، 1978.

فالأسعار وحقوق البث تكون مرتفعة وغالية الكلفة وعائداتها على المنظم تكون كبيرة جدا. عكس ذلك يكون في حالة الاحتكار الضعيف، حيث أن المنظم للحدث الرياضي يواجه قلة من الزبائن ومنه فإن حقوق البث تكون مرتفعة إلى حد ما إلا أنها أقل من حالة الاحتكار ويرجع ذلك إلى قلق المنافسة في جانب الطلب.

حصيلة أخرى لعولمة العروض والأحداث الرياضية من خلال البث التلفزيوني أي عولمة التمويل الرياضي (التكفل المالي والرعاية) إذ أن هناك ممولون ورعايا مشهورين للأحداث الرياضية العالمية أمثال كوكاكولا، بيبسي، فيزا، كوداك، تايم لايف، الخ⁵، بالإضافة إلى الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مجال الرياضة مثل: شركة نايك، اديداس، بوما وغيرها من الشركات التي تهتم بصناعة المنتجات الرياضية.

لقد أدت فكرة عولمة اقتصاديات الرياضة إلى تدخل بعض أصحاب المال و الأعمال من جميع أنحاء العالم إلى إدارة عدد كبير من الاتحادات الرياضية الوطنية والدولية، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من ها زيادة العائد المالي والذي وصل إلى ملايين الدولارات من المباريات والمسابقات الاولمبية العالمية بالإضافة إلى ذلك الأسعار الخرافية لبيع وشراء وإعارة وانتقال اللاعبين بين الأندية، كما أن المجالات والأنشطة الرياضية يسهل التحكم فيها بخلاف الأسواق الاقتصادية التي تحتاج إلى جهود كبيرة من اجل التحكم فيها وذلك عن طريق استخدام الحكام في التحكم بنتائج المباريات، كما أن تقاضي بعض اللاعبين رشاوى قد يساهم في التحكم في النتائج ومنه في المداخيل والأرباح.

♦ الاقتصاد الدولي يصب في الاقتصاد الرياضي العالمي:

التجارة في مجال السلع الرياضية تم عولمتها بشكل جزئي، فسلسلة المتاجر الرياضية التابعة لشركة ديكتولون وشركات أخرى انتشرت على نطاق واسع في عديد من الدول علاوة على ذلك فالأسواق الأجنبية يتم إمدادها بصادرات البلدان المحلية (المنتجة) أين تقيم شبكات التوزيع التجارية السالفة الذكر ومنتجو السلع الرياضية، البحث الاقتصادي في مجال التجارة الدولية بقي لفترة طويلة غير موجه، فقد أظهرت دراسة رائدة أن فرنسا شهدت زيادة في ميزانها التجاري في مجال السلع واللوازم الرياضية وقد تم تفسير ذلك بأن واردات فرنسا للسلع الرياضية التي يمكن استعمالها لممارسات رياضية مختلفة أكثر من أنها مجرد تعويض بصادرات فرنسا للسلع الرياضية المخصصة لممارسة رياضة معينة، إلا أنه لم يكن هناك أي مواصلة للبحث في هذه الدراسة، إن أول دراسة على المستوى العالمي حول التجارة الدولية للسلع الرياضية تم نشره مؤخرا، فهذا البحث يقدم تقريرا بان أهم شركاء بلدان الاتحاد الأوربي في تجارة السلع الرياضية هم من بلدان أخرى من الاتحاد الأوربي، وان أهم الشركاء الرئيسيون لبلدان نافتا هم أيضا من

⁵ J.F.BOURGkJ.J.GOUGUET?Economie politique du sport professionnel, vuibert, paris, 2077.

بلدان أخرى من دول نافتا في حين أن عشرة اكبر دول آسيوية مصدرة استوردت 50 بالمئة من إجمالي واردات السلع الرياضية من نفس عينة الدول الآسيوية. هذه الأخيرة كانوا تقريبا شبكة مستوردين للسلع الرياضية (ماعداء اليابان)، في حين أن دول نافتا الثلاث لم يكونوا مستوردين، أما معظم الدول الأوروبية كانوا شبكة مستوردين (كفنلندا، فرنسا، إيرلندا، وإيطاليا)، إلا أن دراسة قام بها سانت جارمن لم تعالج قضية الخصخصة الدولية بين شركاء التجارة والذين يشاركون في التجارة العالمية في مجال السلع الرياضية.

إن التخصيص الدولي لأهم الدول التجارية تم الانصراف إليه ومعالجته في دراسة مؤخرة، والجدول رقم (2) يثبت بوضوح أن دول نافتا والولايات المتحدة الأمريكية بالتحديد هم شبكة مستوردين للسلع واللوازم الرياضية وبدرجة اقل بلدان الاتحاد الأوروبي، في حين أن دول آسيا المتطورة وخاصة الصين هم شبكة مصدرين لسنة 2004.

الجدول رقم (2): التجارة العالمية للسلع الرياضية لبعض الدول الهامة.

2004		1999		1994		البيان
الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	
32.1	10.6	34.6	15.3	36.6	13.6	نافتا
44.8	33.1	40.8	34.7	37.9	34.8	الاتحاد الأوروبي
2.6	3.5	1.3	3.7	0.6	2.8	الدول الانتقالية
19.7	49.1	22.4	42.4	24.2	44.9	آسيا
0.8	3.8	0.9	0.7	0.7	3.8	بلدان أخرى متطورة
						البلدان
الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	
27.2	7.0	29.4	10.2	32.0	9.9	الولايات المتحدة الأمريكية
8.5	4.8	9.9	5.0	12.5	5.0	ألمانيا
5.2	5.8	3.9	7.0	3.1	7.5	إيطاليا
0.7	0.9	0.5	0.6	0.2	0.6	جمهورية التشيك
0.7	33.6	0.5	21.6	0.4	16.7	الصين
0.2	2.7	0.3	2.3	0.2	2.0	تونس

مصدر: M.ANDREFF, W.ANDREFF 2009

أظهرت دراسة تحليلية أكثر دقة أن اقتصاديات السوق المتطورة عندها فوائد نسبية ضئيلة، حيث أنها تركز على التجارة العالمية للسلع واللوازم الرياضية الموجهة لممارسة رياضة

معينة، ويأتي في مقدمة هذه اللوازم: مزائج التزحلق على الجليد، القوارب، ألواح الأمواج، لوازم لعبة القولف، طاولة التنس أما الدول النامية فهي تملك فوائد نسبية هامة نوعا ما في ما يخص الألبسة الرياضية والأحذية، الكرات، أحذية التزحلق على الجليد ولوازم الجمباز، أي بمعدل قيمة اللوازم التي تستعمل في ممارسة رياضة معينة بالإضافة إلى قيمة منخفضة مضافة في الإنتاج، أما الخطوة التالية في الدراسة فكانت تحليل نماذج الخوصصة الدولية لإنتاج السلع واللوازم الرياضية.

إن دور الطلب وتكاليف إنتاج الوحدة الواحدة يبين العلاقة بين اللوازم أو السلع التي تستعمل في ممارسة رياضة معينة والتي تستعمل لأغراض أخرى، لقد تم عولة إنتاج السلع واللوازم الرياضية بالرغم من أننا مازلنا نفتقر إلى معرفة مفصلة فيما يتعلق بامدادات الاقتصاد العالمي العميقة والتي تثير وتغذي عولة الإنتاج الرياضي أي التطرق إلى ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر، القائمة المتحصل عليها بالنسبة لهذه الإمدادات (الإستثمار الأجنبي المباشر) المنصبة إلى الاقتصاد الرياضي ليست كافية لنلاحظ أو نكتشف بشكل مضبوط الاستثمارات الأجنبية في مجال صناعة اللوازم الرياضية.

هناك طريقتان ممكنتان لمن أراد أن يقيم دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة والشركات المتعددة الجنسيات في إمداد وتغذية أسواق السلع واللوازم الرياضية العالمية (أي عولة الاقتصاد الرياضي). الطريقة الأولى هي عن طريق مراقبة أسعار السلع الموجهة لممارسة نشاط رياضي معين والتي أعيد تصديرها ثانية لأماكنها الأصلية، أي اقتصاديات السوق المتطورة بالإضافة إلى اللوازم والسلع المعاد تصديرها من الدولة المتطورة والنامية، أين تم إعادة توزيع الشركات التابعة و الإنتاج من طرف الشركات متعددة الجنسيات⁶.

الوسيلة الثانية تقوم على كتابة دراسات حول هذه الشركات والتي لها علاقة بترويج السلع واللوازم الرياضية، فعلى سبيل المثال شركة اديداس اندمجت في شركة سالومون و شركة روسينال التي اندمجت في كويك سيلفر والتي استثمرت في الخارج في أمريكا الشمالية وفي الدول الأوروبية لتعرض نمو سريع وأسواق محلية ثرية. الأداة المستعملة هنا هي ما يسمى ب الاستثمارات الأجنبية المباشرة الأفقية المصممة لطلب المستهلك، من جهة أخرى الشركات مثل بوما و اديداس وشركات أخرى استثمرت في الخارج بدرجة أولى في أوروبا الشرقية، المغرب واسيا وذلك لتخفيض تكاليف الإنتاج عن طريق الاستثمارات الأجنبية المباشرة العمودية (تقليل تكاليف الجهود) على سبيل المثال تخفيض تكلفة وحدة اليد العاملة.

⁶ W.ANDREFF, L'internationalisation économique du sport.

للسعي إلى نفس الهدف فشركة نايك وريبوك اتبعوا إستراتيجية مختلفة للإنتاج وذلك بالاستثمار في الدول التي تتميز بميزة نسبية في إنتاج هذه السلع والمستلزمات بأقل التكاليف وبدون أي استثمارات أجنبية مباشرة ، فقد امضوا اتفاقيات وترتيبات مع المنتجين الآسيويين وبالتالي طوروا العمليات التجارية الخارجية مع الدول النامية وبالتحديد في مجال تجارة اللوازم الرياضية الموجهة لرياضات معينة. شركة نايك ذهبت إلى ابعدها من ذلك في هذه الإستراتيجية وأصبحت شركة جوفاء لا تملك أي إنتاج للسلع الرياضية في الولايات المتحدة الأمريكية فقد ركزت الشركة على الفكرة والطرز ، التسويق والتوزيع والنشاطات المالية ، جميع السلع لشركة نايك تم تضييعها من طرف شركات متعددة الجنسيات آسيوية (أساسا الاندونيسية ، الباكستانية ، والصينية).

السوق الأعلى مستوى في المواهب الرياضية هو أيضا بدوره تم عولته ، انه سوق الشغل أين يتم تحويل اللاعبين المحترفين والرياضيين الأكثر مهارة دوليا - من نادي في بلد ما إلى نادي في بلد آخر في الخارج - التحويلات الدولية للاعبين كرة القدم ارتفعت في هذا السوق العالمي للشغل (العمل) منذ أن تم تنظيمها كليا عن طريق قضية بوسمان ، هذا الأخير تلاه كل من مالاجة وكولباك ، بالإضافة إلى اتفاقية كوتونو المنعقدة في بين الاتحاد الأوربي و77 دولة آسيوية والتي وسعت فكرة عولة سوق الشغل إلى رياضات أخرى إضافة على رياضة كرة القدم⁷.

كرة القدم أصبحت مؤخرا أكثر الأسواق العالمية تحقيا في الاقتصاد الرياضي ، والذي أدى إلى زيادة الاهتمام والقلق حول تحويل اللاعبين المراهقين الأقل من سن 18 سنة والذي احدث بحثا جديدا سنة 2000 ، حيث يعتبر تحويل اللاعبين المراهقين مخالفة للقانون ، إلا انه تم القيام بها تحت شروط فاضحة وسيئة عرضت على اللاعبين الشبان.

إن الزيادة في معدل استبدال العمال والحركة الدولية المتزايدة للرياضة تم معاينتها بشكل ملحوظ وتؤدي سنويا إلى عدم استقرار في اليد العاملة (اللاعبين) في العديد من الأندية الرياضية باستثناء الغنية منها ، هذه النتائج للانتقالات (الحركة) الحرة في السوق العالمية تدعو إلى إعادة تقديم بعض القوانين والتنظيمات ، النتيجة النهائية في بعض الدول هو أن بعض الرياضات المحلية بدأت تفقد سيطرتها و مكانتها كنتيجة لميزان التحويل (الفرق بين اللاعبين الذين يحولون إلى الخارج والذين يحولون من الخارج) كما حدث في كرة القدم الفرنسية المحترفة بداية العام 2000.

كحصوله أخرى للتحويلات الحرة في السوق هو ظهور السوق السوداء لانتقال اللاعبين المراهقين (الشبان) بعد إدخال أيضا للقوانين الجديدة والتي انتشرت وأعلن عنها سنة 2001. هذه القوانين

⁷ Tshimanga, E. Bakadiababu, le commerce et la traite des footballeurs africains et sud-américains en Europe, L. Haramattan. PARIS ?2001.