



**Le sportswashing dans la communication politique en Côte d'Ivoire : Une analyse
de la stratégie de légitimation de la candidature au quatrième mandat présidentiel
au prisme de la victoire des "Éléphants" à la CAN 2023**

DJADOU Ané Armel

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Résumé : L'organisation de grands événements sportifs comme la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) et la récupération politique des victoires par les pouvoirs, constituent de puissants outils de légitimation politique et de soft power. De fait, le « sportswashing », c'est-à-dire l'usage d'événements ou de succès sportifs pour redorer une image politique contestée ou fragilisée, détourner l'attention de controverses politiques ou faire oublier les réalités socio-économiques du pays, est une pratique courante dans les stratégies de communication politique.

Par exemple, en Côte d'Ivoire, la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023 et la réussite de l'organisation de l'événement, ont servi d'arguments au pouvoir pour légitimer la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État, présenté comme « l'homme de la situation ». En s'appropriant symboliquement le succès des « Éléphants », le parti au pouvoir a cherché, à travers ses communications officielles et autres canaux, à transférer la ferveur populaire, la cohésion et le sentiment de réussite sportive vers son propre bilan, à des fins électoralistes.

Le présent article, qui s'appuie sur la théorie wébérienne de la légitimité et la théorie de l'agenda-setting, introduite par McCombs et Shaw (1972), se propose ainsi d'analyser l'usage du sportswashing, notamment de la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, par le parti au pouvoir, dans sa stratégie de légitimation de la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État.

Mots clés : Sportswashing, communication politique, stratégie, légitimation, mandat présidentiel

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.22537065>

1 Introduction

Les grands événements sportifs constituent de puissants outils de légitimation politique et de soft power. Ils permettent au pays organisateur de l'événement de promouvoir non seulement son image, accroître sa notoriété, son attractivité territoriale, mais aussi d'imposer une marque nationale et de s'affirmer au niveau international. Pour Ngandu (2019) : « *Le sport est un secteur d'activité bien choisi par maints États pour s'inscrire dans une dynamique de reconnaissance de la puissance à l'échelle internationale et de rayonnement diplomatique sur la scène internationale* ».

Le sport, « *outil politique multidimensionnel...élément d'affirmation nationale et de vecteur diplomatique dans l'arène des relations internationales...* » (<https://www.ifri.org/fr/sport-et-politique-en-afrique-les-liaisons-dangereuses>), occupe donc une place de choix dans la construction de l'identité collective et dans les rapports de pouvoir contemporains. Loin de se réduire à une simple pratique physique ou à un divertissement populaire, il constitue un espace privilégié où se nouent des enjeux politiques, diplomatiques, économiques et symboliques considérables. Fontanel (2009) souligne à cet effet que les grandes manifestations sportives relayées par les médias : « *Ont acquis une visibilité internationale que le pays organisateur utilise pour témoigner devant le monde entier de sa capacité d'organisation, de ses développements technologiques...* ».

De leur côté, Gounot, Jallat, et Koebel (2011) écrivent que le sport : « *est ainsi devenu un outil dans les stratégies visant à conserver, conquérir ou influencer le pouvoir. Cette instrumentalisation politique du sport, parfois par les acteurs les plus inattendus, trouve dans le football "transformé en événement" une illustration de choix, permettant de renouveler l'approche des relations entre sport et politique* ».

En Afrique, plus particulièrement en Côte d'Ivoire, le sport notamment le football revêt une importance singulière dans l'imaginaire collectif, au point de devenir un puissant vecteur de communication politique.

Pour preuve, l'organisation de la 34^{ème} édition de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN 2023) par la Côte d'Ivoire et la victoire des « Éléphants », ont constitué une opération majeure de *soft power* et un puissant levier de légitimation politique au niveau national et international, pour le Président Alassane Ouattara, au pouvoir depuis plus d'une décennie. Selon Gillon (2011) : « *Le sport « est un phénomène social instrumentalisé par des acteurs qui établissent des stratégies pour en prendre le contrôle et/ou s'en servir* ».

En transformant donc l'exploit sportif des « pachydermes » en communion nationale et utilisant cette victoire comme outil de communication et de légitimation politique (sportswashing), le pouvoir d'Abidjan a cherché à atténuer les fractures sociales et à justifier la nécessité de la continuité de sa gouvernance. Ce succès sportif majeur, fortement médiatisé à dessein, a permis de transcender les frontières du terrain pour renforcer l'image de marque du pays, consolider la cohésion nationale et légitimer les ambitions diplomatiques, économiques et surtout politiques du pouvoir ivoirien.

Le parcours rocambolesque des « Éléphants » de Côte d'Ivoire, repêchés in extremis après une défaite humiliante, puis sacrés champions, a été assimilé à la résilience du pays et à la capacité du pouvoir ivoirien à surmonter les crises et à mener le pays vers la réussite malgré les nombreux défis.

Cette victoire, avantage politique majeur pour le pouvoir (Bouchenni, 2024), a été habilement présentée, à travers les discours officiels, comme le couronnement de la vision politique du Chef de l'État et de ses grands travaux.

Le présent article se propose ainsi d'analyser l'usage du sportswashing, notamment de la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, par le parti au pouvoir, dans sa stratégie de légitimation de la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État. Il s'interroge sur l'usage de la victoire des « Éléphants », dans la stratégie de communication politique du pouvoir en place. En d'autres termes : Comment la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, a-t-elle servi d'outil de légitimation de la candidature du Président Ouattara à un quatrième mandat ? Quel a été l'impact d'une telle stratégie de communication politique sur l'opinion publique ? Au demeurant, quelles ont été les limites d'une telle approche ?

2. Cadre de références théoriques et méthodologie de l'étude

2.1. Les théories convoquées

La présente étude s'appuie sur une double approche théorique à savoir : La théorie wébérienne de la légitimité et la théorie de l'agenda-setting, introduite par McCombs et Shaw (1972).

Selon l'économiste, philosophe et sociologue allemand, Max Weber (1864-1920), les trois sources classiques de légitimité (idéal-types) qui expliquent pourquoi les individus acceptent de se soumettre à une autorité sont : La légitimité traditionnelle (fondée sur la croyance dans les coutumes et les traditions séculaires), la légitimité charismatique (reposant sur la dévotion envers l'autorité et la légitimité légale-rationnelle (basée sur la croyance en la légalité des règlements et du droit). Pour Weber, la légitimité découle de la capacité du gouvernement à assurer la sécurité, la prospérité économique et le bien-être social, et les élections, les référendums et le débat public sont les principaux instruments qui donnent au pouvoir son caractère sacré et accepté. Par contre, lorsque le pouvoir ne parvient plus à justifier son autorité, une crise de légitimité s'installe. Cette crise se manifeste par une perte de confiance, la montée de l'abstention, des contestations sociales ou de la désobéissance civile. Pour maintenir leur emprise, les régimes en crise recourent souvent à des tentatives de légitimation artificielle : la propagande et le contrôle de l'information, le recours aux mythes politiques ou historiques, la personnalisation excessive du pouvoir (Gatelier, 2012).

Dans le contexte de cette étude, l'organisation de la CAN 2023 et la récupération politique de la victoire des « Éléphants » par le pouvoir, apparaissent comme cette tentative de légitimation artérielle décrite par la théorie wébérienne. Cette théorie nous aide donc à comprendre, comment la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, organisée en Côte d'Ivoire, a servi d'argument de légitimation de la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État.

La seconde théorie convoquée dans cette étude, en l'occurrence la théorie de l'agenda-setting ou « mise à l'agenda », conceptualisée par Maxwell McCombs et Donald Shaw en 1972, postule que les médias de masse n'imposent pas une opinion directe, mais dictent à quoi le public doit penser.

En effet, en insistant sur certains sujets, les médias les rendent prioritaires dans l'esprit du citoyen. Selon cette théorie : « Les médias ne dictent pas la pensée des gens...mais indiquent les sujets sur lesquels les citoyens et les citoyennes doivent pouvoir opiner. L'agenda des médias, c'est-à-dire la liste des préoccupations socialement ou politiquement importantes, devient l'agenda des individus » (Gingras 2003, p. 20).

Les principes fondamentaux de la théorie de l'Agenda-Setting sont :

- La hiérarchisation de l'information : Plus un média accorde de l'espace et de la fréquence à un événement, plus le public le perçoit comme important ou urgent ;
- Le cadrage (ou framing) : Les médias ne choisissent pas seulement les thèmes, ils sélectionnent également les angles et les mots utilisés pour les aborder, influençant ainsi la manière dont le public perçoit et comprend ces enjeux ;
- Le cycle d'influence : L'agenda médiatique est influencé par l'actualité, mais dicte ensuite l'agenda politique (les priorités du gouvernement) et l'agenda public (les sujets de conversation des citoyens).

La théorie de l'Agenda-setting s'est enrichie grâce au concept « d'agenda building », étant donné que : « La sélection et la priorisation des enjeux ne relèvent pas uniquement des médias, mais d'un jeu d'acteurs incluant les pouvoirs publics, les experts et les citoyens » (Dearing & Rogers, 1996, cités par Djadou, Kouamé et Agoh, 2025, p.1502).

Dans le cadre de cette étude, cette théorie nous permet de voir la façon dont la présentation et l'orientation politique de l'information relative à la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, dans les médias et sur les sites officiels en ligne, ont mobilisé l'attention des citoyens et influencé l'opinion publique.

2.2. Méthodologie de l'étude

Sur le plan méthodologique, notre étude, essentiellement qualitative, s'appuie sur une démarche inductive, appelée également approche empirico-inductive. Cette méthode de recherche « part de faits, de données brutes réelles et observables, pour aller vers l'explication de celles-ci ». Gaspard (2021).

L'étude s'appuie sur un corpus comprenant des commentaires d'internautes [Page Facebook RHDP ou RIEN HORIZON 2050], un discours officiel (Discours du Président Alassane Ouattara) [FRATMAT INFO], des titres d'articles et images tirés de certains médias digitaux d'actualité et autres [FRANCE 24, AFRIK SOIR, RHDP ACTU, YECLLO CI, JEUNE AFRIQUE] : de la période du 12 février 2024 au 22 juin 2025. Dans la dynamique de cette approche, nous procédons à l'analyse du contenu des messages, des arguments utilisés, de la rhétorique et de l'idéologie véhiculée à travers les médias. Cette méthode de recherche nous permet de décrypter des communications (textes, images, commentaires) pour en extraire le sens, les thèmes récurrents et les intentions.

Tableau1 : Corpus de l'étude

Extraits de discours officiels, d'images, de commentaires d'internautes et de titres d'articles	Dates et Sources
 Image de couverture : Serge Aurier tient le trophée de la CAN pour la deuxième fois de sa vie. © Franck Fife, AFP CAN 2024 : à Abidjan, une victoire politique ? Publié le : 12/02/2024 - 11:37 Modifié le : 12/02/2024 - 12:10 La Côte d'Ivoire a chaviré de bonheur dimanche soir après la victoire de son Lire plus	12 février 2024: FRANCE 24 https://www.france24.com

Actualité Politique

Côte d'Ivoire : Comment le RHDP a voulu capitaliser la victoire des Éléphants

Par Prince Beganssou - 21 mars 2024 0



Le président Alassane Ouattara

21 mars 2024: AFRIK SOIR

<https://afriksoir.net>

rhdpactu.com/ne



Info ue par le Vice-Président Tiémoko Meylie

LE « COUP DU MARTEAU » DU RHDP À L'OPPOSITION

Écrit par Thierry Adama
Divers • 21/03/2025



21 mars 2024: RHDP ACTU

<https://www.rhdpactu.com>

by Mohammed Ouattara Mis à jour mai 23, 2024  Trophée CAN 2023 à Korhogo © Crédit Photo DR Africains et diasporas Après la victoire de la Côte d'Ivoire à la CAN 2023, le trophée est au centre d'une bataille de communication politique. yeκλο.com/lutilisation-du L'utilisation du trophée de la CAN 2023 par le RHDP au cœur d'une polémique by Christian Binaté Mis à jour mai 20, 2024  Trophée CAN 2023 à Korhogo © Crédit Photo DR	20 mai 2024 / 23 mai 2024: YECLO CI https://www.yeclo.com
Publications RHDP ou RIEN HORIZON 2050 Phadi-melo Toure · 22 mai 2024 · RHDP quelle idée d'associer la coupe d'Afrique à l'hommage à Ouattara ? J'espère que vous êtes fiers des retombées... 2 3 Alassane Silue · 2 a c'est quel RHDP qui rendait l'hommage à ouattara ? vous racontez n'importe quoi, on dit le district des savanes rend hommage au chef de l'état pour tous ses bien fais . Alors sortez donc le communiqué qui a dit que s'était le RHDP qui faisait l'hommage. Répondre 1	22 mai 2024 : Page Facebook RHDP ou RIEN HORIZON 2050 https://www.facebook.com/share/g/1EYvT9nXf/

En Côte d'Ivoire, fétichisme politique autour du trophée de la CAN

IL FAUT UNE GARDE ALTERNÉE DU TROPHÉE DE LA CAN...

...COMME LES ENFANTS APRÈS UN DIVORCE...

APRÈS UN DIVORCE, ON PAIE UNE PENSION ALIMENTAIRE D'ABORD...

www.jeuneafrique.com

<https://www.fratmat.info>

2^E CONGRÈS ORDINAIRE DU RHDP
DISCOURS DU PRÉSIDENT ALASSANE OUATTARA, PRÉSIDENT DU RHDP
Dimanche 22 juin 2025

3. Résultats

3.1. Le sport : un outil politique ancien au service de la légitimation des pouvoirs

Le sport est un outil politique ancien qui a de tout temps servi à encadrer les peuples, profiter de la ferveur populaire pour gagner en sympathie, affirmer la puissance des États et diffuser des idéologies. Selon Benjamin Galan, spécialiste français en histoire contemporaine : « *Dans les années 1930, le sport va occuper une place importante dans les régimes totalitaires et devenir un élément-clé de leur politique. Vecteur idéologique, baromètre de la vitalité d'un peuple, outil d'intégration, il est instrumentalisé à l'envi par ces régimes afin d'accomplir leurs desseins, avec toujours en point de mire le même objectif : être prêts pour la guerre* » (Galan, 2016). Le rapport entre sport et politique n'est donc pas un phénomène nouveau, comme le souligne d'ailleurs Le Noé (2023) quand il écrit que : « *Les velléités des milieux politiques de mobiliser le sport comme instrument à leur service sont anciennes* ». De même, Levy (2024) soutient que : « *De tout temps, les grandes manifestations sportives ont été instrumentalisées par les politiques. Les régimes dictatoriaux s'en sont toujours servis pour fortifier leur pouvoir, à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs frontières* ». En effet, dès l'Antiquité, les jeux organisés au sein des cités grecques servaient déjà de cadre à l'affirmation de prestiges collectifs. Pour Piastra (2024) l'expression latine forgée dans la Rome antique « Panem et circenses » (littéralement « du pain et des jeux du cirque » et traduit régulièrement par « du pain et des jeux » était couramment utilisée par l'empire romain : « Du pain et des jeux et le peuple sera content. Il suivra aveuglément les lois des dirigeants » (<https://www.revuepolitique.fr/panem-et-circenses/>). Ce procédé politique visait à cette époque à nourrir essentiellement le peuple (populi) de « pain » et de « divertissement », à la maintenir hors de la politique et éviter ainsi les manifestations et soulèvements susceptibles de perturber la paix sociale.

Au XX^{ème} siècle, plusieurs régimes investissent massivement le champ sportif à des fins de valorisation politique et de légitimation de pouvoir. Le « sportswashing », c'est-à-dire l'usage d'événements ou de succès sportifs pour redorer une image politique contestée ou fragilisée, détourner l'attention de controverses politiques ou faire oublier les injustices sociales, les violations des droits humains, etc. devient alors une pratique courante dans la stratégie des gouvernants. Par exemple, l'Italie fasciste de Benito Mussolini utilise la Coupe du monde de football en 1934 pour glorifier le fascisme et montrer la puissance du régime, l'Allemagne nazie se sert des Jeux olympiques de Berlin en 1936 comme vitrine géante pour diffuser l'idéologie de la supériorité aryenne et l'Union soviétique (L'URSS) fait du sport de haut niveau une affaire d'État, après la Seconde Guerre mondiale, pour prouver la supériorité du communisme lors des Jeux olympiques (<https://encyclopedia.ushmm.org/content/fr/article/the-nazi-olympics-berlin-1936>). Loin donc d'être neutre, le sport constitue donc un ancien levier majeur de pouvoir à l'échelle nationale et internationale.

Koebel, Jallat et Gounot (2011) écrivent à cet effet que :

L'évolution des rapports entre le champ politique et le monde sportif montre la force des liens qui unit ces deux univers depuis longtemps. Le sport a souvent été utilisé par les États à des fins militaires, éducatives, d'intégration sociale ou d'insertion professionnelle, mais également comme fer de lance d'une compétition entre nations. Que ce soit sur un plan national, international ou au niveau local, le sport représenterait ainsi un enjeu social, culturel et symbolique.

3.2. Assimilation de l'« équipe nationale victorieuse » à l'« équipe dirigeante » : une stratégie de séduction de l'opinion publique

En Côte d'Ivoire, les différents pouvoirs ont toujours associé les triomphes des « Éléphants » à la réussite de la gouvernance en place. Cette récupération politique tend à présenter la résilience, l'organisation de l'événement et la victoire de l'équipe nationale comme le reflet direct de la stabilité et de la vision des institutions du pays. Par exemple, le 8 octobre 2005, la qualification de la Côte d'Ivoire pour sa première Coupe du monde (Mondial 2006), en pleine crise militaro-politique, permet au Président Laurent Gbagbo, alors au pouvoir, de capitaliser sur cet exploit pour prôner l'unité nationale et légitimer son pouvoir. S'appropriant cette immense vague de sympathie et d'espoir populaire, le Chef de l'État utilise alors la vitrine du football et l'aura des joueurs pour « *donner une image positive de la nation à la communauté internationale* » (<https://www.sportanddev.org/fr/th%C3%A9matiques/consolidation-de-la-paix/le-r%C3%B4le-du-sport-dans-la-consolidation-de-la-paix>), légitimer son action, renforcer son discours souverainiste et montrer que la nation pouvait triompher malgré les pressions internationales.

De même, dans sa stratégie politique visant à légitimer la candidature au quatrième mandat du Président Ouattara, après la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, organisée en Côte d'Ivoire, le pouvoir actuel a usé de la même stratégie (récupération politique de la victoire), en assimilant dans sa communication l'« équipe nationale victorieuse » à l'« équipe dirigeante ».

De fait, le parcours difficile puis victorieux de l'équipe nationale, est comparé aux épreuves surmontées par le pays et aux défis relevés sous la conduite du Président Ouattara. Les qualités attribuées aux footballeurs ivoiriens telles que la résilience, le courage, l'unité, la discipline et la victoire face à l'adversité, sont subtilement réorientées pour décrire le dynamisme du parti au pouvoir. En s'appropriant symboliquement le succès des « Éléphants », le parti au pouvoir cherche à transférer la ferveur populaire, la cohésion et le sentiment de réussite sportive vers son propre bilan à des fins électoralistes. Cette stratégie avait pour objectif de séduire l'opinion publique et projeter auprès de celle-ci l'image d'une « équipe dirigeante qui gagne » et qui doit nécessairement être reconduite et maintenue au pouvoir, comme pour justifier l'expression populaire : « *On ne change pas une équipe qui gagne !* ». D'ailleurs, les propos tenus par le Chef de l'État ivoirien, lors de son discours officiel à l'occasion du 2^{ème} Congrès ordinaire du RHDP, le dimanche 22 juin 2025 (à quatre mois des élections présidentielles) au Stade Alassane Ouattara d'Ébimpé confirment cette assimilation de la victoire des « Éléphants » aux succès du pouvoir en place :

Chères militantes et chers militants du RHDP, Comme je le disais au début de mon propos, nos retrouvailles dans ce stade d'Ébimpé me rappelle l'épopée de nos Éléphants à la CAN 2023. Notre équipe nationale, les Éléphants, avait été critiquée, presque éliminée de la CAN. Mais, elle a su se relever. Elle a su écouter les Ivoiriens. Elle a su puiser dans ses forces. Elle a su jouer pour l'honneur. Et elle a gagné ! Oui, elle a gagné la CAN pour la troisième fois ! Le RHDP, c'est cette équipe ivoirienne. Parfois blessé, mais jamais brisé. Parfois attaqué mais toujours debout. Répondant fier, comme les Éléphants, avec des résultats exemplaires ! Oui, nous avons obtenu des résultats probants dans bien de domaines. Nous avons obtenu des résultats dans l'éducation et dans la santé. Nous avons obtenu des résultats dans l'électricité et dans l'eau potable. Nous avons obtenu des résultats dans la réalisation de routes, de ponts et d'échangeurs. Nous avons obtenu des résultats dans la lutte contre la pauvreté. Nous avons obtenu des résultats dans la création d'emplois et le financement de projets pour les jeunes et les femmes. Mais, les résultats les plus importants et dont nous devons être le plus fiers, sont la paix, la stabilité et la sécurité retrouvées (<https://www.rhdpofficiel.ci/storage/speeches/01JYEATHKRADPG8ZPJ65P5TEZM.pdf>).

3.3. Récupération politique et médiatisation de la victoire : le pouvoir d'Abidjan entre crédibilisation, légitimation et scepticisme citoyen

Jean-Baptiste Guégan, spécialiste français en géopolitique du sport, estime que la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023 et sa médiatisation présentent de nombreux avantages politiques pour le pouvoir en place : « *Il a d'abord l'avantage en termes d'image. Ouattara est celui qui fait gagner. Il est le père de la Nation. Et derrière cela, il y a tout l'imaginaire du Président omnipotent, du leader charismatique, panafricain de surcroît. Il y a aussi cette image du manager du pays en termes d'organisation, puisque la CAN est réussie* » (Guégan, cité par Bouchenni, 2024).

En effet, la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023 est habilement mise en avant par le pouvoir d'Abidjan et les partisans du Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP) pour vanter la stabilité et les investissements du pays et tenter de légitimer la candidature à un quatrième mandat présidentiel d'Alassane Ouattara. Les investissements massifs dans les infrastructures routières, hôtelières, hospitalières et sportives (soit un investissement total de 900 milliards FCFA : Nessenou, 2024) et le succès logistique de la compétition sont présentés comme la preuve d'une gouvernance efficace, d'un État fort, stable et en plein essor, contribuant ainsi à crédibiliser davantage le pouvoir auprès de l'opinion publique. L'image du Chef de l'État, brandissant le trophée aux côtés des joueurs, est relayée à maintes reprises par les médias et commentée sur les forums en ligne favorables au pouvoir, pour lier la réussite sportive des « Éléphants » à la continuité institutionnelle (cf. *théorie wébérienne de la légitimité*). La victoire des « Éléphants » et la réussite de l'organisation de la CAN occupent alors l'actualité et deviennent les informations majeures qui captivent les citoyens (voir *hiérarchisation de l'information* : théorie de l'agenda setting). Les canaux de communication institutionnels – médias publics, plateformes officielles, déclarations gouvernementales – quant à eux relayent largement ce succès sportif, en l'inscrivant dans un récit de réussite collective associée au dynamisme et charisme du Chef de l'État (effet framing/cadrement, McCombs et Shaw :1972). Aussi, les cérémonies de réception de l'équipe victorieuse, organisées avec le concours des plus hautes autorités étatiques, constituent des moments de communion nationale fortement médiatisés, permettant une association visuelle et symbolique entre le succès sportif et le charisme, l'engagement et le dynamisme du Chef de l'État.

D'ailleurs, même si le discours politique consécutif à la victoire a généralement insisté sur les notions d'unité, de cohésion et de fierté nationale, registres transcendant les clivages partisans et permettant une appropriation consensuelle de l'événement, certains cercles de supporters ou sympathisants ont rapidement lié cette réussite sportive à la nécessité d'un nouveau mandat présidentiel, transformant l'exploit des terrains en slogan politique : « *Cette victoire vaut un 4^{ème} mandat... Monsieur le Président Ouattara, on est encore là ! On a dit qu'on veut faire un royaume. Vous serez le roi de la Côte d'Ivoire. C'est fini et c'est fini...* » (<https://www.afriksoir.net/sacre-elephants-can-2023-attention-recuperation-politique/>),

« Comment peut-on imaginer une telle performance de notre pays sans percevoir la contribution exceptionnelle et personnelle du Président Ouattara à ce succès ?... On le sait tous et toutes que Alassane Ouattara a « mouillé » le maillot, qu'il a conduit et inspiré le « commando » pour le sacre continental... « À César ce qui est à César ». « À Ouattara ce qui est à Ouattara ». Ce triomphe lors de la CAN à tous les niveaux nous le lui devons » (<https://lementor.net/trophee-tour-can-2023-pourquoi-fermer-le-faux-debat-le-plutot-possible/>).

Cette personnalisation du succès sportif des « Éléphants » a rendu sceptique une frange de la population et de l'opposition politique. Bien vrai que l'euphorie collective et la ferveur autour de l'équipe nationale aient temporairement effacé les crispations politiques et offert un capital de sympathie et de fierté partagée au sommet de l'État, il convient de souligner le scepticisme de nombreux citoyens et observateurs dénonçant une instrumentalisation politique de l'événement, perçu comme une vitrine de propagande préélectorale, en vue de la présidentielle de 2025. La récupération politique de la victoire des « Éléphants » et sa médiatisation n'ont donc pas réussi à dissiper les doutes sur la légitimité de la candidature du Chef de l'État à un quatrième mandat et à éclipser les difficultés socio-économiques et politiques du pays. L'utilisation de la victoire des « Éléphants » comme prétexte de justification du quatrième mandat présidentiel, donc d'une continuité institutionnelle, dans l'argumentaire du parti au pouvoir, a été au contraire jugée inappropriée par bon nombre de citoyens : « Dans ce pays, des gens ont toujours tendance à faire la récupération politique des événements pourtant apolitiques. Déjà, des agendas cachés tentent de politiser le sacre des éléphants à la CAN 2023 » (<https://www.afriksoir.net/sacre-elephants-can-2023-attention-recuperation-politique/>), « RHDP ! Quelle idée d'associer la Coupe d'Afrique à l'hommage à Ouattara ? J'espère que vous êtes fiers des retombées... » (Facebook, Phadie-Melo Touré, 2024).

4. Discussion

Dans un premier temps, les résultats de l'étude révèlent que l'usage des grands événements sportifs et des victoires sportives à des fins politiques, n'est pas une stratégie récente. Cette pratique ancienne a toujours été utilisée par les régimes politiques pour redorer leur image et légitimer leur pouvoir. Heilbronn (2022) spécialiste en sciences politiques écrit à cet effet que :

Depuis l'avènement du sport spectacle et de sa diffusion par des moyens de communication de masse, les grandes manifestations sportives sont devenues une arme de propagande des régimes totalitaires... L'organisation des coupes du monde de football comme des Jeux Olympiques ont donc servi, depuis près d'un siècle, à tous les régimes totalitaires d'affirmer « leur suprématie », tant pour leur peuple qu'aux yeux du monde (<https://laregledujeu.org/2022/12/01/38941/le-sport-est-toujours-politique/>).

Ainsi, la ferveur autour des grandes rencontres sportives internationales telles que les différentes Coupes du monde et les Jeux Olympiques, pousse les régimes politiques actuels, à l'instar de ceux du XX^{ème} siècle, à obtenir l'organisation de ces manifestations dans leur pays, aux fins de mobiliser leur peuple autour d'un idéal nationaliste, mettre en valeur les grands travaux réalisés, avoir de la visibilité médiatique et affirmer leur puissance aux yeux du monde (id., Heilbronn : 2022).

Dans le contexte africain, spécifiquement au niveau de la Coupe d'Afrique des nations (CAN), l'article de Magee (2017) intitulé : « Comment la Coupe d'Afrique des Nations est devenue un outil de propagande ? » vient également confirmer cette instrumentalisation du sport dans les pratiques politiques anciennes. L'auteur révèle que la Coupe d'Afrique des nations de football (Tournoi "Abdelaziz Abdellah Salem" au départ), tenue pour la première fois en 1957 au Soudan, a été utilisée depuis sa création « à des fins politiques de différentes sortes ainsi que comme outil de propagande par certains régimes dictatoriaux africains » (<https://www.vice.com/fr/article/comment-la-coupe-dafrique-des-nations-est-devenue-un-outil-de-propagande/>).

Toutefois, il convient de souligner les limites de cette perception du sport comme instrument au service des pouvoirs totalitaires, quand on sait que les compétitions sportives servent également de moyens de pression sur ces régimes contestés. Pour Clastres (cité par Trinh 2022) par exemple : « Les compétitions [sportives] permettent de dénoncer les dictatures... Boycoter une compétition peut se révéler efficace, mais les ONG peuvent aussi profiter de sa tenue pour mettre en lumière les exactions des pays organisateurs ». De même, pour Perruchet (2024) : « Le sport peut permettre une prise de conscience, entre signes de protestation et lutte contre les injustices... » (<https://www.espace-sciences.org/sciences-ouest/420/dossier/le-sport-une-arme-politique>).

Le sport sert donc également de moyen de pression contre les régimes dictatoriaux, par le biais du boycott international (boycott diplomatique, politique, sportif, commercial, etc.), de l'exclusion des compétitions des équipes du pays incriminé, de la tribune offerte aux athlètes pour porter un message politique ou contestataire, du retrait du pays de l'organisation de compétitions majeures ou de l'absence de représentants officiels aux cérémonies d'ouverture et de clôture, en vue de briser leur légitimité politique et l'image de marque qu'ils cherchent à s'offrir. C'est le cas de « *L'Afrique du Sud de l'apartheid entre 1961 et le début des années 1990, et des sanctions sportives actuellement imposées à la Russie à cause de la guerre en Ukraine* » (<https://www.sportanddev.org/fr/domaines-thematiques/democratie/histoire-sport-et-democratie>).

Ensuite, l'étude montre que l'assimilation de l'« équipe nationale victorieuse » à l'« équipe dirigeante », dans les discours officiels, fait partie de la stratégie de communication politique du parti au pouvoir, pour séduire les citoyens et s'attirer les faveurs de l'opinion publique. Par cette comparaison, outil rhétorique et stratégique majeur en communication politique, le pouvoir s'est approprié le prestige de la victoire des « Éléphants », afin de légitimer son action et susciter l'adhésion populaire. L'enjeu pour le pouvoir d'Abidjan était de projeter auprès des citoyens l'image d'une « équipe dirigeante » dynamique, résiliente, conquérante et victorieuse, à l'instar de l'« équipe nationale » championne d'Afrique : « **Le RHDP, c'est cette équipe ivoirienne. Parfois blessé, mais jamais brisé. Parfois attaqué mais toujours debout... Répondant fier, comme les Éléphants, avec des résultats exemplaires ! Oui, nous avons obtenu des résultats probants dans bien de domaines...** » (op.cit., extrait du discours officiel du Chef de l'État, 22 juin 2025). Cette « footballisation du discours politique » (Mignon, 2000, p. 49), à travers la comparaison entre l'« équipe de football gagnante » à l'« équipe dirigeante gagnante », peut s'expliquer selon Barbet (2007) par la popularité du football, qui reste le plus « universel et le plus médiatisé des sports collectifs modernes » et constitue une « sorte de référent universel ».

Cette approche « footballistico-politiques » (op.cit., Barbet, 2007), visant à comparer les performances d'une équipe sportive ou d'un joueur à celles d'un acteur ou parti politique, est courante en communication politique.

En effet, dans son article intitulé : « *Le foot peut-il être un enjeu de la présidentielle ?* » Kssis-Martov (2022) revient sur un discours d'Emmanuel Macron, tenu à l'approche des élections présidentielles de 2022, dans lequel, vantant les qualités et mérites du joueur international Kylian Mbappé, il faisait finalement allusion à lui-même, par un effet miroir, sans en donner l'impression : « *Sa capacité à assumer, reconnaître, surmonter et repartir à l'assaut est la signature d'un très grand champion... Oui, Kylian Mbappé a beau être si jeune, il a épousé l'excellence de son sport en club comme en équipe nationale, il a vécu les expériences les plus extrêmes et il a démontré les qualités des plus grands : lucidité, courage, résistance. Je suis sûr d'une chose : il continuera de nous étonner* ».

Cette technique, bien que profitable aux acteurs et partis politiques en termes d'image, comporte des limites et des risques, car la gestion d'un État est continue, complexe et sujette à la contestation, contrairement à l'exploit sportif qui offre une communion immédiate mais éphémère. C'est ce que souligne Gonthier (2026) quand il écrit que : « *... Ces stratégies d'influence [allusion faite au sportswatching] ne garantissent pas toujours des retombées positives durables... Le prestige immédiat ne compense pas toujours les effets à long terme* » (<https://intelligence-economique.co/influencedusport/>).

Enfin, les résultats révèlent que la récupération politique de la victoire des « Éléphants », en plus des stratégies évoquées, s'est surtout matérialisée par l'orientation des informations dans de nombreux médias classiques et numériques, favorables au pouvoir et tendant à attribuer cet exploit sportif au charisme et à l'engagement du Chef de l'État (organisation réussie de l'événement, moyens mis à la disposition de l'équipe nationale...). Par cette orientation de l'information médiatisée, le pouvoir a tenté de se crédibiliser aux yeux de l'opinion publique et de légitimer la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État, présenté comme « *l'homme de la situation* », « *l'homme des grands défis* » ou le meneur d'une « *équipe qui gagne* ». Cette orientation et hiérarchisation de l'information à des fins politiques, après la victoire des « Éléphants », peuvent s'expliquer à la lumière des travaux sur la « *Mise à l'agenda* » ou « *Agenda setting* » de McCombs et Shaw (1972). Les travaux de ces deux chercheurs américains permettent de comprendre que les médias, souvent aux mains des tenants du pouvoir, disposent du pouvoir de : « *définir un ordre du jour social, imposer le calendrier de certains événements, hiérarchiser les sujets selon l'importance dont ils les créditent*, » (Obœuf, 2015).

Mais il convient de souligner que, cette orientation de l'information n'a toujours pas les effets escomptés, puisque comme l'admet Neveu (2014) : « *Si parfois les médias persuadent, c'est souvent là où les sujets sont étrangers à l'expérience pratique de leur public* ». En effet, malgré le matraquage médiatique de cette « victoire » et la récupération politique qui s'en est suivie, de nombreux citoyens sont restés perplexes et sceptiques quant à l'opportunité d'un quatrième mandat présidentiel, à cause de certaines réalités socio-politiques et économiques du pays. Le géopolitologue français Pascal Boniface écrit à ce propos que : « *Les populations ne sont pas dupes. Elles font un distinguo entre le dirigeant qu'elles n'apprécient pas et l'équipe. Si un Chef d'État fait de la récupération de manière trop ostensible, cela contribuera même à augmenter son impopularité. Si l'on voit surtout que c'est pour rattraper des actions politiques très contestables, ça ne suffira pas à réparer les dégâts* » (Boniface, cité par Le Bihan 2024).

5. Conclusion

À travers cet article, nous avons cherché à analyser l'usage du sportswashing, notamment de la victoire des « Éléphants » à la CAN 2023, par le pouvoir en place, dans la tentative de légitimation de la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État. Les résultats révèlent que le sport est un outil politique ancien au service de la légitimation des pouvoirs. C'est un instrument politique puissant utilisé depuis l'antiquité pour légitimer les régimes en place, projeter une image de force, unifier les peuples et obtenir la reconnaissance internationale, que ce soit dans les démocraties ou les régimes autoritaires. Aussi, l'étude montre que le pouvoir en place, dans sa communication, a assimilé le parcours difficile puis victorieux de l'équipe nationale, aux épreuves et défis surmontés par le gouvernement, sous la conduite du Président Ouattara. Quant à la récupération politique de la victoire des « Éléphants » et sa médiatisation, les résultats montrent qu'ils n'ont pas réussi à dissiper les doutes sur la légitimité de la candidature du Chef de l'État à un quatrième mandat, encore moins à éclipser les difficultés socio-économiques et politiques du pays chez bon nombre de citoyens.

Par ailleurs, la théorie wébérienne de la légitimité, l'une des théories convoquées dans la présente étude, nous a permis de comprendre comment la récupération politique de la victoire des « Éléphants », par le pouvoir en place, a servi d'argument de légitimation de la candidature à un quatrième mandat présidentiel du Chef de l'État. En ce qui concerne la théorie de l'agenda-setting, introduite par McCombs et Shaw, elle nous a permis voir la façon dont la présentation et l'orientation politique de l'information relative à la victoire des « Éléphants », dans les médias et sur les sites officiels en ligne, ont mobilisé l'attention des citoyens et influencé l'opinion publique.

En fin de compte, comme souligné dans cette étude, même si l'utilisation de la victoire des « Éléphants » dans la communication politique du parti pouvoir (stratégie du sportswashing) a eu des retombées positives en termes d'image et de crédibilisation, elle a montré ses limites. L'organisation des grands événements sportifs ou la récupération politique des victoires sportives ne suffit pas à dissiper les appréhensions, les suspicions et le scepticisme des citoyens. Cette récupération politique du sport est parfois perçue comme superficielle, face aux réalités socio-économiques et politiques vécues par les populations. L'étude ouvre ainsi des perspectives de recherche plus larges, sur le rôle du « sport » comme instrument de légitimation politique dans les contextes africains contemporains, marqués par des trajectoires démocratiques diverses et des questionnements récurrents sur la durée des mandats présidentiels.

RÉFÉRENCES

- [1] BARBET, D. (2007). « La politique est-elle footue ? » in *Politiquement sportif*, pp. 9-22.
- [2] BOUCHENNI, N. (2024). « Côte d'Ivoire : la victoire à la CAN, un avantage politique majeur pour Ouattara », disponible sur <https://information.tv5monde.com/afrique/cote-divoire-la-victoire-la-can-un-avantage-politique-majeur-pour-ouattara-2709262>
- [3] CIGC (2024). « Organisation réussie de la CAN, de la COP 15, des Jeux de la francophonie, du Sommet UE-UA : Ouattara, l'homme des grands défis », disponible sur <https://www.gouv.ci/uploads/publications/1707205691/>
- [4] DEARING, J. W., & ROGERS, E. M. (1996). « Agenda-Setting », in *Sage Publications, Inc*, disponible sur <https://doi.org/10.4135/9781452243283>
- [5] DJADOU, A.A., KOUAME, K., AGOH, M.S. (2025). « Communication gouvernementale et inclusion socioprofessionnelle des personnes en situation de handicap en Côte d'Ivoire », in *Revue Internationale de la Recherche Scientifique et de l'Innovation (Revue-IRSI)*, Vol. 3, N°. 6, pp.1500-1511.
- [6] DLTDC (2025). « Le sport à l'heure des grandes dictatures européennes », disponible sur <https://www.danslateteduncoureur.fr/blog/sport-dictatures-europeennes>

- [7] EHONON, E. (2024). « Sacre des éléphants à la CAN 2023 : Attention à la récupération politique », disponible sur <https://www.afrikasoir.net/sacre-elephants-can-2023-attention-recuperation-politique/>
- [8] ENCYCLOPÉDIE MULTIMÉDIA DE LA SHOAH (1936). « Les Jeux olympiques de Berlin », disponible sur <https://encyclopedia.ushmm.org/content/fr/article/the-nazi-olympics-berlin-1936>
- [9] GALAN, B. (2016). *Le sport dans les régimes totalitaires européens au XXe siècle : L'exemple du IIIe Reich*, Paris, L'Harmattan.
- [10] GASPARD, C. (2020). « Méthodes inductives et deductives : méthodologie et exemples », disponible sur <https://www.scribbr.fr/methodologie/methodes-inductives-deductives/>
- [11] GATELIER, K. (2012). « Les stratégies de légitimation dans les régimes autoritaires », disponible sur https://www.irenees.net/bdf_fiche-analyse-1143_fr.html
- [12] GILLON, P. (2011). « Une lecture géopolitique du système olympique », in *Annales de géographie*, Vol.4, n° 680 pp.425-448.
- [13] GINGRAS, A.-M. (2003). *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.
- [14] GONTHIER, C. (2026). « Le sport, nouveau terrain de la guerre d'influence mondiale »n disponible sur <https://intelligence-economique.co/influencedusport/>
- [15] GOUNOT, A., JALLAT, D., & KOEBEL, M. (2012). *Les usages politiques du football*, Paris, Logiques Sociales, 2012
- [16] HEILBRONN, F. (2022). « Le sport est toujours politique », disponible sur <https://laregledujeu.org/2022/12/01/le-sport-est-toujours-politique/>
- [17] KOEBEL, M., JALLAT, D., GOUNO, A. (2011). *Quand le football devient un objet politique. Les usages politiques du football*, Paris, L'Harmattan.
- [18] KSSIS-MARTOV, N. (2022). « Le foot peut-il être un enjeu de la présidentielle ? », disponible sur <https://www.sofoot.com/articles/le-foot-peut-il-etre-un-enjeu-de-la-presidentielle-politique>
- [19] LE BIHAN, J. (2024). « Pascal BONIFACE : Le sportwashing n'existe pas », disponible sur <https://www.jeuneafrique.com/1527863/politique/pascal-boniface-le-sportwashing-nexiste-pas/>
- [20] LEMENTOR, L. (2024). « Trophée Tour CAN 2023 : Pourquoi fermer le faux débat le plus tôt possible », <https://lementor.net/trophee-tour-can-2023-pourquoi-fermer-le-faux-debat-le-plutot-possible/>
- [21] LE NOÉ, O. (2023). « Politisation et dépolitisation via le sport » disponible sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/sociologie-du-sport/6-une-mondialisation-exemple/>
- [22] LEVY, N. (2024). « Le sport, du pain béni pour le totalitarisme », in *cahier Printemps*, disponible sur <https://www.temoignagechretien.fr/le-sport-du-pain-beni-pour-le-totalitarisme/>
- [23] MAGEE, W. (2017). « Comment la Coupe d'Afrique des Nations est devenue un outil de propagande », disponible sur <https://www.vice.com/fr/article/comment-la-coupe-dafrique-des-nations-est-devenue-un-outil-de-propagande/>
- [24] MCCOMBS, M., E., & SHAW, D., L. (1972). « The Agenda- Setting Function of Mass Media », in *Public Opinion Quarterly*, volume 36, n° 2, pp. 176-187.
- [25] MIGNON, P., (2000). « “Footballisation” de la politique », in *Politix*, n° 50, Paris, éd.Hermès, pp. 49-71.
- [26] NESSENOU, S. (2024). « Côte d'Ivoire-AIP/ Ouattara engage le gouvernement à la préservation des infrastructures de la CAN 2023 », disponible sur <https://www.aip.ci/cote-divoire-aip-ouattara-engage-le-gouvernement-a-la-preservation-des-infrastructures-de-la-can-2023/>
- [27] NEVEU, E. (2014). « Le pouvoir des médias », in *Holeindre*, Paris, Sciences Humaines.
- [28] NGANDU, F., N. (2019). *Sport, Diplomatie et Géopolitique*, Paris, Éditions Universitaires Européennes.
- FRANCK NYONGOLO NGANDU
- [29] OBŒUF, A. (2015). *Présentation générale. Le pouvoir des médias sur le sport : mythe ou réalité ?*, Paris, CNRS Éditions, pp. 11-29.

- [30] PARLONS POLITIQUE (2026). « Pourquoi la Coupe du monde devient un outil de récupération politique plutôt qu'un simple rendez-vous sportif ? », disponible sur <https://www.parlons-politique.fr/analyses-opinions/pourquoi-la-coupe-du-monde-devient-un-outil-de-recuperation-politique-plutot-quun-simple-rendez-vous-sportif> 21166/
- [31] PERRUCHET, F. (2024). « Le sport, une arme politique » in *Magazine Sciences Ouest*, N° 420, disponible sur <https://www.espace-sciences.org/sciences-ouest/420/dossier/le-sport-une-arme-politique>
- [32] PIASTRA, R. (2024). « Panem et circenses », in *Revue Politique et Parlementaire*, disponible sur <https://www.revuepolitique.fr/panem-et-circenses/>
- [33] RHDP (2025). « 2^{ème} Congrès Ordinaire du RHDP : Discours du Président Alassane Ouattara, Président du RHDP », disponible sur <https://www.rhdpoofficiel.ci/storage/speeches/01JYEATHKRADPG8ZPJ65P5TEZM.pdf>
- [34] SPORTANDEV (2026). « Histoire du sport et de la démocratie », disponible sur <https://www.sportanddev.org/fr/domaines-thematiques/democratie/histoire-sport-et-democratie>
- [35] TRINH, A (2022). « Patrick Clastres : Les compétitions permettent de dénoncer les dictatures », disponible sur <https://journal.ccas.fr/patrick-clastres-les-competitions-permettent-de-denoncer-les-dictatures/>