

UNIVERSITÉ YEDİTEPE
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES

**PRATIQUES NUMÉRIQUES DANS LA DIPLOMATIE SPORTIVE :
JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024**

Elif Kılıç

Istanbul - 2024

UNIVERSITÉ YEDİTEPE
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES

PRATIQUES NUMÉRIQUES DANS LA DIPLOMATIE SPORTIVE : JEUX
OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024

Préparée par
Elif Kılıç

La thèse de master
Département francophone de Relations Internationales

Sous la direction de
Dr. Cem Savaş

Jurés
Prof. Dr. Gökçe Bayındır Goularas
Assoc. Dr. Tolga Bilener
Dr. Cem Savaş

Istanbul - 2024

DÉCLARATION D'ÉTHIQUE

Je déclare que ce mémoire est mon propre travail et que toutes les informations contenues dans ce mémoire ont été collectées et présentées conformément aux règles académiques et éthiques. J'ai entièrement cité et référencé tous les documents et résultats comme l'exigent ces règles. Si les matériaux utilisés dans le mémoire nécessitent des droits d'auteur, les autorisations nécessaires ont été obtenues et ce mémoire ne contient aucun plagiat.

Je déclare que je n'ai présenté aucune partie de ce mémoire, aucun matériel ou texte préalablement écrit ou publié par une autre personne, comme un autre travail de mémoire dans cette université ou dans toute autre université, sauf lorsque les informations nécessaires sont fournies.

Dans le cas contraire, j'accepte toute responsabilité légale qui pourrait en découler.

Elif KILIÇ

RESUME

PRATIQUES NUMÉRIQUES DANS LA DIPLOMATIE SPORTIVE : JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024

Ce mémoire examine comment les outils de la diplomatie publique, en particulier la diplomatie sportive et la diplomatie numérique, sont associés dans le contexte des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. L'étude explore l'intersection de la diplomatie publique, la gestion de la marque nationale, la diplomatie numérique et la diplomatie sportive, en soulignant l'importance de l'image, de la réputation et des valeurs culturelles d'un pays dans les relations internationales contemporaines. Le travail se concentre sur les stratégies de diplomatie publique mises en œuvre par l'Élysée et le Quai d'Orsay avant et pendant les Jeux. Il analyse comment ces institutions ont utilisé la diplomatie sportive et numérique pour renforcer l'influence internationale de la France. Les effets des stratégies adoptées par l'Élysée et le Quai d'Orsay seront examinés pour comprendre leur impact sur la marque nationale de la France et ses relations diplomatiques.

Mot-clés: Diplomatie sportive, Diplomatie numérique, Diplomatie d'influence, Paris 2024, France.

ÖZET

SPOR DİPLOMASİSİNDE DİJİTAL UYGULAMALAR: 2024 OLİMPİK VE PARALİMPİK OYUNLARI

Bu tez, kamu diplomasisi araçlarının, özellikle spor diplomasisi ve dijital diplomasinin Paris 2024 Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları bağlamında nasıl bir araya getirildiğini incelemektedir. Çalışma, kamu diplomasisi, ulus markalaşması, dijital diplomasi ve spor diplomasisinin kesişimini araştırarak, çağdaş uluslararası ilişkilerde bir ülkenin imajının, itibarının ve kültürel değerlerinin önemini vurgulamaktadır. Élysée ve Quai d'Orsay tarafından Oyunlar öncesinde ve sırasında uygulanan kamu diplomasisi stratejilerine odaklanmaktadır. Bu kurumların Fransa'nın uluslararası etkisini güçlendirmek için sporu ve dijital diplomasiyi nasıl kullandıklarını analiz etmektedir. Élysée ve Quai d'Orsay tarafından benimsenen stratejilerin etkileri, Fransa'nın ulus markası ve diplomatik ilişkileri üzerindeki etkilerini anlamak için incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Spor diplomasisi, Dijital diplomasi, Etki diplomasisi, Paris 2024, Fransa.

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à remercier mon directeur de mémoire, Dr. Cem Savaş, de m'avoir guidé tout au long de cette étude, de m'avoir fait de précieuses suggestions et de m'avoir soutenu par sa patience.

Je suis reconnaissant envers ma mère, mon père, ma sœur, ma cousine Damlanur et notre chat Oliver pour leur soutien et leur compréhension sans fin tout au long de ce processus.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Je suis reconnaissant pour tout votre soutien.

TABLE DES MATIÈRES

DECLARATION D'ETHIQUE	ii
RESUME	iii
ÖZET	iv
REMERCIEMENTS.....	v
TABLE DES MATIERES	vi
TABLE DES ABREVIATIONS	ix
1. INTRODUCTION	1
2. PREMIÈRE PARTIE. De la Diplomatie Sportive à la Diplomatie Numérique : un survol des concepts	7
2.1. Le Concept de la Diplomatie Sportive	9
2.1.1. Soft Power et la Diplomatie Sportive : Quels rapports avec la Diplomatie Publique ?	13
2.1.2. Sport et Numérisation dans les relations internationales	18
2.2. La Diplomatie Sportive dans la mondialisation	21
2.2.1. Diplomatie Sportive : Orientations stratégiques et Interaction Internationale à l'ère économique	23
2.2.2. La Place des Réseaux Sociaux et des Médias dans la Diplomatie Sportive	26
2.3. Diplomatie Numérique et Diplomatie Sportive.....	29
2.3.1. L'Impact des Outils de Diplomatie Numérique sur la Diplomatie Sportive	31
2.3.2. Contributions de la Diplomatie Sportive aux Stratégies de Diplomatie Numérique	35
3. DEUXIÈME PARTIE. Diplomatie d'Influence : des approches innovantes dans le domaine sportif et numérique	41
3.1. Diplomatie d'influence : Naissance, champs et éléments	43
3.1.1. L'évolution de la diplomatie d'influence	45
3.1.2. Diplomatie publique et patrimoine culturel français : redéfinir la diplomatie traditionnelle	50

3.2. Actions sportives locales et développement communautaire : ressources et influence.....	53
3.2.1. Évolution du sport et du processus d'intégration sociale en France	57
3.2.2. Diplomatie sportive française : stratégies d'influence et de coopération internationale	61
3.3. Géants de la technologie et diplomatie numérique : le capital mondial et l'évolution de la communication diplomatique	63
3.3.1. Diplomatie numérique française : des réseaux sociaux à la diplomatie d'influence	70
3.3.2. Les stratégies de diplomatie numérique de la France dans le cyberspace ...	78
4. TROISIÈME PARTIE. La diplomatie numérique et les JO de Paris 2024	85
4.1. Le visage numérique de la diplomatie d'influence : le chemin parcouru par les JO de Paris 2024.....	88
4.1.1. Stratégies de diplomatie numérique : Paris 2024 et interaction mondiale.....	93
4.1.2. La culture et JO : applications de la diplomatie numérique aux JO de Paris 2024	99
4.2. Paris 2024 du point de vue de la diplomatie contemporaine : Analyse économique des dimensions numériques	105
4.2.1. JO de Paris 2024 : Innovations et stratégies dans le domaine diplomatique	109
4.2.2. Une nouvelle ère de diplomatie d'influence : Paris 2024 et les stratégies médias numériques	114
4.3. Parler le langage universel du sport avec la diplomatie numérique : JO de Paris 2024	122
4.3.1. Paris 2024 : Positionner la géopolitique et la cyber-géopolitique du sport avec la diplomatie numérique	124
4.3.2. Paris 2024 dans la perspective d'une diplomatie numérique : Analyse du langage universel du sport	130
RÉFÉRENCE	141

Table de Abréviations

ANSSI	l'Agence nationale de la sécurité des systemes d'information
CIO	le Comité international olympique
CAN	Coupe d'Afrique des National
COJOP	le Comité d'organisation des Jeux Olympiques Paris 2024
COJO	le Comité d'organisation des Jeux Olympiques
SOLIDEO	la Société de Livraison des Ouvrages Olympiques
Élysée	la Présidence de la République française
Quai d'Orsay	le Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères de la France
MLF	la Mission laïque française
AF	l'Alliance Française
BIEF	le Bureau International de l'Édition Française
UE	l'Union Européenne
COUR	le Club Olympique des Usines Renault
COB	le Club Olympique de Billancourt
AMC	des Affaires mondiales Canada
GIFCT	Global Internet Forum to Counter Terrorism
DGM	la Direction Générale de la Mondialisation
OIF	l'Organisation Internationale de la Francophonie
B2B	Entreprises a entreprises
RIGES	Rencontres Internationales des Grands Événements Sportifs
FAJV	le Fonds d'Aide au Jeu Vidéo
RSE	de Responsabilité sociale des entreprises
JO	les Jeux Olympiques
DIJOP	la Délégation interministérielle aux Jeux Olympiques et
Paralympiques	
DIGES	la Délégation interministérielle aux Grands événements Sportifs
SGP	la Société du Grand Paris
GPE	le Grand Paris Express
PPP	les Partenariats Public-Privé
RV/VR	la Réalité Virtuelle
CNIL	la Commission nationale de l'informatique et des libertés

GESI	Giga- Event-Sporting Initiative
CDC	Caisse des Dépôts et Consignations



INTRODUCTION

La diplomatie sportive est un outil puissant qui joue un rôle unique dans les relations internationales et encourage l'interaction culturelle, politique et économique entre les pays. Le pouvoir unificateur du sport va au-delà de la création d'une langue commune en réunissant des personnes de différentes cultures, jetant les bases d'une compétition amicale et d'une compréhension mutuelle. Les événements sportifs internationaux renforcent les relations diplomatiques en rapprochant les pays, en favorisant les échanges culturels et en renforçant un sentiment d'unité et de solidarité à la mesure mondiale. Le rôle du sport comme un instrument de paix face aux conflits politiques souligne l'essentiel de la diplomatie sportive. De plus, les événements sportifs internationaux créent une image positive d'un pays en mettant en valeur sa richesse culturelle, ses réalisations sportives et ses valeurs sociales auprès de la communauté internationale. La diplomatie sportive contribue à la paix mondiale et à la coopération en favorisant la convergence des personnes sur une plateforme exempte de préjugés, promouvant l'égalité et l'équité. Dans ce contexte, la diplomatie sportive émerge comme un élément significatif pour renforcer les relations internationales et favoriser une compréhension mondiale.

Les événements sportifs internationaux facilitent l'établissement de relations amicales entre les pays. Ces événements permettent aux sportifs et aux supporters de se rassembler, de se comprendre mutuellement et de créer un langage commun, malgré leurs origines culturelles différentes. La diplomatie numérique, quant à elle, permet aux gouvernements et aux dirigeants de communiquer directement avec le public via de médias sociaux en ligne, des sites web et d'autres outils de communication numériques. Dans ce contexte, lorsque la diplomatie sportive et la diplomatie numérique se rejoignent, elles renforcent l'interaction dans les relations internationales.

La liaison entre la diplomatie sportive et la diplomatie numérique émerge comme un composant dynamique des relations internationales de nos jours. Le pouvoir unificateur et encourageant l'interaction du sport, lorsqu'il se combine avec les outils de communication numérique, élargit davantage son impact sur les plateformes internationales, créant ainsi une influence unique. La diplomatie numérique, en fusionnant la pratique traditionnelle de la diplomatie avec les outils de communication numérique et les innovations technologiques,

a un rôle crucial dans l'orientation des relations internationales. Dans ce contexte, l'intégration entre la diplomatie sportive et la diplomatie numérique vise à tirer parti à la fois du pouvoir unificateur culturel du sport et de la capacité de propagation rapide et efficace de la communication numérique.

Les plateformes de réseaux sociaux offrent la possibilité de partager et diffuser instantanément des événements sportifs à la mesure mondiale. Les contenus créés pendant les événements sportifs attirent l'attention de la communauté internationale et se propagent rapidement via les réseaux de partage. Cela offre aux pays l'opportunité de se présenter, de mettre en valeur leur richesse culturelle et de créer une image positive sur le schéma mondial. De plus, les interactions sur les médias sociaux pendant les événements sportifs, grâce aux outils de diplomatie numérique, contribuent au renforcement des relations interétatiques dans le monde numérique.

L'intégration entre la diplomatie sportive et la diplomatie numérique permet une communication plus efficace et rapide dans les relations internationales. Le pouvoir unificateur du sport, combiné aux outils de communication numérique, offre la possibilité d'améliorer les échanges culturels, de consolider les relations amicales et d'améliorer la compréhension entre les pays. Dans ce contexte, la combinaison de la diplomatie sportive et de la diplomatie numérique émerge comme un puissant outil stratégique pour accroître l'influence des pays à la mesure mondiale et créer une image positive.

La Présidence de la République française (Élysée) et le Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères de la France (MEAE, Quai d'Orsay) ont interagi directement avec la communauté internationale en utilisant efficacement la diplomatie numérique et ont partagé la vision de la France à la mesure mondiale. Le sport a historiquement été un moyen important de communication interculturelle. Cependant, de nos jours, le sport joue un rôle plus marqué et efficace dans les relations diplomatiques. L'Élysée et le Quai d'Orsay ont considéré les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 non seulement comme un événement sportif, mais également comme une plateforme culturelle et diplomatique. Dans ce processus, en combinant des stratégies telles que la diplomatie numérique, la diplomatie sportive et la construction de la marque nationale (*nation branding*), ils ont accru l'influence de la France sur le schéma mondial. Les grands événements sportifs organisés à la mesure mondiale permettent aux pays de se rassembler, de se réconcilier et de s'unir autour d'un

objectif commun. De tels événements deviennent le symbole de l'apaisement, de l'intelligibilité et de la coopération.

Les Jeux de Paris 2024 offrent une opportunité importante d'accroître l'influence de la France à la mesure mondiale... Ces Jeux ne sont pas seulement une plateforme pour les athlètes, mais aussi un espace où les pays partagent leurs cultures, leurs valeurs et leurs visions. L'Élysée et le Quai d'Orsay ont considéré cet événement majeur comme un pont dans les relations internationales et ont suivi une stratégie active de diplomatie publique tout au long de la planification des Jeux. Cette stratégie met en avant non seulement les succès de la France en ce qui concerne le sport, mais aussi sa richesse culturelle et ses approches novatrices. Les Jeux renforceront la réputation mondiale de la France, accroîtront son impact culturel et encourageront la coopération internationale.

Les Jeux de 2024 demeurent une plateforme importante où la diplomatie culturelle et les relations internationales se rejoignent au-delà du sport. Ces Jeux offriront à la France l'occasion de promouvoir des valeurs clés telles que la richesse culturelle, les innovations technologiques et les succès sportifs au niveau international. Cet événement renforcera la renommée nationale de la France en accroissant son influence culturelle et sa réputation. Il est essentiel de se rappeler que ces Jeux sont plus qu'un simple événement sportif ; ils reflètent également la diplomatie culturelle et les relations internationales.

La diplomatie publique, la gestion de la réputation nationale et les relations diplomatiques constituent des éléments essentiels des relations entre les pays dans le monde contemporain. Les dynamiques de ce domaine façonnent les efforts visant à accroître l'influence d'un pays à la mesure mondiale, à renforcer sa réputation et à se faire valoir de manière plus efficace sur la scène internationale. De nos jours, les dynamiques des relations entre les pays revêtent une importance croissante. Ces dynamiques façonnent les efforts visant à augmenter l'influence d'un pays, à être plus actif sur la scène internationale et à renforcer la marque nationale.

Ce mémoire examine comment les outils de la diplomatie publique, en particulier la diplomatie sportive et la diplomatie numérique, sont associés à travers du cas des Jeux de Paris 2024. Ce travail propose une analyse unique rassemblant des concepts tels que la diplomatie publique, la gestion de la marque nationale, la diplomatie numérique et la diplomatie sportive. Dans le monde contemporain, les dynamiques qui façonnent les

relations internationales mettent en lumière l'importance de l'image, de la réputation et des valeurs culturelles d'un pays. Dans ce contexte, nous examinons les stratégies de diplomatie publique mises en œuvre par l'Élysée et le Quai d'Orsay, avant et pendant les Jeux, en ce qui concerne de la diplomatie numérique et de la diplomatie sportive. L'Élysée et le Quai d'Orsay ont mis en œuvre une diplomatie d'influence avant les Jeux, agissant en tant qu'acteurs importants. Au cours de ce processus, en combinant des stratégies telles que la promotion de l'image nationale, la diplomatie numérique et la diplomatie sportive, ils ont renforcé l'influence internationale de la France. En particulier, ce mémoire de master examinera en détail la manière dont la diplomatie d'influence française s'est façonnée dans le contexte des Jeux olympiques et comment la diplomatie numérique et la diplomatie sportive ont été intégrées au cours de ce processus.

Ainsi, le problème général de notre recherche peut être formulé autour des questions suivantes : *Comment peut-on expliquer l'intersection de la diplomatie publique, de la diplomatie sportive et de la diplomatie numérique ? Quelles sont les répercussions de cette intersection sur le cas des Jeux Olympiques de Paris et Paralympiques 2024 ? Quelles stratégies de « diplomatie publique » le Quai d'Orsay et l'Élysée ont-ils adoptées pendant le processus des Jeux, et quelles conséquences ces stratégies sont-elles entraînées ? Comment l'influence internationale de la France a-t-elle été façonnée par la diplomatie numérique, la marque nationale et les activités diplomatiques sportives au cours de ce processus ? Comment les Jeux ont-ils influencé la marque nationale de la France, et quelles sont les conséquences de cette influence sur les relations diplomatiques et la perception internationale de ce pays ?*

À partir de ce cadre général de recherche, la « diplomatie sportive » qui trouve sa place dans la diplomatie publique, apparaît comme une forme de communication très appropriée pour le développement du dialogue à la fois dans le domaine numérique et humain. Dans ce contexte, la problématique de notre travail peut être formulé comme suit : *Comment l'Élysée et le Quai d'Orsay ont-ils intégré la diplomatie sportive et la diplomatie numérique dans leurs stratégies diplomatiques avant et les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, et quelles sont les conséquences de ces stratégies sur la politique étrangère française ?* En investiguant principalement sur la relation entre la diplomatie publique, la marque nationale, la diplomatie d'influence française, la diplomatie numérique et la diplomatie sportive, nous chercherons à évaluer le potentiel impact des Jeux

sur l'influence internationale de la France. Les effets des stratégies adoptées par l'Élysée et le Quai d'Orsay avant et pendant les Jeux seront examinés en détail sur les stratégies de la marque nationale.

Sur ce plan, l'hypothèse fondamentale de cette étude est que les stratégies diplomatiques conjointement adoptées par l'Élysée et le Quai d'Orsay pour les Jeux de Paris 2024 renforceront la réputation internationale de la France, en mettant particulièrement l'enjeu sur la diplomatie sportive et la diplomatie numérique. Les stratégies sportives largement cruciales pour la diplomatie d'influence française, accordent une grande importance aux outils numériques. Le concept du sport s'inscrit dans le contexte de la diplomatie publique, créant ainsi un domaine d'attraction diplomatique. Les Jeux olympiques offriront une chance de mettre en évidence les valeurs clés de la France telles que sa richesse culturelle, sa politique francophone, ses innovations technologiques et ses succès sportifs à la mesure mondiale.

En particulier, les stratégies que l'Élysée et le Quai d'Orsay adopteront avant les Jeux forment la base de notre hypothèse. Ces stratégies, soutenues par des outils tels que la diplomatie publique, la diplomatie sportive et la diplomatie numérique, assisteront un rôle crucial dans la formation de la marque nationale de la France. L'utilisation efficace des canaux de communication numérique permettra à la marque nationale d'accéder international plus vaste. Cette hypothèse suppose que les Jeux de 2024 renforceront la marque nationale de la France en combinant son patrimoine culturel, ses avancées technologiques et ses succès sportifs, et évaluera l'efficacité des stratégies de marque nationale adoptées avant les Jeux.

Cette étude vise donc à fournir une analyse complète en rassemblant plusieurs approches méthodologiques. Tout d'abord, la méthode de recherche documentaire sera utilisée pour examiner les documents existants avec l'analyse de contenu puis les données disponibles seront analysées et interprétées (Mace & Petry, 2017, p. 8). Ensuite, la méthodologie de l'étude de cas sera appliquée pour effectuer une analyse approfondie d'un événement ou d'un phénomène spécifique, permettant ainsi d'obtenir une compréhension détaillée de la situation. La combinaison de ces approches méthodologiques permettra à l'étude de présenter une perspective complète et d'atteindre les objectifs définis. Cela inclut l'utilisation de sources primaires et secondaires pour recueillir des informations pertinentes, ainsi que l'application de techniques analytiques rigoureuses pour assurer l'exactitude et la

fiabilité des conclusions. En intégrant ces différentes méthodes, l'étude pourra aborder les aspects quantitatifs et qualitatifs du sujet, offrant ainsi une analyse équilibrée et approfondie.

Notre cadre théorique se concentre sur le néolibéralisme et son impact sur la diplomatie publique, la diplomatie sportive, la diplomatie numérique et la construction de l'image nationale. La diplomatie sportive est un cadre théorique qui examine le rôle joué par le sport étant donné que partie intégrante des relations internationales. Ce concept met en avant le pouvoir unificateur du sport sur le plan culturel et politique. Le sport est considéré non seulement comme une activité physique, mais aussi comme une forme d'expression culturelle et un moyen d'interaction internationale. De plus, cette étude propose une perspective analytique approfondie dans les domaines de la diplomatie publique, de la construction de l'image nationale, de la diplomatie numérique et de la diplomatie sportive. En examinant ces différents aspects, l'étude vise à fournir une compréhension globale de la manière dont le néolibéralisme influence ces domaines et contribue à façonner les relations internationales modernes. En intégrant ces dimensions, notre cadre théorique permettra d'identifier les interactions complexes entre le néolibéralisme et les pratiques diplomatiques contemporaines, tout en mettant en lumière les implications culturelles et politiques de ces interactions.

En examinant le rôle de l'Élysée et du Quai d'Orsay dans le processus des Jeux de 2024, cette étude a le but d'apporter une contribution significative à la littérature des Relations Internationales. Les futures recherches pourraient approfondir les analyses dans ces domaines, élargissant davantage les bases théoriques et pratiques qui sous-tendent cette étude. Les contributions potentielles de ce travail, basées sur les informations fournies, incluent l'intégration de la diplomatie publique et de la diplomatie sportive, la pratique de la diplomatie française, la contribution de la diplomatie sportive aux relations internationales, et le contexte spécifique des Jeux.

Par ailleurs, cela pourrait fournir une contribution théorique et appliquée significative à la littérature sur les relations internationales puisque nous examinerons en détail comment les outils de diplomatie numérique (en particulier les médias sociaux) sont intégrés aux stratégies de diplomatie publique, ainsi que les impacts de cette intégration. Cela pourrait offrir une nouvelle perspective aux recherches dans le domaine de la diplomatie numérique. En analysant les stratégies diplomatiques de l'Élysée et du Quai d'Orsay lors des Jeux, cette étude réalise une analyse détaillée d'un cas concret de la pratique

diplomatie française. Cela pourrait contribuer à une meilleure connaissance de la diplomatie française. En soulignant le rôle des activités diplomatiques sportives dans les relations internationales, nous discuterons de l'important du sport dans les relations diplomatiques. Cela pourrait constituer une contribution analytique importante en matière de la diplomatie sportive. En outre, en examinant une période spécifique du processus des Jeux, ce travail aborde en détail la dimension diplomatique de cet important événement international. Cela pourrait nous aider à saisir la signification l'impact des Jeux olympiques au futur sur les relations internationales à travers d'autres cas à étudier.



2. PREMIÈRE PARTIE. DE LA DIPLOMATIE SPORTIVE À LA DIPLOMATIE NUMÉRIQUE : UN SURVOL DES CONCEPTS

Le sport, à travers l'histoire, a été un domaine de compétition et de divertissement, dans un concept étroitement lié à la politique, à la culture, à l'économie, et bien plus encore. C'est à l'intersection de ces domaines que trouvons la diplomatie sportive. La diplomatie sportive exploite le pouvoir du sport en tant qu'instrument pour stimuler l'entente et la coopération et la paix entre différentes cultures. Depuis les Jeux de l'Antiquité, le sport a fonctionné comme un langage entre différentes sociétés, contribuant au développement de relations pacifiques. Par exemple, les origines des Jeux modernes remontent à une fête religieuse de l'Antiquité qui s'est transformée en événement sportif. À l'époque de l'Empire romain, le sport était également considéré comme un reflet du militarisme, en plus d'être un divertissement (Mangan, 2004, p. 60). De nos jours, il est clair que le sport participe activement au renforcement des relations diplomatiques et de la coopération internationale sur la scène mondiale. Cependant, la diplomatie sportive n'est pas seulement utilisée à des fins pacifiques ; de temps en temps, elle peut aussi servir à des fins politiques conflictuelles. Il est donc important de comprendre et d'examiner simultanément les différents aspects positifs et négatifs du sport. Les événements sportifs peuvent également refléter la complexité des relations internationales et les préoccupations au sujet de sécurité. Certains événements de l'histoire ont montré comment le sport peut être exploité à des fins politiques. Dans cette partie, nous examinerons l'histoire et le rôle de la diplomatie sportive dans les relations internationales contemporaines. Nous discuterons du potentiel du sport à servir de pont entre différentes cultures et à renforcer les relations diplomatiques, et nous discuterons des implications futures de la diplomatie sportive.

À la période de la numérisation, nous observons une interaction et une intégration croissantes entre le sport, la diplomatie numérique et la diplomatie publique. Des concepts tels que la diplomatie traditionnelle et la diplomatie sportive ont acquis une nouvelle dimension avec la numérisation. La diplomatie numérique consiste en la gestion et l'influence par les États et d'autres acteurs en utilisant des outils numériques. Il est également intégré efficacement à la diplomatie publique. La diplomatie numérique est devenue un outil important pour tirer parti de la capacité du sport à favoriser l'interaction à la mesure mondiale. La diffusion d'événements sportifs sur les plateformes numériques et l'interaction

qui en résulte à renforcer mutuelle et la coopération entre les communautés internationales. L'usage des médias numériques par les organisations sportives a été une voie importante pour la diplomatie publique et le développement des relations internationales. À travers la diplomatie numérique, le sport est utilisé comme un outil efficace pour construire et faire la promotion de l'image d'un pays à la mesure mondiale. Notamment, les méga épreuves sportives, diffusés par les plateformes numériques et discutés des millions de personnes sont présentes, contribuent de manière significative à la diplomatie numérique. Ces événements reflètent la culture, les valeurs et le potentiel d'un pays, contribuant ainsi à la diplomatie numérique.

Le sport peut renforcer la puissance douce (*soft power*) d'un pays grâce à la diplomatie numérique. En particulier, l'accueil d'activités sportives internationales ou la promotion des équipes sportives nationales sur la scène internationale peuvent renforcer les relations internationales d'un pays. De plus, la promotion d'événements sportifs via les médias numériques peut encourager la compréhension et la collaboration entre différentes cultures. La numérisation a augmenté l'accès et la participation aux événements sportifs. La diffusion d'événements sportifs en ligne permet à des millions de personnes à la mesure mondiale de les observer, tandis que les réseaux sociaux permettent aux spectateurs d'interagir. Cela contribue à accroître l'interaction entre les différentes cultures et à renforcer les relations internationales. Cet article examine la liaison entre le sport et les médias, ainsi que l'impact de la numérisation sur cette relation. En particulier, nous examinerons en particulier les événements sportifs sont organisés sont représentés dans les médias et le rôle des plateformes numériques dans la diplomatie publique sportive. L'impact des événements sportifs sur les médias est examiné de l'évolution du sport moderne et de la transformation des médias. Le sport est représenté dans les médias et le rôle des plateformes numériques dans la diplomatie publique sportive revêtent une importance croissante dans la société moderne. De nos jours, les événements sportifs atteignent un large public grâce aux médias et renforcent la compréhension et l'interaction culturelles. Les médias jouent un rôle critique dans la popularisation du sport et dans sa transformation en un phénomène culturel mondial. L'essor de la numérisation a encore renforcé l'impact du sport sur les médias, en le transformant en un outil diplomatique interactif dans le monde numérique. La première partie de notre mémoire l'impact du sport sur les médias et le rôle de la numérisation dans la diplomatie publique sportive, mettant en avant l'importance de l'interaction culturelle grâce au sport. Elle étudie comment la relation entre le sport et les médias a évolué au fil du temps, ainsi

que l'impact des plateformes numériques sur le rôle du sport dans les relations internationales. L'impact du sport sur les médias et la tâche de la numérisation dans la sportive sont des facteurs importants qui façonnent l'interaction culturelle moderne et les relations internationales.

Dans le chapitre, nous discutons dans laquelle la diplomatie sportive peut renforcer les relations internationales en tant que moyen d'utiliser le sport comme outil diplomatique, promouvant la paix et le dialogue. Dans le chapitre sur le sport et la numérisation, on constate que la numérisation a changé sont diffusés et suivis à la mesure mondiale et c'est dans cette optique que nous discuterons sont devenus un élément stratégique pour de nombreux pays du monde dans l'ère de la mondialisation économique. Les outils de diplomatie numérique tels que les sites Web et les applications mobiles ont un impact significatif sur la diplomatie sportive. Ils permettent une communication directe avec les fans et les acteurs sportifs. Nous examinerons comment la diplomatie sportive peut contribuer aux stratégies de diplomatie numérique en renforçant la visibilité d'un pays et en créant des partenariats internationaux.

La première partie de cette étude explore les concepts de la diplomatie sportive et de la diplomatie numérique, en mettant en lumière leurs interconnexions et leurs impacts sur les relations internationales. Le concept de diplomatie sportive est examiné sous l'angle du soft power et de la diplomatie publique, soulignant comment le sport peut servir d'outil de rapprochement entre les nations et les communautés. La numérisation du sport est également abordée, illustrant son rôle croissant dans les relations internationales. La diplomatie sportive dans le contexte de la mondialisation est analysée, avec un focus sur les orientations stratégiques et les interactions internationales à l'ère économique actuelle. L'importance des réseaux sociaux et des médias dans la diplomatie sportive est également discutée, montrant comment ces plateformes peuvent amplifier l'impact des initiatives sportives. La relation entre la diplomatie numérique et la diplomatie sportive est explorée, en mettant en évidence l'impact des outils numériques sur la diplomatie sportive et les contributions de cette dernière aux stratégies de diplomatie numérique.

2.1. Le Concept de la Diplomatie Sportive

Le concept de sport entretient une relation avec la diplomatie remontant à des époques très anciennes. En examinant les événements sportifs au fil de la période historique, le sport, au-delà du simple jeu, s'entremêle avec de nombreux concepts tels que la politique, la culture, l'économie, l'art, la technologie, etc. Le sport, qui accompagne la politique depuis

l'Antiquité, se distingue de son sens actuel. Par exemple, les débuts des Jeux antiques ont eu lieu vers 770 av. J.-C. dans le cadre d'une célébration religieuse, et par la suite, cela a évolué en une activité sportive (Murray, 2018, p. 1). Vers 264 av. J.-C., dans l'Empire romain, la manifestation du sport met en avant la combinaison de divertissement et de militarisme, incarnée par le phénomène des gladiateurs ; les objets de guerre de l'époque, les criminels et les esclaves étaient conditionnés à une formation de gladiateurs pour être contrôlés en tant que visage caché de la société. Plus tard, ces gladiateurs sont devenus célèbres et ont formé un groupe riche et prestigieux aux yeux du public (Mangan, 2004, p. 20). Dans l'Antiquité, le sport revêtait une grande importance pour le militarisme. Le sport a des significations diverses pour chaque période de l'histoire (Mangan, 2004, p. 33). La période de l'Allemagne sous Adolf Hitler a également façonné et inspiré la manifestation du sport, renforçant l'aspect militariste de l'Antiquité dans l'éducation physique. En d'autres termes, le sport est un outil que les élites politiques utilisent dans un contexte pacifique pour divers objectifs, et cet outil peut être utilisé de manière optimiste ou pessimiste. Les Jeux olympiques qui se sont déroulés à Berlin en 1936, sont des exemples évidents de la manifestation politique du sport (Murray, 2018).

Le terrain de tolérance du sport est une réalité pacifique ; les États-nations utilisent des moyens pacifiques tels que le sport sur la scène internationale pour accroître leur visibilité, car cela crée un terrain pour rivaliser sans conflit. La compétition se déroule sans combat, et la notoriété du vainqueur, une équipe, un individu ou un État-nation, augmente. Bien que l'importance diplomatique du sport ait parfois changé, un langage universel est incontestable. De plus, le sport n'est pas seul dans la diplomatie publique, les États-nations et les athlètes nationaux qui sont actifs, de nombreuses organisations internationales font également partie de cette catégorie. Ainsi, tant les États-nations que les acteurs non-étatiques jouent un rôle dynamique. Outre les États-nations, les organisations actives dans le sport se forment avec différents groupes ; elles se distinguent entre le Comité international olympique (CIO), les fédérations transfrontière (ITF, FIFA, IAAF), les fédérations nationales (TFF, NBA) et les organisations de la société civile (*Right to Play*) (Murray, 2018, p. 1). Tous ces acteurs sont intégrés à la diplomatie sportive conformément au fonctionnement de la diplomatie publique.

Le côté relativement obscur aux aspects de la compréhension et du langage tolérant du sport ne peut être ignoré. Au fil de l'histoire, il existe une relation entre le concept du sport et la violence ; Il est utilisé comme un outil pour atteindre leurs objectifs au sein de l'État ou

par des groupes terroristes pour transmettre des messages anti-diplomatiques (Murray, 2018, p. 2). Par exemple, les 11 premiers jours des Jeux olympiques de Munich en 1972 se sont déroulés de manière très positive, avec les succès des athlètes et une compétition amicale, mais le matin du 5 septembre, l'atmosphère des jeux a soudainement changé. Terroristes arabes qui font partie du groupe militant Septembre noir ont ensanglanté l'ambiance paisible en interrompant les jeux (Grasso et al., 2015, p. xvii). Cet événement tragique montre que le sport n'est pas seulement un domaine de compétition et de divertissement, mais va au-delà en illustrant la complexité de la sécurité. Cependant, il est ne pas oublier que le sport porte en lui un langage de tolérance unique. Le sport a le potentiel d'unir différentes cultures et nations en offrant une perspective large. Cela montre que le sport va au-delà d'un simple terrain de compétition. Les événements sportifs permettent aux gens de se comprendre mutuellement et de se respecter. De plus, le sport a le potentiel de paix et d'amitié à travers des événements organisés sur la le schéma mondial. Cependant, il est en plus de ces aspects positifs, le sport peut parfois être un outil complexe utilisé à des fins de violence et de motifs politiques.

Les outils de la diplomatie sportive et les effets diplomatiques du sport, n'ont généralement pas été suffisamment soulignés. La perspective de la diplomatie publique se concentre naturellement sur les périodes façonnées par les États, les acteurs non-étatiques et le sport international, et implique un effort pour comprendre les acteurs et les réseaux impliqués dans ces périodes. La diplomatie sportive est fondamentalement un terme décrivant une ancienne pratique qui utilise le sport pour développer des objectifs, réduire les tensions en maintenant l'esprit du fair-play actif, et chercher à rassembler différentes nations. Les concepts que nous avons mentionnés sont souvent associés à la diplomatie publique (Murray, 2018, p. 4). S'il le faut pratique de communication stratégique visant à gérer la réputation, la perception et les relations internationales d'un pays, et la diplomatie sportive représente une approche utilisant le sport dans le dessein de consolider les nations, d'accroître la compréhension et de créer une image positive. C'est un moyen précieux de relier les divisions et de rassembler d'une manière que la diplomatie traditionnelle ne pourrait pas accomplir. Dans un monde critique, cela offre un potentiel important pour faciliter la médiation de l'aliénation (Murray, 2018, p. 6). Ce potentiel peut rapprocher des individus, des organisations et des États aliénés de manière inhabituelle et apporter une contribution diplomatique très importante en termes de sentiment d'appartenance.

La première version des Jeux olympiques modernes, qui était une manifestation des Jeux olympiques antiques, a eu lieu à Athènes du 6 au 15 avril, avec la participation de 14 pays et aucune femme athlète (Grasso et al., 2015, p. xxxix). Depuis le point de départ des Jeux olympiques modernes, le lien entre le sport et les relations diplomatiques s'est renforcé. Cependant, cette consolidation s'est produite lentement. Des événements tels que les guerres mondiales, l'émergence des armes nucléaires, la disparition des empires et l'émergence des États-nations ont relégué l'importance de la diplomatie sportive internationale au second plan. À cette époque, la diplomatie sportive a été considérée comme un sujet périphérique et n'a pas été prise au sérieux (Murray, 2018, p. 59). Même si la diplomatie sportive était en retrait, le sport était utilisé à des fins politiques par la diplomatie traditionnelle. La gestion réaliste, la survie et l'utilisation de la force sont des éléments clés de la diplomatie traditionnelle. À cet égard, l'accent était mis sur des interrogations concernant la sécurité nationale et la défense, et des diplomates professionnels de différents États se réunissaient dans des espaces fermés, les ambassades et les commissions, des méthodes de diplomatie traditionnelle. Ces méthodes diplomatiques ont été appliquées depuis les premiers jours de la diplomatie moderne, définies par le traité de Westphalie. En outre, la diplomatie comprend une composante plus adaptable, divers États adoptant la diplomatie publique et la diplomatie culturelle pour promouvoir la compréhension mutuelle entre les nations et les populations grâce à l'échange d'idées, d'informations, d'art, de sports et de pratiques culturelles (Murray, 2018, p. 61). Par exemple, la langue est l'un des piliers principaux de la diplomatie culturelle française. L'apprentissage et la diffusion de la langue française font partie des priorités des activités culturelles ; en outre, la culture recoupe systématiquement divers éléments tels que le commerce et le sport (Roselli, 1996, p. 89).

La diplomatie culturelle comprend des échanges d'artistes, de musiciens et de scientifiques entre les pays, l'établissement de centres et d'instituts culturels et de festivals culturels. Ces activités favorisent l'échange d'idées, de valeurs et de traditions, favorisant le dialogue et la coopération dans des domaines tels que l'éducation, la science, l'art et le sport. Le sport, en tant que forme de diplomatie, a été utilisé pendant longtemps. Il a simplement varié dans son importance, qu'il soit en avant ou en arrière-plan à différentes époques. Aux moments où la diplomatie sportive était en retrait, les États utilisaient ce phénomène selon leurs intérêts politiques. Les triomphes de Jesse Owens et d'Althea Gibson dans l'Allemagne nazie ont été exploités stratégiquement par les États-Unis. Owens, un athlète afro-américain qui a remporté quatre médailles d'or aux Jeux olympiques de Berlin en 1936, a réfuté la

théorie hitlérienne de la suprématie aryenne (Dawson, 2009, p. 882). Althea Gibson, la première joueuse de tennis afro-américaine à briser la barrière de couleur et à remporter un Grand Chelem (*Grand Slam*), a également été utilisée par le gouvernement américain pour renforcer ses efforts diplomatiques et améliorer son image internationale à l'époque.

La diplomatie sportive traditionnelle naît du rapprochement de deux acteurs majeurs et ces deux acteurs travaillent en harmonie ; par deux grands joueurs, nous entendons les diplomates et les athlètes. Les diplomates et les athlètes représentent les systèmes de relations internationales des États. Les diplomates établissent des communications entre les États et concluent des accords, tandis que les athlètes représentent les événements sportifs internationaux dans leurs pays respectifs. Les deux groupes sont considérés comme des individus élites, tout en étant également perçus comme des citoyens patriotes qui représentent fièrement leur pays. Alors que les athlètes concourent dans de grands stades à la mesure mondiale, les diplomates rivalisent dans des forums de grande compétition, négociant lors de conseils (Murray, 2018, p. 62). Les performances des deux groupes sont sujettes à des critiques typiques en fonction de leurs résultats, mais le succès leur ouvre des portes de renommée et de gains à la mesure mondiale, avec des récompenses à la clé lorsqu'ils réussissent.

2.1.1. *Soft Power* et la Diplomatie Sportive: Quels Rapports avec la Diplomatie Publique?

Dans l'arène des relations internationales, les pays travaillent à développer leur image et à atteindre des objectifs internationaux en renforçant la diplomatie publique et la puissance douce (*soft power*). De cette optique, le transnationalisme est un concept crucial, et chaque aspect de la diplomatie publique repose sur ce concept. C'est une perspective néolibérale qui repose sur le pluralisme au-delà des frontières de l'État, c'est-à-dire que les actions de diplomatie publique ne revêtent un caractère transnational que si elles reflètent une tendance pluraliste (Savaş, 2020, p. 24). La diplomatie publique est aujourd'hui très inclusive et élargit le champ de couverture au-delà des activités et discours publics définis par l'État, dépassant ainsi une forme étatique excessive. Nous discutons ici des influences des secteurs public et privé (Lord, 2005, p. 61). Les États qui utilisent efficacement la diplomatie publique renforcent leur influence dans le monde en ajoutant une amplification à la réflexion qui se forme autour de leurs caractéristiques sociales et culturelles. Ainsi, la territorialité diminue et de nouveaux liens se développent, soutenant à la fois la transnationalité et la transfrontalière de manière similaire. De cette manière, la facette abstraite et non matérielle

du pouvoir se présente. Les connaissances culturelles et sociales, les nouveaux réseaux sociaux se développent et la compréhension du concept de *soft power* à travers l'aide néolithique nécessite une perspective croissante.

L'approche néolibérale en diplomatie sportive se caractérise par l'utilisation du sport comme un outil stratégique pour atteindre des objectifs économiques, politiques et culturels. Les grands événements sportifs, tels que les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde de la FIFA, attirent des investissements massifs dans les infrastructures et les services. Par exemple, le Qatar a investi des milliards de dollars pour organiser la Coupe du Monde de la FIFA 2022, ce qui a non seulement amélioré ses infrastructures mais aussi renforcé son image internationale (Côme & Raspaud, 2018, p. 171). Les pays utilisent ces événements pour promouvoir une image positive et moderne. La Chine, en organisant les Jeux Olympiques de 2008, a démontré sa capacité à organiser des événements de classe mondiale, renforçant ainsi son statut sur la scène internationale. Le sport sert souvent de pont pour améliorer les relations diplomatiques. Un exemple célèbre est la "diplomatie du ping-pong" entre les États-Unis et la Chine dans les années 1970, qui a contribué à la normalisation des relations entre les deux pays. Les grands événements sportifs stimulent l'économie locale en créant des emplois et en attirant des touristes. Le Brésil, en accueillant la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et les Jeux Olympiques de 2016, a vu une augmentation significative du tourisme et des investissements étrangers (Lopez, 2022). En organisant des événements sportifs, les pays peuvent exercer leur "soft power" et influencer les perceptions culturelles à l'échelle mondiale. Par exemple, la Russie a utilisé la Coupe du Monde de la FIFA 2018 pour projeter une image de modernité et d'ouverture. L'approche néolibérale en diplomatie sportive permet aux nations d'utiliser le sport comme un levier pour atteindre des objectifs stratégiques variés, allant de l'amélioration de marque de l'image nationale à la stimulation de l'économie locale et au renforcement des relations diplomatiques.

Joseph Nye, sa théorie du *soft power*, fusionnée avec la diplomatie publique moderne, oriente les aspects abstraits et non matériels du concept de puissance vers la collaboration et l'augmentation du dialogue entre les pays. La dimension concrète et matérielle du pouvoir est désignée comme le *hard power*. L'exploration du concept de puissance, il est essentiel de ne pas négliger le côté abstrait en plus de la dimension concrète. Le *soft power* est un élément de puissance abstrait et non matériel. Les États qui n'ont pas réussi à développer leur capacité de *soft power* connaissent un échec lors de la structuration d'une diplomatie publique efficace, car la diplomatie publique est l'outil du *soft power* (Savaş, 2019, p. 19). Les travaux

sur la puissance dans le contexte des relations internationales pour ce concept prennent forme en fonction de la capacité relationnelle avec les autres acteurs. Autrefois axée sur le pouvoir coercitif, cette tendance évolue vers une perspective néolibérale avec la généralisation des travaux sur le *soft power*, s'éloignant des études réalistes. Ainsi, l'attraction prend le devant de la scène, reléguant la coercition en arrière-plan (Nye, 2004, p. 1). Le concept d'influence peut être associé au pouvoir, mais ici, principal est de conquérir les cœurs, les âmes et les intellects avec l'influence. Dans ce cadre, un comportement politique conforme à tous les composants du pouvoir est en jeu. Même si l'influence et le *soft power* sont partenaires conformément à ce comportement politique, il existe une hiérarchie entre eux. L'influence est au-dessus du concept de *soft power*, car l'influence est le véritable objectif du *soft power*, tandis que cela aurait pu être un véritable objectif du *hard power*. Par conséquent, la portée du concept d'influence est plus large. L'objectif ici est de générer une influence, et cela se réalise à travers la diplomatie publique. Bien évidemment, la forme dont chacun pays met en œuvre son *soft power* est différente ; par exemple, la France se concentre sur la culture des élites, tandis que les États-Unis continuent leur stratégie axée sur la culture populaire (Balzacq et al., 2020, p. 187).

La diplomatie publique et la construction de la marque nationale entre les États sont des phénomènes existants et en développement visant à accroître la capacité abstraite du pouvoir. Comme mentionné précédemment, la tendance du *soft power* mise en œuvre par la perspective américaine est liée à la culture populaire. La mise à exécution des objectifs de la politique extérieure implique également l'idée de maintenir une prédominance des éléments de la culture populaire pour soutenir marque de l'image nationale américaine. Ces éléments comprennent tels que le sport, la connaissance, la mode, l'art, la culture, et d'autres. Dans cette optique, la diplomatie publique américaine implique à la fois des acteurs publics et particuliers, et le rôle des acteurs privés consiste à promouvoir et soutenir marque de l'image nationale américaine à travers la culture populaire (Balzacq et al., 2020, p. 280).

À ce point, les Jeux constituent l'un des moyens efficaces de la diplomatie sportive, utilisée en tant que du *soft power* et de la diplomatie culturelle. Le *soft power*, quant à lui, représente la capacité d'un pays à exercer une influence sur d'autres pays, et les pays organisateurs des Jeux olympiques ont l'opportunité de découvrir cette influence. La diplomatie culturelle, en utilisant les relations avec d'autres pays, vise à développer les valeurs culturelles et les expressions artistiques d'un pays. Dans ce cadre, les cérémonies d'inauguration des Jeux olympiques servent de moyen pour mettre en œuvre cette diplomatie

culturelle. Les Jeux olympiques sont un événement mondial impliquant plus de 200 comités nationaux olympiques et le CIO. Avec la participation de milliers d'athlètes et de millions de spectateurs, cet événement a un impact significatif à la mesure mondiale (Grasso et al., 2015, p. ix). Accueillir et participer à des événements sportifs offre aux pays l'opportunité de mettre en avant leurs valeurs et leur culture. Cela devient un outil utile pour démontrer le *soft power* d'un pays, contribuant ainsi de la reconnaissance internationale et au développement des objectifs internationaux et de la diplomatie publique.

La diplomatie sportive est l'utilisation du *soft power* à des fins diplomatiques, mais il n'existe pas de théorie cohérente ni de définition claire sur la manière dont elle peut être utilisée à travers la construction de la marque nationale pour atteindre les objectifs politiques nationaux (Verity Postlethwaite, Claire Jenkin & Emma Sherry, 2022, p. 363). Elle dépasse les zones de convergence entre la diplomatie et le sport, incluant des initiatives officielles de diplomatie publique comme le démarrage de projets sportifs ou la mise en place de boycotts internationaux alignés sur les objectifs de politique étrangère (Dubinsky, 2023, p. 41). L'utilisation de la diplomatie sportive peut construire des ponts entre les communautés, mais elle soulève également des préoccupations éthiques liées à son utilisation pour les objectifs de *soft power*. Les gouvernements, les groupes d'intérêt et les individus ont utilisé le sport pour divers objectifs de *soft power*, tels que la promotion du sport et du tourisme, la déclaration politique, la mise en valeur des divers aspects d'un pays, la promotion de la culture, la présentation de produits et de technologies, le façonnement de l'image d'un pays, et la poursuite des objectifs des relations internationales (Dubinsky, 2023, p. 42). La puissance du sport diplomatique puissant, capable de surmonter la violence politique et de rapprocher les peuples, est perçue comme un langage universel. En effet, les compétitions sportives peuvent offrir des opportunités de dialogue de haut niveau en dehors des négociations officielles. L'exercice physique, la compétition et les jeux peuvent créer des ponts entre différentes nations et populations par le biais d'une affection mutuelle mais il ne peut pas garantir ou maintenir la paix de façon indépendante. Le sport est utilisé comme un moyen d'atteindre un monde meilleur et plus pacifique, mais les stratégies spécifiques pour y parvenir ne sont pas toujours claires.

Depuis plus de 2000 ans, les cités-États, les pays, les gouvernements et les communautés utilisent le sport, notamment à travers des événements tels que les Jeux olympiques, comme un moyen de *soft power* et la diplomatie publique (Dubinsky, 2023, p. 43). L'utilisation du sport à des fins de *soft power* et de diplomatie publique soulève des

questions controversées et incertaines. Par exemple, l'intervention politique ou la manipulation pouvant compromettre l'intégrité et de la compétition sportive, l'exclusion de sportifs pour des raisons politiques, discriminatoires ou contraires aux principes d'équité et d'inclusion, des actes de corruption tels que le détournement de fonds et les paris illégaux qui peuvent nuire à la réputation tant du sport que des pays impliqués, et des scandales de dopage de substances améliorant la performance par les athlètes. D'autres exemples comprennent le boycott de manifestations sportives en tant que forme de protestation politique pouvant perturber les relations internationales et créer des divisions entre nations, ainsi que les dommages environnementaux causés par l'accueil d'événements à géant étendue, tels que les Jeux olympiques, qui peuvent avoir des effets préjudiciables sur les écosystèmes locaux et les communautés en raison de la construction d'installations sportives. Bien que le sport soit généralement considéré comme un puissant outil de soft power et de diplomatie publique, il est également essentiel de prendre en compte et de réduire ces résultats potentiels négatifs afin d'assurer l'intégrité et l'impact positif des initiatives sportives (Dubinsky, 2023, p. 44).

Les Jeux qui se sont déroulés à Berlin en 1936, les utilisaient pour mettre en avant la puissance et l'organisation de l'Allemagne sous la direction du Parti nazi, tout en façonnant l'image des pays et en se réinventant dans le système international grâce à la diplomatie culturelle et sportive. Cependant, l'investissement d'efforts et d'argent dans le sport détournait des progrès militaires, soulevant ainsi la question de connaître si le globe serait meilleur ou non (Krüger & Murray, 2003, p. 19). D'un autre côté, l'usage du soft power par les nations, tel que la diplomatie culturelle et sportive, offre l'opportunité de façonner leur image et de se réorienter dans le système international en présentant des objectifs pacifiques plutôt qu'en investissant dans des armes et des guerres. Dans le passé, les pays se sont principalement concentrés sur la démonstration de leurs compétences athlétiques pour remporter des médailles, gagner en reconnaissance et en prestige. Cependant, il y a eu un changement vers un moyen de soft power et de diplomatie, incluant la promotion de valeurs telles que la paix, l'indulgence et l'inclusion à travers des événements et des compétitions sportives. La problématique de connaître si les ressources et les efforts consacrés au sport devraient être mieux utilisés dans des domaines la sécurité nationale ou la défense reste un sujet de débat. Bien que la problématique de connaître si le monde serait meilleur ou non si les ressources et les efforts consacrés au sport étaient redirigés vers des domaines nécessitant une puissance dure reste subjective, le sport est un instrument solide pour la diplomatie

publique et la création d'image. Les méthodes utilisées pour atteindre ces objectifs évoluent pour refléter les dynamiques changeantes des relations internationales, mettant l'accent sur le soft power et les échanges culturels (Dubinsky, 2023, p. 44).

2.1.2. Sport et Numérisation dans les Relations Internationales

La numérisation rend inévitablement chaque concept dans lequel elle est immergée comme une partie intégrante, car elle facilite l'action d'internationalisation de manière rapide et à distance. Le monde numérique de l'ère postmoderne, le sport est également un moyen de ressentir facilement dans le cadre de l'internationalisation. La représentation de l'identité nationale et le transfert de cette représentation à la mesure mondiale, la présence de nombreuses ligues sportives officielles ou privées à la mesure mondiale, et la participation des équipes nationales à des organisations sportives internationales dans différentes disciplines sont autant de mouvements indissociables intégrés à la numérisation (Rofe, 2016, p. 220). L'augmentation de la crédibilité à la mesure mondiale, le succès accru des États puissants par rapport aux États rivaux et la représentation nationale à la mesure mondiale offrent aux États-nations modernes un important univers de création de marque, dont l'élément le plus crucial est la numérisation (Barbara J. Keys, 2006, p. 17). Les États et les équipes nationales sont intégrés au contexte innovant de la marque nationale de la socio-numérisation. Grâce à cette distribution numérique, la communauté internationale devient une partie indissociable de ce processus.

Le sport marque une augmentation de la conscience d'appartenance individuelle dans la relation vers le bout du XIX^e siècle en Europe. La formation de l'État moderne et le développement de la technologie ont permis de renforcer la position du sport et de l'enseignement corporel du point de vue des États-nations. Cependant, à cette époque, l'action de réglementation et d'intervention dans la santé publique des États-nations avec le darwinisme social a conféré au sport une manifestation différente du point de vue de la représentation (Barbara J. Keys, 2006, p. 18). Le lieu et la priorité du sport de masse ont commencé à augmenter avec les États-nations dans toute l'Europe. L'idée que le sport donnerait naissance à une conscience résultant de l'union d'individus bénéfiques à la société et puissants sur le plan militaire s'est enracinée. Alors que le sport prenait une place importante pour l'État-nation, il n'était plus seulement question d'éléments de puissance dure (hard power) sur le plan militaire ou économique, mais également de puissance douce. La représentation de la culture physique par le sport a rapidement augmenté dès le début du

XXe siècle, dépassant l'Europe pour atteindre différentes parties du monde où les praticiens de la diplomatie publique ont accordé de la priorité au sport et à l'enseignement corporel pour améliorer la salubrité publique et la puissance nationale (Barbara J. Keys, 2006, p. 18). Le sport moderne est devenu pleinement présent à la fois dans le domaine public et privé.

Le processus d'internationalisation du sport a suivi une trajectoire allant du particulier au général. Cette évolution a commencé avec les clubs de ville, s'étendant d'abord vers les régions, puis créant les conditions nécessaires à la formation de compétitions internationales. Jusqu'à la grande guerre, le progrès de l'internationalisation du sport contemporain a progressé, bien que lentement, une conception du sport basée sur le militarisme dominait (Mangan, 2004, p. 115). Parmi les raisons de cette évolution, on trouve des limites géographiques découlant du fait que les compétitions se déroulaient entre des clubs privés, le frais haut du transport et de l'approvisionnement nécessaire aux compétitions internationales, et l'absence de technologies suffisantes pour la promotion et la publicité de ces compétitions à la mesure mondiale (Jay Coakley, Eric Dunning, 2000, p. 246). Étant donné que la situation des compétitions internationales évoluait du particulier au général, les premières organisations organisées se déroulaient généralement entre des clubs privés. Par exemple, des compétitions telles que la régate de voile *America's Cup* en 1851, la course d'aviron sur la Tamise entre Harvard et Oxford en 1869, et le match de rugby en 1885 entre le Paris Sport Club (PSG) et le Club de service civil anglais en Angleterre (Barbara J. Keys, 2006, p. 29). Alors que les compétitions entre clubs privés se répandaient rapidement, les États-nations ont entrepris des efforts pour établir diverses réglementations pour les organisations sportives internationales. À ce propos, la réglementation d'ajustement par le Quai d'Orsay constitue un exemple significatif. Un contrat établi entre l'Union des sociétés sportives françaises et le Henley Royal Regatta Committee en Angleterre pour permettre la participation française à l'aviron a jeté les bases essentielles de l'internationalisation de ce sport (Barbara J. Keys, 2006, p. 29).

Cependant, ces compétitions perçues comme plus individuelles et de groupe n'ont pas réussi à élever l'internationale au niveau des équipes nationales. À partir du XXe siècle, les États-nations ont commencé à soutenir leurs équipes nationales dans différentes disciplines lors de compétitions internationales. Compte tenu de cela, pour les États-nations participants et le renforcement du pouvoir grâce à l'approche systématique de l'éducation physique dans le sport ont commencé à dominer. Bien que de l'acheminement international du sport ait connu un développement lent et calme, à mesure que le progrès se poursuivait, le mouvement

devenait un phénomène inarrêtable. Chaque progrès contribuait à la formation de bases plus solides.

L'intégration du sport avec d'autres domaines en un élément pacifique et indispensable. La diplomatie, les relations internationales et la technologie ont fusionné avec le sport, rendant ses missions positives, pacifiques et unifiantes plus vivantes et plus évidentes (Murray, 2018, p. 10). Dans cette optique, la diplomatie publique, la diplomatie numérique et la diplomatie sportive se sont intégrées pour former une approche holistique ; en effet, le soutien le plus crucial de cette durabilité est le sentiment d'appartenance douce du sport en tant que pouvoir doux et terrain pacifique. Nous l'avons souligné dans les étapes de notre travail, la forme de la diplomatie change en continuant à être une partie de la vie dans des suites différentes. En remplaçant la diplomatie traditionnelle par une diplomatie moderne et en y ajoutant de nouveaux sens, cette évolution crée de nouveaux contextes pour une forme pacifique. Cette situation est également valable pour la diplomatie sportive traditionnelle qui laisse la place au sport moderne et, bien que de nouveaux formulaires soient permanents pour ces concepts, ils intègrent également leurs aspects traditionnels.

Avec ce changement de forme, les missions visées par les praticiens de la diplomatie publique pour le sport et la diplomatie numérique ont également changé. Les États-nations reconnaissent désormais leurs aspects plus pacifiques et doux au lieu de se battre et permettent à ces aspects de devenir actifs (Murray, 2018, p. 89). Alors que de nombreux universitaires et diplomates remettaient en question l'avenir de la diplomatie à une époque, aujourd'hui, avec la nouvelle forme de la diplomatie publique moderne, ils ont fait de l'innovation et des éléments positifs qui pourraient venir avec la diplomatie un sujet de débat. Avec la diplomatie publique incluant les acteurs de l'État, les acteurs non-étatiques, la diplomatie sportive a évolué vers une forme innovante grâce à la numérisation de la diplomatie sportive et des relations diplomatiques numériques. Les chaînes de sport, les extensions de chaînes de télévision d'État, la diffusion de compétitions sportives à la télévision et sur Internet, les stations de radio et l'activité des clubs sportifs privés et officiels sur les réseaux sociaux sont intégrées à la diplomatie sportive avec la diplomatie numérique, et la diplomatie sportive est menée par des moyens virtuels (Murray, 2018, p. 92).

2.2. La Diplomatie Sportive dans la Mondialisation

La question de la mondialisation concerne le transnationalisme, les frontières transfrontalières et leurs processus. Elle est liée à l'intensification des connexions mondiales.

Ce processus n'est pas un phénomène émergent, mais plutôt une évolution qui s'étend sur une longue période (Balzacq et al., 2020, p. 81). L'économie mondiale, les transferts technologiques et les activités sociales et culturelles impliquent une interaction diplomatique en arrière-plan. Avec ces interactions, les aspects technologiques, de communication, d'accès, de libre-échange et de nature internationale du processus augmentent. Alors que les caractéristiques de la mondialisation augmentent, l'un des éléments répandus est le *soft power* (Nye, 2004, p. 42). Des exemples du processus de mondialisation sur la scène internationale peuvent être trouvés dans le commerce international, le tourisme international, les festivals de musique, les événements sportifs internationaux, etc. Le flux de styles de divertissement, la commercialisation, les traditions, les cultures, et bien d'autres pratiques à travers totalement les territoires du monde font partie de la mondialisation, c'est-à-dire que la mondialisation est l'art des interactions économiques, sociales, technologiques et culturelles sur la scène internationale, et chaque individu expérimente ces processus d'interaction de manière différente.

Les processus d'interaction artistique provoquent une compression du temps et de l'espace, ce qui conduit les individus à percevoir différemment les dimensions spatiales et temporelles (Maguire, 2000, p. 356). L'accélération du temps, un sous-produit de la mondialisation, est motivée par l'évolution des technologies modernes qui ont accéléré la communication et les transports. Cela permet aux individus de voyager plus rapidement, d'obtenir des informations instantanément et de communiquer plus efficacement. La réduction de l'espace illustre à quel point la mondialisation rend le monde plus petit, les progrès technologiques accélérant ce processus. Dans le contexte de la réduction spatiale, les personnes, les images, les idées, l'argent et les objets peuvent circuler rapidement à travers le monde (Patrick Murphy, Ken Sheard and Ivan Waddington, 2000, p. 98). Cette compression du temps permet aux individus du monde entier de se réunir plus fréquemment dans l'art des interactions et favorise la formation d'une société mondiale (Balzacq et al., 2020, p. 81).

Les liens entre la mondialisation et le sport moderne signalent une historicité. La période la plus remarquable à considérer est le 20^e siècle, où la mondialisation a commencé à gagner en clarté et en rapidité. Des liens lors de périodes antérieures, il est crucial de se pencher sur le 20^e siècle son accélération dans le processus de mondialisation. Les caractéristiques historiques plus récentes de la mondialisation, telles que l'augmentation des organisations sportives internationales, le développement des formes de communication

mondiales, la montée des compétitions mondiales, l'évolution des récompenses de compétition et l'augmentation des normes internationales, illustrent l'accélération des liens entre la mondialisation et le sport moderne (Maguire, 2000, p. 357). La propagation du sport et de l'interaction au niveau international a été facilitée.

Les événements sportifs peuvent désormais être plus facilement organisés entre différents pays. L'industrie du sport a connu une croissance sur les marchés internationaux, devenant une force économique majeure grâce à des événements sportifs, des diffusions télévisées et des accords de parrainage, contribuant inévitablement à une intensification de l'interaction culturelle par le biais du sport. L'interaction culturelle accrue entre les cultures sportives de divers pays a favorisé l'émergence de nouvelles disciplines sportives et à la manifestation d'une diversité sportive mondiale. Notable de ce phénomène est la propagation rapide de la mondialisation, qui a injecté des capitaux dans les marchés émergents comme l'Amérique latine, l'Asie et le Moyen-Orient. Certains États ont connu une croissance économique importante, augmentant considérablement leur produit intérieur brut. Le Brésil, par exemple, a favorisé une activité accrue sur divers marchés. La croissance économique du pays a été reconnue positivement grâce à des facteurs tels que les exportations de matières premières, la mise en œuvre réussie de la démocratie, les efforts visant à lutter contre les inégalités et l'accueil d'événements majeurs tels que la Coupe du monde de football de 2014 et les Jeux olympiques de 2016 (Nobre, 2017, p. 66).

La transformation du sport se produit à la mesure mondiale à travers l'interaction des individus, les transferts de technologie, le contenu médiatique et la diffusion d'idéologies. Les plus marquants de cette transformation est le phénomène de migration sportive. Influencés par la mondialisation, les athlètes, les entraîneurs et les équipes techniques ont migré pour participer à divers événements. Ce mouvement a été particulièrement prononcé du Sud vers le Nord, motivé principalement par la pauvreté et les inégalités économiques entre les pays, ainsi que par la libération du colonialisme et les processus de mondialisation initiés depuis les années 1980 (Giess-Stueber & Blecking, 2008, p. 83). De plus, le transport de matériel sportif, d'équipements et de terrains de sport entre les pays est devenu une industrie importante. Ainsi, la commercialisation du sport se concentre aux récompenses et aux parrainages, mais elle se concentre également sur les stratégies de marketing américaines.

Dans cette optique, pour la diffusion mondiale du sport, il est nécessaire de créer un complexe de production et de marketing dans les médias et l'industrie sportive. Ce complexe permet la diffusion de la télévision, d'Internet et d'autres plates-formes médiatiques,

atteignant ainsi un public mondial. En tant que force dynamique, la mondialisation des liens entre les cultures et à favoriser la compréhension des relations internationales, avec une diversité croissante. Cette dynamique se reflète également dans l'évolution mondiale du sport, qui unit diverses cultures à travers un langage commun créé par les événements sportifs (Maguire, 2000, p. 358). Ceci, à son tour, établit une plate-forme pour la diplomatie culturelle, promouvant la compréhension et la coopération dans les relations internationales. Par conséquent, à l'heure de la diversité mondiale croissante, le sport devient un puissant instrument de diplomatie publique.

2.2.1. Évolution du Sport et du Processus d'Intégration Sociale en France

Lorsque nous pensons au sport, nous l'associons généralement à l'athlétisme, mais le terme sport ne se limite pas aux événements sportifs. Il couvre également de nombreuses activités telles que la pêche, les courses automobiles, l'exercice physique et des jeux comme les échecs et le poker (Blair, 2011, p. 3). Grâce à ces activités variées, les domaines de l'activité physique et de la compétition sont élargis pour les individus, renforçant les liens et promouvant un mode de vie sain et durable. Le suivi des performances statistiques lors des compétitions sportives est important pour l'évaluation et la mesure, influencés par les statistiques. Par exemple, marquer des buts dans un match de football peut augmenter la possibilité de victoire, remporter un match offre plus de prix et une plus grande participation, que ce soit pour une équipe ou un athlète individuel. Les équipes ou les athlètes individuels sont récompensés en termes de salaires et de primes en fonction de leurs succès. Ainsi, l'amélioration des performances économiques est l'un des facteurs de performance des sportifs.

L'industrie du sport constitue un secteur majeur lié aux activités et événements sportifs, englobant des domaines tels que les organisations sportives, les athlètes, les installations, les droits de diffusion, le parrainage et la publicité. En raison de cette diversité, elle forme un important groupe économique mondial et représente un secteur d'affaires de méga. Les prix des billets pour les événements sportifs peuvent être élevés en fonction de la demande et de la popularité des événements. Les athlètes professionnels gagnent des salaires élevés en raison de leurs talents et performances, et des contrats de plusieurs millions de dollars sont souvent conclus avec des athlètes de haut niveau, notamment dans les sports populaires (Blair, 2011, p. 5). De plus, les récompenses substantielles attribuées lors des tournois visent à motiver les athlètes et les équipes, ainsi qu'à stimuler la compétition. Ces tournois sont

diffusés à la télévision, en ligne et sur Internet, générant des revenus importants pour les organisations sportives, ce qui rend l'acquisition de ces droits cruciale. Une part significative du budget est consacrée à la promotion et au marketing des événements sportifs. En outre, de vastes installations sportives modernes sont essentielles pour les organisations sportives et les équipes (Downward et al., 2009, p. 201). La construction de ces installations engendre des coûts considérables, avec des milliards de dollars dépensés pour construire des stades et des installations sportives pour de nombreuses équipes (Blair, 2011, p. 5).

L'essor des marques de consommation représente un changement majeur observé dans divers aspects de la société, en grande partie dû à la croissance économique. Ce phénomène a permis aux consommateurs d'accéder à une gamme plus étendue de marques, tout en influençant la commercialisation. La diplomatie sportive et publique, cet essor souligne que les marques servent non seulement à distinguer les produits, mais aussi à générer de la valeur et à créer des liens entre les sociétés. Les événements sportifs jouent un rôle essentiel dans la promotion mondiale de ces marques et dans la création d'une plateforme de compréhension et de collaboration internationale (Beck-Burridge & Walton, 2001, p. 7).

Ainsi, la collaboration entre le sport et les marques contribue à la diplomatie à la mesure mondiale, renforçant l'interaction entre les sociétés. Certaines entreprises cherchant à s'adapter aux dynamiques du marché ont adopté des stratégies similaires, en mettant la priorité, spécifiquement, sur le progression de leurs activités par le biais de portefeuilles de marques, en se concentrant sur différentes disciplines sportives et événements pour atteindre un large public (Beck-Burridge & Walton, 2001, p. 7). Cela comprend l'utilisation de stratégies de différenciation et d'expansion stratégiques par les marques, ce qui peut avoir un impact similaire dans l'industrie du sport. Les marques, en atteignant un large public grâce aux événements sportifs, cherchent à accroître la valeur perçue de leurs produits, en particulier certaines entreprises peuvent augmenter leur valeur en acquérant des marques sportives et en façonnant leurs portefeuilles pour atteindre différents segments de consommateurs. Par exemple, une marque de tenue de sport peut se positionner dans diverses disciplines sportives telles que le basketball, les courses de voitures, le football, le golf, le surf, en suivant des marques axées sur des domaines sportifs différents. Cette stratégie de suivi de marque se distingue comme une stratégie visant à obtenir un avantage concurrentiel entre les marques de l'industrie sportive et à gagner une reconnaissance mondiale.

Beaucoup de chaînes de télévision commerciales ont diffusé divers thèmes sportifs comme le football, le tennis, le basket-ball, les sports automobiles et le cricket à travers le

monde, élargissant ainsi la scène sportive à un large public pendant que de la seconde demi du 20e siècle. Ces diffusions télévisuelles ont accru des sociétés pour les événements sportifs, et de nombreuses équipes et athlètes ont obtenu un soutien significatif grâce à des accords de parrainage d'entreprise à cette époque. Cependant, les défis liés à ces accords de parrainage ont également émergé. Selon certains critiques, de tels parrainages peuvent éloigner le sport de son essence et entraîner une perte du véritable esprit amateur (Beck-Burridge & Walton, 2001, p. 11). La commercialisation n'a pas seulement affecté les diffusions télévisuelles, mais elle eu un impact sur les installations sportives et leur gestion, entraînant des changements radicaux dans la structure financière et organisationnelle du sport. Dans ce processus, les organisations sportives ont adopté de nouvelles stratégies pour faire face aux sponsors fournissant un pouvoir économique. La diversification des événements sportifs à travers la télévision et Internet, les transformant en un spectacle visuel, nécessite une structure, un contrôle et une gestion efficaces. Cela symbolise l'évolution des organisations sportives en combinant le sport et les interactions visuelles.

Lorsque l'on aborde l'aspect économique du sport, il n'est pas approprié la question des paris. Le sport et les paris sont de plus en plus étroitement intégrés pour cause de l'effet de la globalisation et de la commercialisation (Anderson et al., 2011, p. 15). Des règles ont été établies pour prévenir les litiges de paiement à des fins de paris dans des sports en ce compris le golf et le cricket (Anderson et al., 2011, p. 14). Alors que les sociétés de paris deviennent dominantes lors de grands événements sportifs tels que la Premier League anglaise, on trouve également le logo d'une société de paris parmi les sponsors du géant du football, le Real Madrid (Anderson et al., 2011, p. 15). Cette intégration ajoute une dimension financière à l'excitation du jeu en offrant des avantages mutuels entre le sport et les paris. Ces développements renforcent la notoriété mondiale des organisations sportives et offrent des opportunités de développer des relations sur le plateau transnational. Sur le schéma économique, l'industrie des paris contribue de manière significative aux organisations sportives, tandis que les événements sportifs contribuent à la croissance économique en offrant aux sociétés de paris un large public et une base de clients potentiels. Ces considérations s'appliquent aux sociétés de paris légales ; cependant, la manipulation du sport non seulement porte atteinte aux valeurs et idéaux représentés par le sport, mais peut également être considérée comme un crime culturel. Cette situation peut conduire à la fraude financière par la tromperie des marchés des paris (Anderson et al., 2011, p. 16). La lutte contre la manipulation du sport joue une tâche fondamentale dans la diplomatie sportive

internationale. Les organisations sportives doivent concevoir des stratégies pour prévenir ces crimes. Les événements sportifs internationaux favorisent les rencontres culturelles et mettent en avant les valeurs éthiques du sport grâce à la diplomatie sportive. Cependant, il est impératif d'adopter des politiques de tolérance zéro envers les techniques de manipulation qui contredisent les valeurs éthiques du sport. Ceci permet de sauvegarder le pouvoir mondial unificateur du sport et de souligner l'importance de l'éthique et de la compétition équitable.

2.2.2. La Place des Réseaux Sociaux et des Médias dans la Diplomatie Sportive

Les événements sportifs, considérés du point de vue de la gestion du sport amateur, sont aujourd'hui des événements extrêmement professionnels. Cependant, 20^e siècle, de grands événements sportifs se sont développés de manière quelque peu irrégulière en se basant sur l'amateurisme. Le processus d'industrialisation a eu un impact social majeur sur le progrès du sport. Le sport a interprété un tâche clé dans le développement des journaux en fournissant une circulation accrue et un soutien publicitaire (Robert V.Bellamy, Jr, 2006, p. 68). La corporation de grands événements sportifs et la tenue d'événements professionnels avec un contenu médiatique définissent l'évolution du sport dans ce contexte. Le développement du sport a été façonné parallèlement aux changements sociaux apportés par le processus d'industrialisation. Les journaux, en attirant l'attention avec des contenus et des événements sportifs passionnants, ont augmenté leurs tirages et ont assuré un soutien publicitaire (Wayne Wanta, 2006, p. 112). Alors que le sport attire les téléspectateurs en offrant un contenu et des événements intéressants, les plates-formes de communication de masse dont la télévision, les journaux et la radio facilitent la couverture et la promotion du sport. Cette relation mutuelle a contribué à la croissance du sport et des médias. Autrement dit, le sport a gagné en importance dans la consolidation de l'industrie et dans le fait que les médias soient devenus une source d'information. La relation symbiotique établie entre les grands événements sportifs et les médias de masse a fait du sport spectateur une partie intégrante de la culture populaire nationale et internationale (Robert V.Bellamy, Jr, 2006, p. 68). Cependant, la montée des médias électroniques a créé une révolution dans l'expérience et la consommation du sport. Avec la montée des réseaux sociaux, l'interaction entre le sport et les spectateurs a encore augmenté, facilitant l'accès, le partage et la discussion de l'expérience sportive pour les spectateurs. L'aspect interactif du monde numérique a transformé le sport en une expérience vécue plutôt qu'observée.

Le sport, en particulier à travers la télévision, est l'un des contenus et programmes importants des médias. L'évaluation des caractéristiques du sport par les médias revêt une grande importance. Le contenu et la programmation des médias doivent refléter correctement les aspects de la visualisation et de la participation. En reflétant correctement les événements sportifs importants et répandus, ils doivent offrir une expérience réelle et complète aux téléspectateurs. Cependant, les changements constants et les défis de l'industrie des médias doivent par ailleurs être pris en balance. Les changements pour l'industrie des médias peuvent avoir des impacts importants sur l'évaluation du sport. Ces changements reflètent une situation où les utilisateurs ont un contrôle accru et développent une structure industrielle numérique plus nouvelle et plus puissante (Robert V. Bellamy, Jr, 2006, p. 69). Les efforts visant à adapter les valeurs du sport aux changements et aux changements dans le contenu médiatique sont un élément important de la diplomatie sportive. Le sport contribue à réunir les individus à l'échelle nationale et internationale par le biais des médias de masse, tandis que l'utilisation et la représentation correctes du sport dans les médias renforcent la diplomatie sportive en augmentant la compréhension culturelle et en renforçant les relations internationales de manière positive.

Les ressources disponibles pour une organisation détermineront les caractéristiques et de la conception de son site Web. Pour surmonter les défis liés et à la création de contenu original, de nombreuses stations collaborent avec des médiatiques pour créer des sites Web unifiés. Certaines entreprises proposent également des services professionnels de site Web pour améliorer l'apparence et le fonctionnement des petits sites (Robert V. Bellamy, Jr, 2006, p. 92). Dans ce contexte, la diplomatie publique englobe les processus de communication et d'interaction des organisations médiatiques avec les communautés nationales et internationales par le biais de leurs sites Web. Les sites Web contribuent à la diplomatie sportive en reflétant la culture, les valeurs et les politiques d'un pays à travers leur contenu, leurs images et leurs interactions avec les utilisateurs.

Les organisations médiatiques utilisent les sites Web pour fusionner les informations et les ventes, et les actualités de dernière minute sont l'un des types d'informations les plus graves. Les sites Internet sportifs attirent beaucoup de trafic en fournissant des statistiques, des réactions, des visuels ainsi que des scores de jeux mis à jour (Bradley Schultz & Edward Arke, 2016, p. 93). Le potentiel de communication rapide et complet d'Internet contribue à la diplomatie sportive en permettant une fourniture rapide sur les événements sportifs et les succès d'un pays. En ce qui concerne, ces sites Web sont utilisés pour promouvoir les

événements sportifs du pays, mettre en avant les réussites nationales et renforcer l'image du pays par le biais du sport. Cependant, les inconvénients d'Internet tels que l'accès limité et les besoins de mise à jour exigent une gestion et une gouvernance prudentes pour fournir des informations précises et à jour (Sandre, 2015, p. xxvi).

Les fournisseurs de contenu sportif, qu'ils soient imprimés, diffusés ou en ligne, doivent spécifier leur public et répondre à ses demandes, car des recherches montrent des différences significatives entre les utilisateurs d'Internet et les autres consommateurs de médias. Les utilisateurs d'Internet sont généralement plus jeunes et peuvent présenter des fossés numériques avec des personnes plus âgées. Ainsi, il est crucial d'adapter la présentation du contenu au public cible. Le contenu sportif en ligne devrait adopter une structure non linéaire, permettant aux utilisateurs d'accéder à différentes histoires et aux informations supplémentaires telles que des images, des interviews et des analyses d'experts (Robert V. Bellamy, Jr, 2006, p. 96). De plus, il devrait intégrer des éléments vidéo et audio pour fusionner les caractéristiques des nouvelles imprimées et diffusées. L'internet, la presse écrite et les actualités diffusées fusionnent, permettant un texte similaire à une histoire de journal mais pouvant être soutenu par des images et des sons. Cependant, la version Internet d'une nouvelle doit être plus simple et concise, avec des informations présentées de manière claire et prioritaire. Les utilisateurs d'Internet apprécient et mémorisent des informations importantes, c'est pourquoi les sites Web devraient mettre en avant les titres et les résumés d'actualités aux utilisateurs d'accéder rapidement et de comprendre les histoires sans avoir à passer sur un site. Le contexte de la diplomatie sportive, cette stratégie de contenu vise à atteindre des téléspectateurs de différents groupes démographiques et cultures, mettant en avant le pouvoir unificateur du sport.

Le lien parmi la globalisation, les médias et le sport d'un débat avec des perspectives divergentes, si la mondialisation est un nouveau phénomène transcendant les structures nationales traditionnelles ou une continuation de la propagation culturelle. Cependant, la mondialisation du sport est largement perçue par de nombreux analystes comme étant étroitement liée à l'américanisation, et elle sert de moyen unificateur pour différentes cultures et nations dans la diplomatie sportive. En réalité, ce processus n'a jamais été unilatéral. Cette diffusion implique également un échange culturel et remet en question la domination américaine. Par exemple, l'Europe et le Japon, le football américain conteste la suprématie. La situation considérée comme l'hégémonie américaine n'est pas simplement l'américanisation, mais plutôt un phénomène de mondialisation (Garry Whannel, 2000, p.

301). Autrement dit, la diffusion du football américain est un processus mondial. La mondialisation met la focalisation sur la tâche des médias et du capital. La production et la consommation mondiales de sport en ce compris le football américain, le hockey sur glacier et le basketball augmentent de plus en plus.

2.3. Diplomatie Numérique et Diplomatie Sportive

Le sport s'est étroitement intégré à la diplomatie publique et à la gestion sous l'influence de la numérisation. Les nouveaux outils offerts par le bouleversement sont devenus des moyens de communication puissants pour les organisations sportives et les athlètes. En particulier, les médias sociaux, l'analyse de grandes données et d'autres technologies de communication ont permis au sport de jouer un rôle plus efficace dans la diplomatie publique et la gestion (Viona Rashica, 2019, p. 25). Les organisations sportives ont la possibilité d'interagir avec les fans et d'établir une communication ouverte en utilisant activement leurs sites Web, comptes Instagram, comptes Twitter et autres plateformes numériques. Cela offre la possibilité de s'éloigner des cadres bureaucratiques traditionnels et de créer une structure plus ouverte et transparente (Viona Rashica, 2019, p. 25). Les athlètes peuvent atteindre directement leurs fans par le biais des médias sociaux et renforcer leur propre marque. Cette tendance à la numérisation offre un terrain propice à l'adoption des concepts de *soft power*, diplomatie culturelle et le *nation branding* par le sport. Alors que le sport devient une langue entre les pays sur la scène internationale, les plates-formes numériques permettent une transmission plus efficace de cette langue à un public plus large.

La numérisation du sport est devenue un outil important également pour l'administration publique. Les plates-formes numériques offrent aux organisations sportives et aux gouvernements la possibilité de communiquer leurs politiques, d'informer les participants et d'interagir avec la société. Les événements sportifs, grâce aux plateformes numériques, rendent les processus de gestion et de communication plus efficaces tout en offrant l'opportunité de produire une relation rectiligne avec les supporters. La numérisation du sport ouvre des portes à une administration publique plus transparente, interactive et mondiale. Les réseaux sociaux et d'autres instruments numériques sont devenus des instruments puissants pour transmettre efficacement la puissance du sport à un large public et renforcer les sociétés. Si l'on considère les Jeux olympiques d'été de 2020 comme exemple, cette organisation est un exemple clair des effets de la numérisation et des médias

sociaux sur les organisations sportives (Tzanelli, 2022, p. 136). Les Jeux de Tokyo se sont démarqués en raison des restrictions dues à la pandémie de COVID-19.

Cependant, les plateformes numériques ont permis à l'organisation d'atteindre un public mondial. Les Jeux ont touché des peuples dans le globe entier grâce à leur site web officiel, leurs comptes et les filières numériques. Les sportifs ont tiré parti des avantages de la numérisation en partageant leurs performances lors des jeux sur leurs propres comptes de médias sociaux et en interagissant avec leurs supporters. Parallèlement, les comptes officiels de l'organisation ont créé une audience mondiale en partageant en temps réel les événements survenus pendant et en dehors des compétitions. Cette numérisation a permis aux Jeux de devenir un événement local, un phénomène sportif et culturel mondial. L'interaction entre les supporters, les sportifs et les parties prenantes s'est accélérée grâce aux plateformes numériques, ce qui a fait de cette organisation un exemple illustrant la puissance du sport, celle de la numérisation.

Le transnationalisme a éliminé les frontières, la transmission de l'information, ce qui a conduit à l'évolution de la diplomatie numérique. Les praticiens de la diplomatie publique, en prenant part à l'avant-scène de la diplomatie numérique pour développer la diplomatie culturelle et soutenir la création d'une image nationale, ont déplacé la diplomatie traditionnelle des coulisses vers le devant de la scène (Collins & Bekenova, 2019). Alors que la diplomatie traditionnelle avait lieu où les ministères et les diplomates étaient efficaces, la diplomatie numérique se déroule sur scène, sur des réseaux sociaux, de manière interactive et en ligne. Cela de praticiens de la diplomatie publique augmente et que cette augmentation souligne la nécessité d'une diplomatie publique transparente et ouverte. La révolution numérique et la perspective néolibérale nous aident à comprendre les différences entre la propagande et la diplomatie publique. Les pratiques efficaces de la diplomatie publique adoptent l'importance des communautés et des individus, soutenant le désir des gens de faire partie de la diplomatie (Collins & Bekenova, 2019). Lorsque l'on considère le sport et l'administration publique, on peut aborder ces changements avec un exemple concret. Par exemple, une organisation sportive ou une équipe peut contribuer à la diplomatie culturelle en interagissant avec un public international via les plateformes numériques. Cela représente une approche qui dépasse les limites de la diplomatie traditionnelle, montrant que la diplomatie aux relations entre États, les individus et les institutions du monde entier veulent faire partie de ce processus et l'influence.

2.3.1. L'Impact des Outils de Diplomatie Numérique sur la Diplomatie Sportive

L'évolution du style diplomatique, passant des coulisses à l'avant-scène, a rendu la nouvelle diplomatie publique plus adaptée aux conditions de la vie quotidienne. Ce changement a entraîné davantage d'interaction et de participation sur les plateformes en ligne grâce à l'influence des technologies de communication (Pamment, 2018, p. 36). En particulier, dans le contexte de la diplomatie sportive, nous pouvons envisager comment ces changements opèrent. Désormais, les organisations sportives et les unités de gestion publique peuvent interagir mondialement en préférant le contexte numérique aux méthodes diplomatiques traditionnelles, en utilisant des outils technologiques tels que des liens Web en ligne, des diffusions en direct, des salons de discussion vocaux, des réunions en ligne et des notifications de sites Web diplomatiques. Par exemple, une organisation sportive peut promouvoir l'échange culturel en interagissant avec les fans via des plateformes de médias sociaux ou en organisant un tournoi international rassemblant des athlètes de différents pays. Cette approche de la diplomatie numérique transfère les pratiques de diplomatie publique vers des plateformes en ligne, permettant également l'émergence de différentes représentations d'identité et de formes de communication numérique (Pamment, 2018, p. 38). Cela encourage la participation de la société à diverses interactions numériques étant donné que fraction entier du procédé en termes d'existence et de savoir.

Une organisation sportive peut promouvoir l'échange culturel en organisant un événement international et encourager l'échange culturel par le biais des athlètes. Parallèlement, en établissant des liens entre les supporters grâce aux interactions sur les programmes de réseau sociaux, elle peut créer un langage universel transcendant les frontières du sport. De diplomatie numérique renforçant la communication mondiale par le sport, dépassant ainsi les limites de la diplomatie traditionnelle. Par exemple, les athlètes peuvent communiquer directement avec leurs supporters du monde entier grâce aux programmes de réseaux sociaux comme Twitter, Instagram, ou d'autres. En partageant des contenus sur leurs entraînements, leurs préparatifs avant les matchs ou leur vie personnelle, ils peuvent établir un lien direct avec les supporters, offrant une communication instantanée au-delà des médias traditionnels. De la même manière, les organisations sportives peuvent renforcer les relations internationales en utilisant efficacement les plateformes en ligne. Par exemple, un club de football peut interagir avec ses supporters du monde entier en organisant des diffusions en direct sur Facebook ou YouTube, montrant ainsi que la diplomatie n'exige plus nécessairement une interaction physique (Kristin Anabel E Ggeling & Rebecca A Dler-

Nissen, 2021, p. 12). De plus, divers outils de communication numérique permettent aux sponsors, de communiquer rapidement. Ainsi, le sport, en créant un langage transcendant les cultures et en éliminant les barrières, devient un moyen de rapprochement entre les acteurs distants.

La transformation de la diplomatie publique en un processus transparent et en ligne apporte avec elle certains défis lors du processus de numérisation. Cependant, malgré ces inégalités numériques, de nouvelles formes d'application du renseignement et de la communication ont profondément pénétré la vie quotidienne. Des formes d'utilisation différents sont possibles pour chaque individu ayant accès à Internet (Manor, 2019, p. 36). Il est possible de commander un robot de nettoyage à distance, de travailler à distance grâce à des méthodes d'emploi en ligne, ou d'accéder instantanément aux nouvelles, à la météo et à informations. Le contexte de la diplomatie sportive, diverses applications numériques peuvent être associées au sport. Par exemple, les organisations sportives peuvent interagir avec leurs supporters du monde entier via les programmes de réseau sociaux. Un club de football peut partager des contenus sur Instagram ou Twitter, offrant aux supporters un aperçu de la vie quotidienne de l'équipe et menant ainsi une diplomatie publique sur les médias sociaux.

Les programmes de répartition de vidéos comme YouTube offrent la possibilité de partager du contenu lié au sport. Les athlètes, les entraîneurs ou les analystes sportifs peuvent contribuer à faire du sport un langage mondial en partageant du contenu tel que l'entraînement, l'analyse tactique et les résumés de matchs. Les organisations sportives peuvent également promouvoir des projets de durabilité, annoncer des campagnes de responsabilité sociale et soutenir les interactions culturelles à l'aide des médias numériques (Manor, 2019, p. 37). Le sport est un outil de diplomatie interactive sur le terrain, mais aussi dans le monde numérique. La diplomatie sportive peut renforcer les relations internationales via en ligne et servir de pont entre différentes cultures en exploitant les opportunités offertes par la numérisation.

La numérisation jouant un rôle fondamental dans les relations publiques, les praticiens de la diplomatie sportive doivent également s'adapter à ce changement. À partir de l'année 2011, les praticiens de la diplomatie sportive américaine ont commencé à apprendre les formes de communication numérique. Ce processus d'adaptation s'est déroulé en deux étapes distinctes, conformément à la perspective néolibérale. La première étape, couvrant la période de 2007 à 2014, représente une période de numérisation plus fermée (Koch, 2022, p. 124).

Les frontières de la diplomatie étaient plus clairement définies, la numérisation n'était pas encore complètement déployée. La deuxième étape couvre la période de 2014 à aujourd'hui et a évolué vers une forme de numérisation plus personnelle et en ligne (Koch, 2022, p. 125). Lors de cette transition vers la deuxième étape, la forme numérique de la nouvelle diplomatie s'est concentrée sur des paradigmes tels que le big data et l'entreposage et le traitement de ces données. Dans le délai de ce temps, la mission de rétroaction des plateformes en ligne a eu un impact significatif. Les mécanismes de rétroaction dans la diplomatie publique ont toujours été importants à chaque étape, mais au cours de la deuxième étape, grâce aux plateformes en ligne et au contexte technologique, un contenu plus riche a été rendu possible (Dufrasne, 2022, p. 93).

La diplomatie sportive et réfléchissons à ces changements. Dans la première étape, alors que les organisations sportives opéraient dans un environnement numérique plus clos, dans la deuxième étape, elles se sont tournées vers une communication plus interactive avec les supporters via des plateformes en ligne. Les diffusions en direct et d'autres outils numériques ont permis aux athlètes et aux organisations sportives de créer des liens avec les supporters. Des contextes et des plateformes numériques supplémentaires ont été développés pour la communication entre les acteurs de la diplomatie sportive, et la citoyenneté est devenue plus fonctionnelle dans le contexte technologique. L'interaction entre les sportifs, les supporters et les organisations, grâce à la numérisation, est devenue plus riche et participative. Cette situation démontre que le sport agit comme un pont culturel sur le terrain dans le monde numérique.

Le recours à la transmédiation de la rétroaction peut apporter une contribution significative à la diplomatie sportive sur la communication et de la participation. En particulier, les événements sportifs peuvent offrir des expériences interactives renforcées par des applications transmédias (Pamment, 2016, p. 11). Par exemple, de grands événements sportifs peuvent utiliser des approches transmédias via des programmes de réseau sociaux et d'autres filières numériques. Ces événements ne se limitent pas seulement aux diffusions télévisuelles, mais comprennent également des médias numériques, des applications mobiles, des interactions sur les médias sociaux, des jeux et des contenus interactifs. Un événement sportif, loin de se limiter aux spectateurs dans le stade, peut atteindre un public plus large à l'échelle mondiale grâce à des campagnes transmédias ciblées vers les fans. Par exemple, un tournoi de football peut offrir une expérience enrichie avec des diffusions en direct, des jeux, des statistiques interactives et d'autres contenus numériques non seulement

à travers des émissions télévisuelles, mais aussi via les médias sociaux. Les fans peuvent accéder instantanément aux actualités des matchs, interagir et obtenir un accès à des contenus exclusifs via des applications mobiles. Cette utilisation de la transmédiatation transforme les événements sportifs en une communauté active et interactive plutôt qu'une simple expérience de visionnage. Les organisations sportives peuvent comprendre les préférences et les tendances des fans en utilisant le big data et les méthodes de stockage, leur permettant ainsi de personnaliser les contenus transmédiatés et de créer un mécanisme de rétroaction plus efficace (Pamment, 2016, p. 11). Ainsi, la diplomatie sportive, grâce à l'utilisation de la transmédiatation, peut rassembler les fans autour d'une expérience interactive et polyvalente, contribuant ainsi à faire du sport un langage unificateur à l'échelle mondiale.

Chacune des expériences mentionnées peut contribuer à la diplomatie publique en soutenant la formation de réseaux collectifs avec les concepts de *soft power* (puissance douce), de communication proactive et de biopolitique. Dans ce contexte, les acteurs et les domaines d'application de la diplomatie publique sont très vastes, et ces expériences peuvent mettre en lumière les produits de l'intelligence collective. La présence du marketing et des techniques d'état émotionnel est également importante dans ce processus. L'objectif principal n'est pas de représenter le pouvoir, mais plutôt d'introduire un nouveau modèle de pouvoir avec transparence et collaboration (Pamment, 2016, p. 13). Dans une diplomatie publique qui ne possède pas ces caractéristiques, la qualité portée par le mécanisme visuel et auditif est plus linéaire.

Dans ce contexte, le premier processus d'utilisation du mécanisme visuel et auditif, qui est la télévision, a une nature linéaire et unilatérale. Les chaînes de télévision adoptent des flux de diffusion avec des limites spécifiques et des contraintes temporelles (Thoër et al., 2022, p. 317). Lorsqu'il est associé au sport, ce mécanisme linéaire peut être illustré comme suit : regarder un match de football à la télévision signifie suivre le jeu depuis un seul en fonction d'un flux de programme spécifique. Cela offre aux téléspectateurs une perspective limitée et limite l'interaction à la simple action de regarder. Cependant, la numérisation du sport et sa diffusion sur de multiples plateformes ont permis de rompre avec cette structure linéaire et de proposer une expérience plus participative. Les événements sportifs et les contenus interactifs, offrent aux spectateurs une expérience polyvalente et collective, dépassant ainsi les émissions de télévision traditionnelles. Cela renforce le potentiel du sport à être un langage unificateur à l'échelle mondiale.

De nos jours, la nature du mécanisme audiovisuel adopte un fonctionnement complètement différent et n'est plus linéaire. Internet, grâce à l'influence des réseaux sociaux, a largement affecté les formes de production, distribution et stockage des médias. Le processus de numérisation permet au mécanisme audiovisuel d'évoluer vers une perspective non linéaire entièrement nouvelle. Ce processus a tendance à faciliter les choses et l'aspect interactif du mécanisme audiovisuel. L'aspect interactif représente la liberté ; il soutient la possibilité pour la télévision d'être en ligne. La caractéristique interactive offre à l'audience de choix en termes de type et de qualité de contenu. L'enrichissement du mécanisme audiovisuel via Internet indique un processus qui évolue d'une structure centralisée vers une structure décentralisée. Diverses plateformes de télévision continuent leur diffusion en acquérant une nature transnationale via les réseaux sociaux (Thoër et al., 2022, p. 318).

Il faut préciser que le rôle des réseaux sociaux est critique dans cette évolution, car ils influencent les étapes de distribution et de publicité. Par exemple, le contenu produit sur des applications telles que Facebook, TikTok, Twitter, Instagram, YouTube contribue directement au mécanisme audiovisuel non linéaire. Sur les réseaux sociaux, le partage de courts extraits de séries diffusées sur des chaînes nationales agit comme une stratégie promotionnelle efficace et peut susciter de l'intérêt. En même temps, les plateformes de télévision interactives (Netflix, Disney Plus, Blu TV, etc.) influencent divers contenus pour les événements sportifs et offrent aux téléspectateurs un large choix de contenus (Thoër et al., 2022, p. 318). Concernant les événements sportifs, l'expérience de regarder un match de football n'est plus seulement liée à l'écran de télévision. Les programmes de réseau sociaux, les services de diffusion numérique et les propres plateformes numériques des organisations sportives offrent aux spectateurs une expérience sportive interactive et polyvalente. Les fans peuvent interagir via les médias sociaux, accéder à du contenu exclusif et même participer à des événements via des diffusions en direct sur certaines plateformes. Ainsi, les événements sportifs peuvent atteindre un public plus large et augmenter l'interaction avec les téléspectateurs en profitant des avantages du mécanisme audiovisuel non linéaire.

2.3.2. Contributions de la Diplomatie Sportive aux Stratégies de Diplomatie Numérique

L'Internet a radicalement transformé la recherche en histoire du sport en poussant les historiens à poser de nouvelles questions et à orienter vers une palette méthodologique plus étendue. Cette transformation a entraîné un déplacement significatif dans les intérêts

culturels et historiques en histoire du sport, en mettant l'emphasis sur la connexion entre les pratiques d'archives traditionnelles et Internet. Ce changement englobe différentes formes de présentation historique offertes par Internet, y compris diverses sources telles que films, monuments et musées (Camara, 2022, p. 2). Cette évolution dans l'histoire du sport se concentre non seulement sur la nature et la préservation des vestiges du passé, mais aussi sur une plateforme où des interprétations multiples, des significations controversées et des histoires variées sont construites à travers Internet.

Au lieu de la conception traditionnelle de « connaissance historique », une compréhension plus complexe de l'histoire émerge, acceptant diverses interprétations et significations controversées (Osmond & Phillips, 2015, p. 241). Cette évolution dans l'histoire du sport a également des implications sur les stratégies de diplomatie numérique et de diplomatie sportive. Internet permet d'accroître les contributions de la diplomatie sportive à la diplomatie numérique, offrant ainsi la possibilité d'utiliser le sport de manière plus efficace. Il ne remplace pas complètement les pratiques traditionnelles, contribue de la diplomatie sportive et à l'adoption de stratégies de communication plus efficaces.

L'Internet offre aux historiens une vaste opportunité de trouver des sources et des preuves, jouant ainsi une tâche dans la compréhension, l'interprétation et la reconstruction du passé. Cet outil numérique offre de nouvelles perspectives aux historiens pour conceptualiser, rassembler, interpréter, interroger et présenter le passé. Cependant, avec ces avantages, certaines préoccupations liées à l'utilisation d'Internet dans la pratique historique émergent également. Internet devrait recevoir plus d'attention et d'acceptation pour contextualiser la pratique historique et assurer une utilisation saine. Cela concerne l'adoption et l'utilisation d'Internet par les historiens, tout en jetant également de la lumière sur les débats dans d'autres domaines. Internet peut être un outil important pour comprendre le passé et explorer ses impacts, mais pour exploiter pleinement ce potentiel, il doit être intégré soigneusement (Osmond & Phillips, 2015, p. 218). Les stratégies de diplomatie sportive peuvent apporter d'importantes contributions à la diplomatie numérique en utilisant ces outils numériques.

A ce point, Internet fournit une plateforme pour renforcer l'efficacité de la diplomatie sportive, établir une communication plus efficace et renforcer l'impact mondial du sport. Les stratégies de diplomatie numérique et de diplomatie sportive peuvent obtenir des résultats réussis en exploitant au mieux le potentiel offert par Internet. Maintenant, prenons l'exemple des Finales NBA de 2016 en diversifiant dans le domaine numérique : Les Finales NBA de

2016 étaient un événement sportif numérique mémorable mettant en avant l'interaction et la participation. En particulier, la victoire des Cleveland Cavaliers dirigés par LeBron James après avoir été menés 3-1 contre les Golden State Warriors est devenue un sujet de conversation majeur sur les médias sociaux (Basketball Reference, 2016). En particulier Twitter, ont permis aux fans de partager instantanément leurs sentiments, étonnements et enthousiasmes pendant et après le match. Les hashtags, emojis spéciaux et les messages partagés ont créé un lien entre les fans, faisant de cet événement une expérience communautaire au-delà d'une simple compétition sportive sur les plateformes numériques. D'autre part, la diffusion rapide de vidéos et de résumés de cet événement majeur sur les plateformes numériques a permis aux amateurs de basketball du monde entier de revivre ce moment historique. YouTube, Instagram et d'autres plates-formes de partage de vidéos ont renforcé l'expérience sportive numérisée en offrant la possibilité de revoir et de partager instantanément des moments cruciaux.

Les modèles commerciaux numériques dans l'industrie sportive ne remplacent pas seulement les modèles traditionnels, mais sont également des versions étendues qui mènent une certaine révolution numérique des compagnies sportives et bénéficient des méthodes de traitement des données. Ces modèles d'affaires numériques montrent le potentiel de créer des actifs numériques puissants pour les organisations sportives, pour les athlètes cherchant à construire leurs propres marques personnelles, en utilisant diverses stratégies numériques, de la commercialisation influente sur les programmes de réseau sociaux aux entretiens avec les joueurs sur des plateformes axées sur les jeux comme Twitch. De plus, l'influence croissante de l'eSport pénètre de plus en plus dans le monde du sport traditionnel. Par exemple, la série d'eSport de la Formule 1 vise non seulement à augmenter la jeune base de fans, mais aussi à étendre la marque dans le monde virtuel, à rechercher de nouveaux parrainages et à explorer de nouvelles sources de revenus (PLC, 2022).

La transformation numérique des organisations sportives peut se concentrer sur l'administration des clubs sportifs, en mettant la priorité sur l'analyse des données affectant les performances des athlètes et en enrichissant l'expérience des fans. Par exemple, des plateformes encourageant les fans des jetons de fans de club en utilisant de la *blockchain*, comme Socios.com, sont des exemples de création de valeur dans le monde virtuel. Ces développements, qui montrent que la transformation numérique n'est pas une simple tendance dans l'industrie du sport mais plutôt un défi et une opportunité importants pour les organisations sportives, mettent également en lumière le potentiel des stratégies de

diplomatie sportive à contribuer de manière efficace à la diplomatie numérique (Tomanek et al., 2012, p. 146).

Ces stratégies peuvent accroître l'interaction à l'échelle mondiale en utilisant les opportunités offertes par la numérisation, établir des liens solides dans les relations internationales et renforcer davantage l'impact mondial du sport. Un exemple similaire pourrait être pris avec les activités d'eSport de Manchester City. Manchester City a investi dans le domaine de l'eSport pour renforcer la présence numérique du club au-delà du succès de l'équipe de football, sa marque numérique et explorer de parrainage. Manchester City a recruté des joueurs talentueux dans des jeux vidéo populaires tels que FIFA et *e-Football Pro Evolution Soccer* (PES), formant ainsi une équipe d'eSport officielle (Manchester City FC, 2024). Cette équipe représente virtuellement les couleurs de Manchester City en compétition. Cette initiative a non seulement augmenté la jeune base de fans de Manchester City, mais a également permis au club d'étendre sa marque numérique et d'ouvrir la porte à de nouvelles opportunités de parrainage. L'équipe d'eSport a fait connaître le nom du club à la mesure mondiale en participant à des tournois organisés dans le globe plein. L'équipe d'eSport de Manchester City a renforcé la présence numérique du club en atteignant un large public grâce aux plateformes de médias numériques et aux services de diffusion de jeux. En même temps, les événements d'eSport ont contribué à la diversification des revenus du club, renforçant ainsi sa viabilité économique.

Les préoccupations concernant la perte potentielle d'audience des réseaux de télévision traditionnels augmentent davantage avec la montée des formats de médias numériques, en particulier avec l'apparition. Ces inquiétudes ont été exacerbées par des droits de diffusion en direct par des entreprises de médias numériques spécialisées. Google, en utilisant sa puissance financière, a exprimé son intention sur les droits de diffusion en direct et a engagé de nombreuses négociations. La puissance potentielle de Google des médias sportifs, avec un taux du marché annuel dépassant 13 milliards de dollars, est notable. De plus, ses bénéfices trimestriels dépassant 1 milliard de dollars, sa capacité à fournir un portail dédié à plus de 450 000 serveurs fonctionnant dans plus de 25 emplacements et dans 159 pays attirent l'attention. Google a suivi une stratégie réussie en utilisant la plateforme YouTube qu'il a acquise en 2006 pour les droits en ligne du tournoi de cricket Indian Premier League (IPL) en 2010. La diffusion de l'IPL sur YouTube a connu un grand succès, atteignant environ 50 millions de téléspectateurs pour 60 matchs en direct (Brett Hutchins & David Rowe, 2012, p. 29). La puissance financière de Google et ses plates-formes numériques

augmentent le potentiel d'accès à un public mondial plus large et d'interaction pour les organisations sportives. La plateforme de télévision numérique de Google, Google TV, a contribué à activer la numérisation du secteur sportif en défiant la diffusion sportive traditionnelle. Ces stratégies numériques offrent d'importantes opportunités aux organisations sportives, notamment l'augmentation de leur interaction à la mesure mondiale, l'expansion de leur marque et la création de nouvelles sources de revenus.

Le concept d' « écosystème sportif 2.0 » désigne un paradigme qui a émergé avec la numérisation du sport. Ce concept implique la transformation des émotions, des expériences et de la créativité des fans de sport en données à des fins de valeur marchande au sein d'un écosystème où le sport ne se limite pas seulement aux activités physiques, mais devient également une présence importante sur les plateformes numériques (Brett Hutchins & David Rowe, 2012, p. 73). Les programmes de réseau sociaux, en particulier les blogs, et des canaux tels que Facebook et Twitter, sont devenus des outils essentiels pour promouvoir efficacement les marques dans l'industrie du sport. Ces plateformes ne sont pas seulement utilisées pour interagir avec les fans, mais aussi pour susciter de la circulation. Les métriques comprennent le nombre d'abonnés, les likes et les partages, et ces métriques sont utilisées pour déterminer combien d'interaction les actifs sportifs reçoivent dans le monde numérique et à quel point ils sont populaires.

Cela peut augmenter la valeur des actifs sportifs et leur fournir des opportunités de parrainage. En particulier, les sujets et organisations populaires ont la possibilité de vaincre de l'argent via les médias sociaux. Le succès d'une équipe nationale de football dans un tournoi international peut renforcer les stratégies de diplomatie numérique d'un pays. Ce succès peut être partagé sur les médias sociaux pour créer une perception positive au milieu de la publique internationale et le tourisme et d'autres beautés du pays. Un exemple illustratif est la demi-finale historique entre l'Allemagne et le Brésil lors de la Coupe du Monde de la FIFA 2014. Le 8 juillet 2014, la remarquable victoire 7-1 de l'Allemagne sur le Brésil a marqué l'une des défaites les plus importantes de l'histoire du football brésilien (FIFA, 2014). Ce match a devenu l'un des moments inoubliables de l'histoire de la Coupe du Monde.

Des plateformes comme Twitter ont constaté une augmentation significative des interactions entre les fans de football pendant et après le match. Chaque but de l'Allemagne a suscité une vague de tweets et de partages records. L'événement a favorisé un espace d'interaction numérique du monde entier ont partagé leur enthousiasme et leur étonnement sur les réseaux sociaux. Il a joué une tâche cruciale dans l'amélioration de la popularité de

l'Allemagne sur les réseaux sociaux et d'ici l'élargissement de sa base de fans. En outre, il a à quel point les moments de football chargés en émotions peuvent avoir un impact significatif sur les plateformes numériques. La victoire de l'Allemagne dans ce match a été un succès dans le domaine sportif, dans le domaine de la diplomatie numérique et de l'interaction culturelle.



3. DEUXIÈME PARTIE. DIPLOMATIE D'INFLUENCE: DES APPROCHES INNOVANTES DANS LE DOMAINE SPORTIF ET NUMÉRIQUE

Dans cette partie explore de la mondialisation, du sport et de la numérisation sur le monde à travers les politiques d'influence de la France. Le thème principal se situe sur le fait que la France connaîtra des changements dans les relations de pouvoir culturelles sous l'influence de ces facteurs. De plus, l'importance de l'influence française et de la diplomatie culturelle, ainsi que le développement de stratégies d'influence, seront discutées en profondeur à travers le sport et le numérique. Il décrit comment les réalisations culturelles et économiques de la France sont utilisées comme outils pour renforcer son influence mondiale. Les stratégies permettant de créer une influence sur la scène mondiale et les divers domaines d'influence sont également abordés.

L'influence et le rôle du sport sur la société sont complexes et contradictoires. D'une part, le sport a le potentiel de consolider la sensation d'unité et de solidarité, il peut également établir des divisions et des conflits entre différents groupes. L'examen historique et sociologique du sport en France aide à comprendre comment le sport a été façonné dans la mesure où phénomène social, politique et culturel, et quel rôle il joue dans la société française. Le sport est considéré de la ressemblance nationale en France et a servi de lien chez les diverses fractions de la société. Cependant, compte tenu de l'influence des facteurs politiques et économiques sur le sport, il est également important de prendre en compte l'impact des interventions et des politiques de l'État dans ce domaine (Tomanek et al., 2023, p. 8). De plus, comprendre comment le sport est utilisé pour accroître la représentation et la réputation de la France sur l'emplacement mondial est également important. Les politiques et pratiques sportives de la France peuvent se concentrer sur des ambitions diverses y compris la popularité du sport dans la société et l'augmentation de son accessibilité et l'amélioration de la représentation du sport aux degrés national et universel. Cependant, les débats sur l'impact et la tâche du sport d'ici la société se poursuivent, et problématique de l'efficacité des politiques sportives et de leur application équitable reste importante.

En France, où le sport est considéré comme une activité physique, un phénomène social et culturel, la relation entre le sport et le monde des affaires est également un sujet important. Les dirigeants considèrent le sport comme un outil pour renforcer la compétitivité, la fidélité, les compétences sociales et la responsabilité, et pour faciliter

l'équilibre mental personnel et l'esprit d'équipe, répondant ainsi aux besoins de l'entreprise. Le professionnalisme des activités sportives comprend divers aspects tels que le développement des compétences des sportifs, la croissance des industries du sport et la commercialisation du sport. Ce processus a permis de structurer et de planifier davantage les activités sportives, lesquelles ne sont plus des événements aléatoires. La diplomatie sportive française a connu une forte impulsion ces dernières années, avec de grands succès dans l'accueil de grands événements sportifs internationaux et l'octroi de ressources à ces événements. L'ambassadeur du sport contribue à coordonner les progrès dans ce domaine, aidant ainsi la France à occuper une position plus efficace.

Le gouvernement soutient la diplomatie numérique à plusieurs niveaux et joue une tâche stratégique. En particulier, les stratégies de diplomatie numérique de la France sont définies et coordonnées sous la direction du Quai d'Orsay. Des personnalités importantes soulignent l'importance cruciale du numérique pour la diplomatie et prônent le renforcement des compétences des diplomates dans ce domaine. La formation de diplomates spécialisés en cyber sécurité et la promotion numérique dans les stratégies diplomatiques sont encouragées. La stratégie de diplomatie numérique de la France est mise en œuvre de manière efficace. En particulier, des initiatives internationales telles que l'Appel de Paris pour la Confiance et la Sécurité dans le Cyberspace encouragent la coopération internationale en matière de cyber sécurité et des efforts sont déployés pour garantir la sécurité numérique dans le cadre de la stratégie internationale française (le Quai d'Orsay, 2018-b). À la base de tous ces efforts se trouve la volonté de la France d'utiliser efficacement la diplomatie numérique pour protéger ses intérêts nationaux, renforcer son influence mondiale et jouer une tâche de leadership.

La diplomatie française d'influence a évolué pour intégrer des approches innovantes dans les domaines sportif et numérique, reflétant ainsi les dynamiques contemporaines de la politique internationale. Cette deuxième partie explore les différentes facettes de cette diplomatie moderne, en mettant en lumière les stratégies et les actions entreprises par la France pour renforcer son influence globale. Cette section examine l'évolution historique de la diplomatie d'influence française, en soulignant les transformations majeures qui ont redéfini la diplomatie traditionnelle. Elle aborde également l'importance du patrimoine culturel français dans la diplomatie publique, illustrant comment la France utilise son riche héritage culturel pour exercer une influence douce à l'échelle mondiale. Le sport joue un rôle crucial dans le développement communautaire et l'intégration sociale. Cette section

analyse l'évolution du sport en France et son impact sur le processus d'intégration sociale. Elle explore également les stratégies de diplomatie sportive mises en œuvre par la France pour promouvoir la coopération internationale et renforcer ses relations bilatérales. Cette section se penche sur la diplomatie numérique française, en examinant l'utilisation des réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques pour mener des actions diplomatiques. Elle analyse également les stratégies adoptées par la France pour naviguer dans le cyberspace et exercer une influence dans ce domaine en constante évolution. En somme, cette partie met en lumière les efforts de la France pour moderniser sa diplomatie d'influence à travers des initiatives sportives et numériques, démontrant ainsi son engagement à rester un acteur clé sur la scène internationale.

3.1. Diplomatie d'influence: Naissance, champs et éléments

L'avenir du *soft power* dépendra du rôle d'acteurs indépendants tels que les fondateurs de start-ups dans le secteur numérique, les propriétaires d'entreprises culturelles, les intellectuels et les créateurs, car les acteurs traditionnels du pouvoir fort ne seront peut-être pas les mieux préparés à devenir ambassadeurs de puissance douce. La numérisation ébranlera les dynamiques de pouvoir existantes en matière d'impact culturel. Les « cartes » de l'influence culturelle seront redistribuées, entraînant un changement significatif dans l'équilibre. Les pays en développement, en particulier, seront fortement impactés par l'intersection de ces deux phénomènes. La convergence de la mondialisation et de la numérisation transforme complètement le paysage culturel, la révolution numérique étant en tête. Ces dernières années, on a observé une augmentation des industries créatives dans les pays en développement, comme en témoigne l'intérêt de la France pour la télévision sportive, l'acquisition par l'Inde de studios américains indépendants et les partenariats avec des entités telles que Dreamworks (Martel, 2013, p. 75). Les acteurs du pouvoir doux ne seront pas nécessairement des représentants du pouvoir fort, et les structures de pouvoir traditionnelles pourraient ne pas être en phase avec les dynamiques émergentes de l'influence.

Louvre Abu Dhabi est un projet de diplomatie culturelle et un site Web mettant en lumière les réalisations de la France en matière de diplomatie culturelle (Merli, 2020, p. 2). Ce site affirme que le Louvre Abu Dhabi représente avec succès la culture française et est un exemple de diplomatie culturelle française sur la scène internationale (Guéraiche, 2021, p. 43). Ce musée offre une expérience de découverte et d'accueil exclusive aux diplomates étrangers, contribuant ainsi au développement de l'interaction culturelle. Cependant, dans le

contexte du succès de la diplomatie culturelle du Louvre Abu Dhabi, une question se pose sur qu'il entretient avec la diplomatie et, de manière générale, avec la diplomatie économique. Il est important de comprendre comment le Louvre Abu Dhabi est utilisé comme un symbole culturel, comme un moyen de relations diplomatiques et de coopération économique. Une déclaration du 20 janvier 2020 du Comité national des affaires sociales français inclut une évaluation par le ministre européen et Affaires étrangères Jean-Yves Le Drian des impacts de la diplomatie culturelle (Guéraiche, 2021, p. 44).

Ces indications fournissent une base pour évaluer l'impact du Louvre Abu Dhabi sur le plan culturel dans le contexte des relations diplomatiques et économiques. Le succès du Louvre Abu Dhabi se distingue non seulement par sa richesse culturelle, mais aussi par son rôle renforçant les liens diplomatiques et économiques. Aborder le concept de « modèle français de multiculturalisme » qui entoure le Louvre Abu Dhabi, mettant en avant l'incertitude environnante et l'universalisme centré sur la France, démontre de l'approche française entre la perspective française, le monde arabe et l'universalisme. Cependant, les questions soulevées par cet effort d'équilibrage restent encore sans réponse, se posant comme des interrogations non résolues ces éléments peuvent être conciliés. La défense du modèle français de multiculturalisme offre une perspective sur la mission et l'impact du Louvre Abu Dhabi, tout en offrant l'opportunité de collaborer avec l'*International Alliance for the Protection of Heritage in Conflict Areas* et de mettre en avant la diversité culturelle. Cette collaboration et ces mises en avant peuvent enrichir le modèle français non seulement en réunissant les cultures française et arabe, mais également en l'enrichissant d'une perspective universelle. Ces efforts font du Louvre Abu Dhabi plus qu'un simple musée, lui donnant le potentiel d'être un pont pour le dialogue interculturel et la compréhension.

La diplomatie française souligne la nécessité pour les activités et expressions culturelles de se trouver sur des scènes ou plateformes internationales. Dans ce contexte, des projets importants le Louvre Abu Dhabi et le Centre Pompidou à Shanghai sont considérés comme des « succès énormes » qui apportent d'importants avantages économiques à la France. De même, le Centre Pompidou, en plus d'être un musée d'art contemporain à Paris, a également remporté un grand succès avec sa succursale à Shanghai. Ces projets jouent un rôle crucial en tant qu'outil d'échange culturel, source de gains économiques. Les industries culturelles et créatives (ICC) représentent des secteurs qui transforment rapidement le côté lyrique du dialogue avec les changements (Guéraiche, 2021, p. 45). Ces industries fusionnent les expressions culturelles et artistiques avec des activités commerciales et économiques. En

2018, les revenus totaux de ces industries ont été enregistrés à 90 milliards d'euros. La diplomatie culturelle représente une réalité comptable qui aborde les aspects pratiques et financiers en tenant compte des avantages économiques de ces industries. La diplomatie culturelle, en considérant principalement l'argent ou les questions financières, représente une voie solide pour la politique étrangère française (Fabius, 2013, p. 11). La connexion entre la culture et l'économie, le concept de diplomatie d'influence défini par Laurent Fabius depuis 2012 reconnaît la diplomatie culturelle comme ayant une place légitime dans l'atteinte des résultats et des effets souhaités.

3.1.1. L'Évolution de la Diplomatie d'Influence

La diplomatie d'influence peut être comprise d'une période s'étendant jusqu'à la fin du mandat présidentiel de Jacques Chirac. Au début du siècle, les acteurs culturels français progressaient de manière irrégulière, créant une image de l'action extérieure française comme étant incohérente. Diplomates, intellectuels et experts de divers domaines ont exprimé le désir d'une solution. Dans ce contexte, l'idée de créer une agence pour promouvoir la culture française à l'étranger a émergé en 2004 avec la proposition du sénateur Louis Duvernois (2023). Cette agence devait assurer une coordination en réunissant tous les acteurs selon une logique interministérielle. Cependant, cette proposition n'a pas été mise en œuvre à l'époque et a été oubliée (Guéraiche, 2021, p. 45). En 2012, lorsque Laurent Fabius a évalué la puissance économique comme un objectif global qui a adopté l'idée de créer une « force de frappe » pour faciliter l'influence mondiale de la France en réunissant les différentes actions extérieures du pays. Cette approche visait à surmonter l'opposition entre la « puissance dure et douce » de Joseph Nye. Les ambassadeurs ont reçu la mission de regrouper diverses organisations partageant la même politique. L'objectif était de faciliter les gains de marché pour les entreprises françaises et de stimuler le réflexe économique. Cette évolution reflète une tentative de poser les bases de la diplomatie d'influence française de manière plus systématique et coordonnée. Du mandat de Jacques Chirac à celui de Laurent Fabius, l'objectif de fusionner les éléments économiques, culturels et diplomatiques de ces efforts était de rendre la France plus efficace et cohérente à la mesure mondiale (Fabius, 2013, p. 10).

Les étapes de développement de la diplomatie culturelle française constituent deux sommets culturels importants qui ont une longue tradition culturelle et diplomatique : la période caractérisée par la construction de cathédrales, d'églises romanes, d'universités et de

croisades, couvrant les XII^e et XIII^e siècles et les XVII^e et XVIII^e siècles. Les Lumières et la Révolution française marquent les siècles (Carpentier et al., 2000, p. 400). Ces périodes ont joué une tâche crucial en mettant en avant les succès culturels et les transformations en France. Examiner l'histoire de la diplomatie culturelle, suivre ses origines et expliquer ses divers intervenants (publics, semi-publics et privés) revêt une importance critique pour comprendre l'évolution de la diplomatie culturelle française (Savaş, 2019, p. 160). La diplomatie culturelle est généralement considérée comme un concept central dans la politique étrangère française, en particulier en tant qu'élément pionnier. L'héritage de la diplomatie culturelle française semble être un outil historique et moderne visant à renforcer l'influence mondiale perçue présence efficace dans le monde. La culture est évaluée comme un puissant moyen de diffuser l'influence et de créer des relations.

La diplomatie culturelle française a adopté une stratégie efficace pour promouvoir et partager le riche passé culturel, l'art et l'héritage intellectuel du pays à la mesure mondiale. Dans ce cadre, la diplomatie culturelle joue une tâche essentiel d'ici le renforcement de la position de la France en tant qu'acteur influent sur le schéma mondial. Au cours du XIX^e siècle, divers réseaux privés, individuels ou collectifs, ont émergé. Ces réseaux ont lié visant à propager la culture et la langue françaises, améliorant ainsi la communication. En particulier, entre 1880 et 1910, la diplomatie culturelle française a gagné en importance dans le cadre de communautés religieuses. Parmi les réseaux créés pour renforcer la capacité d'influence de la diplomatie culturelle française, des organisations telles que la Mission Laïque Française (MLF) et l'Alliance Française (AF) se distinguent (La Mission laïque française, 2023). Ces organisations ont opéré dans des valeurs laïques et de diffuser la culture française. La diplomatie culturelle française, ces réseaux se sont généralement concentrés sur l'éducation, l'art ou la science, agissant dans ces domaines. Les objectifs prioritaires de la diplomatie culturelle française comprennent la promotion des échanges culturels dans d'autres pays. Dans ce cadre, la « Francophonie » a été créée pour la propagation de la culture et de la langue françaises (Savaş, 2019, p. 161). La Francophonie est un mouvement culturel et linguistique qui rassemble les communautés francophones, encourageant le partage de la langue et de la culture. La diplomatie culturelle française a utilisé divers réseaux et initiatives pour renforcer les liens culturels et accroître l'influence française dans le monde.

Le 27 juillet 2010, une loi a été adoptée en France concernant l'action extérieure de l'État, à laquelle de faire référence (LOI n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'Etat, 2010). Cette loi façonne le concept de « diplomatie d'influence » et

détermine le cadre de l'influence extérieure de la France. Cette disposition met en avant le rôle des institutions publiques en définissant. En particulier, la promotion, l'augmentation pour encourager l'existence et l'influence de la France à l'étranger par le biais d'activités culturelles, de coopération et de partenariat constituent l'objectif fondamental des institutions publiques. En se basant sur cette disposition, il est possible de comprendre la diversité entre les différentes interprétations et représentations du concept de diplomatie. Le terme "diplomatie d'influence" a émergé dans le contexte international du Printemps arabe et a été associé au discours officiel du Quai d'Orsay (Savaş, 2019, p. 188). Cette loi vise à orienter la politique étrangère française de manière plus efficace et stratégique, mettant en avant le rôle des institutions publiques identifié comme un élément crucial de la diplomatie d'influence. Elle peut être considérée comme un effort visant à permettre à l'État français d'agir de manière efficace dans divers domaines pour renforcer, protéger et étendre son influence extérieure.

La diplomatie culturelle française a connu une évolution significative à travers diverses institutions. Cette évolution vise à promouvoir la culture et l'art français à la mesure mondiale, dans le but d'occuper une position forte dans le réseau culturel mondial qui examinons brièvement l'histoire et de ses institutions : Les Instituts français sont des centres culturels présents dans diverses villes à l'étranger. Ils œuvrent à la diffusion de la culture française à travers des activités telles que l'apprentissage de la langue, des expositions artistiques, des conférences, et d'autres événements culturels. Unifrance est une organisation qui vise à promouvoir le cinéma français à la mesure mondiale (Unifrance, 2024). En organisant des festivals de films, des projections et d'autres événements, Unifrance cherche à mettre en contact le cinéma français avec un public mondial. Bureau Export, opérant dans le domaine musical, travaille au soutien de la musique française à la mesure mondiale. À travers diverses activités telles que des vitrines musicales et la fourniture de ressources, il contribue à accroître la reconnaissance de la musique française à la mesure mondiale. Le BIEF (Bureau International de l'Édition Française) vise à promouvoir la littérature française à la mesure mondiale en soutenant les éditeurs, les écrivains et les professionnels du domaine. En encourageant les échanges culturels, il contribue à élargir la portée de la littérature française à la mesure mondiale (Martel, 2013, p. 72). Ces organisations se réunissent promouvoir et diffuser la culture et l'art français à la mesure mondiale.

Business France, l'agence française pour le commerce extérieur et l'investissement, est soutenue par le gouvernement français et œuvre pour accroître la compétitivité des

entreprises françaises sur la scène internationale, attirer les investisseurs étrangers en France et ouvrir les entreprises françaises aux marchés internationaux (Élysée & Business France, 2024). Du sport, les activités de Business France sont généralement axées sur la promotion et l'exportation de l'industrie sportive française sur les marchés internationaux. Cela peut inclure des efforts pour augmenter les ventes des fabricants d'équipements sportifs français et des marques à l'étranger, encourager la participation française aux événements sportifs et aux organisations, ainsi que promouvoir la technologie et les services sportifs français auprès des clients potentiels à l'étranger. En outre, la promotion de l'organisation d'événements sportifs internationaux en France peut viser à attirer le tourisme sportif et des avantages économiques pour le pays. Business France a mis en œuvre un projet visant à accroître la reconnaissance internationale et les exportations des fabricants d'équipements sportifs français en participant foires de l'industrie sportive au monde, « ISPO Munich ». Lors de la première conférence ISPO Academy France 2017, des personnalités de l'industrie du sport se sont réunies à Paris pour discuter des dernières évolutions du secteur. Cet événement spécial comprenait une étude spéciale partageant des informations importantes sur le comportement des consommateurs français (Martin Jahns, 2017). Lors de cet événement, les entreprises françaises d'équipements sportifs et de nouer des liens avec des clients potentiels et des partenaires commerciaux. Business France a également fourni des services de conseil en recherche de marché, en soutien commercial et en stratégies de marketing international participantes pour les aider à réussir sur le marché international. Ces événements jouent une tâche important de l'industrie sportive française à la mesure mondiale et dans la reconnaissance mondiale des marques d'équipements sportifs français. ISPO Munich est foires de l'industrie sportive et des activités de plein air au monde. ISPO Munich réunit les principales marques, fabricants, détaillants, concepteurs, distributeurs et autres professionnels de l'industrie sportive.

Le gouvernement français et le secteur privé ont mis en œuvre une série d'actions jusqu'aux années 1980. Ces actions visaient à assurer une utilisation plus efficace de la langue et de la culture françaises dans d'autres pays. Parmi ces actions, on retrouve divers événements en collaboration avec des ambassadeurs culturels éminents. Parmi ces événements, citons des conférences, des tournées théâtrales majeures et l'exportation de livres français. Par exemple, les tournées passées de la Comédie-Française depuis les années 1940, la longue tournée en Amérique latine de la Compagnie Louis Jouvet et la tournée aux États-Unis après 1945 de la Compagnie Renault-Barrault figurent parmi ces actions

(Chaubet, 2022, p. 22). Depuis 1883, il existe à l'étranger un organigramme créé par l'Alliance Française, réseau semi-public. Plus tard, se créent l'Institut français (qui comptait quatre branches avant 1914) et une politique de projet culturel global basée sur l'exportation de licences françaises. Ces organismes mènent diverses activités et projets pour promouvoir et soutenir la culture française à la mesure mondiale.

Le terme de « puissance douce » est un concept utilisé dans les relations internationales pour décrire la capacité d'un pays à influencer les autres par des moyens non coercitifs tels que la culture, les valeurs et la diplomatie (Nye, 2004, p. 7). Cependant, l'utilisation de ce terme dans le contexte français suscite des doutes et des critiques. Laurent Fabius estime que ce terme n'est pas suffisant pour décrire la France, préférant utiliser le terme de « puissance efficace » plutôt que « puissance douce » ou « puissance dure ». Ce choix de Fabius est lié à sa conviction que la puissance ne se limite pas seulement au potentiel économique, au statut diplomatique et militaire, mais englobe également l'influence culturelle et linguistique (Martel, 2013, p. 72). Ainsi, l'accent mis par Fabius s'oppose à l'idée de Joseph Nye, selon laquelle le terme « *soft power* » se concentre uniquement sur la culture et les valeurs, excluant l'économie. Le choix de Fabius reflète l'intention de renforcer diverses sources de puissance en France. Dans ce contexte, le terme « diplomatie d'influence » exprime une stratégie utilisée par la France pour être efficacement représentée sur la scène internationale et être une puissance forte dans divers domaines. Le choix de Fabius de préférer le terme « puissance efficace » à la « puissance douce » est significatif car il indique que la France se concentre sur le renforcement de diverses sources de puissance (Martel, 2013, p. 73).

Le politique, le domaine social et le cyberspace symbolique représentent des opportunités différentes où l'efficacité se réalise et où les résultats sont obtenus. La politique est un domaine crucial dans les luttes d'influence ; c'est le terrain où le pouvoir se propage et où l'influence d'un État est démontrée. Le domaine social constitue une opportunité fondamentale pour réussir dans les luttes d'influence. Les interactions sociales jouent une tâche clef d'ici le processus de création d'impact sociétal. Le cyberspace symbolique est un domaine d'opportunité où l'activité numérique a lieu. Ce domaine offre une plateforme où la communication numérique et l'utilisation de la technologie jouent un rôle critique dans le processus de création d'impact (Berg, 2022, p. 128). Chaque État a la responsabilité de créer une influence sur le schéma mondial. C'est crucial pour les États de démontrer et de protéger leurs intérêts en exhibant leur puissance. La diplomatie est un outil important dans le

processus de création d'impact et doit être conçue et mise en œuvre pour un succès à long terme. La puissance est un point de transition critique dans le processus de création d'impact. Sans puissance, le processus de création d'impact peut rester incomplet ou insuffisant. La diplomatie spécialisée inclut la capacité à établir des communications, choisir des publics cibles appropriés et contrôler efficacement le monde numérique. Le monde peut être considéré comme un vaste chantier composé d'États, d'organisations internationales, de sociétés multinationales, d'organisations de la société civile, voire de groupes de pirates informatiques ou d'individus divers (Balzacq et al., 2020, p. 25). Ce chantier englobe différentes institutions et universités et organise de grandes réunions ou conférences où des idées efficaces sont discutées. Les idées discutées et partagées lors de ces réunions ont le potentiel d'influencer non seulement les dirigeants, mais aussi ceux qui sont influencés par ces idées.

3.1.2. Diplomatie Publique et Patrimoine Culturel Français: Redéfinir la Diplomatie Traditionnelle

Lorsque nous faisons référence aux pays qui utilisent la diplomatie d'influence comme une forme de capital, un concept émerge dans les relations internationales qui représente la capacité de ces pays à influencer les autres de manière non coercitive. Ces pays accordent la priorité et à la diversification des canaux de communication, tout en cherchant à diffuser leur influence de manière à toucher un large public. Cela signifie qu'ils se concentrent sur la transmission efficace de leurs idées et messages à un public plus large en utilisant divers moyens les médias, la technologie et la diplomatie. Aujourd'hui, la société civile aspire à exercer une influence sur les options de politique étrangère grâce à sa présence active sur Internet (Delcorde, 2019, p. 63). La société civile englobe les mouvements populaires, les organisations et les individus qui ne font pas partie du gouvernement mais qui jouent une tâche d'ici de l'opinion publique et la défense de certaines politiques. Internet a fourni à ces acteurs une plateforme pour exprimer leurs idées liées à la politique étrangère, mobiliser un soutien et influencer les processus. Les progrès rapides de la technologie et la nature évolutive des plateformes en ligne rendent difficile la compréhension. Cependant, les États sont engagés dans une compétition significative dans ce domaine. Les gouvernements doivent rivaliser les acteurs non-gouvernementaux et d'autres gouvernements, car ils ne sont pas les seuls acteurs à façonner les options de politique étrangère via Internet. La diplomatie connaît une révolution numérique en termes de capacité d'influence, illustrant la manière

dont les développements technologiques numériques transforment les pratiques diplomatiques traditionnelles.

Les expériences européennes privilégient souvent des moyens non contraignants, en choisissant des voies plus indirectes pour influencer la santé. Cela diffère de la compréhension traditionnelle d'une politique et stratégie de pouvoir, car l'utilisation du pouvoir se réalise de manière plus indirecte et souple. La nature de l'Union européenne (UE) en tant qu'acteur international montre que le concept de « puissance européenne » ne peut pas être facilement appliqué à tous les acteurs internationaux (Nivet, 2013, p. 89). L'UE n'est ni un État ni une organisation internationale traditionnelle, de sorte qu'elle ne s'inscrit pas dans les modèles classiques de politique de puissance. Cette situation contribue à orienter l'utilisation du pouvoir vers des méthodes plus mesurées et axées sur la coopération. Cette approche de l'UE repose sur des valeurs communes, le dialogue diplomatique, l'intégration économique et la coopération à travers les institutions internationales. Les débats français, en se basant sur ces expériences européennes, incluent des questions telles que la « faiblesse du pouvoir » ou la reconnaissance d'un statut de puissance intermédiaire. Cela nécessite d'évaluer non seulement les conceptions traditionnelles du pouvoir, mais aussi de nouvelles approches stratégiques pour maximiser et maintenir l'influence mondiale de la France (Nivet, 2013, p. 91). La diplomatie d'influence française englobe des stratégies visant à exercer une influence en utilisant la culture, la langue, l'art et d'autres éléments de puissance douce de la France. La diplomatie d'influence française, avec ses expériences dans le cadre de l'UE, vise à accroître l'influence mondiale de la France en mettant l'accent sur la richesse culturelle, le patrimoine artistique. Les expériences européennes et la diplomatie d'influence française peuvent être considérées comme des éléments d'une stratégie intégrée de la France sur le schéma mondial.

Le soft power, est un concept qui vise à influencer les autres par l'attraction et la persuasion plutôt que par la coercition ou la force. Dans ce contexte, la « diplomatie d'influence » ou la diplomatie publique, connue en France et au Québec, est définie comme un effort délibéré d'une autorité politique. Ce type de diplomatie, généralement mené par l'État, vise à créer une image positive à la mesure mondiale, à construire des médiations et à établir des relations. Cela inclut également un domaine connu de « para-diplomatie » ou la projection internationale d'entités non-souveraines. La diplomatie publique se concentre sur aux relations internationales en interagissant avec des acteurs non étatiques. Cela implique de la société civile, des entreprises et des individus pour influencer l'opinion publique et

construire une image positive du pays. Les activités peuvent varier de l'échange culturel aux programmes éducatifs, en passant par les médias et l'aide sociale. La diplomatie publique est considérée comme un type de diplomatie allant au-delà des activités diplomatiques traditionnelles, englobant différentes dimensions des relations internationales (Lequesne, 2022). En adoptant le terme de « diplomatie d'influence », la France souligne son engagement à renforcer son influence à la mesure mondiale en utilisant efficacement les éléments de la puissance douce. La diplomatie d'influence française, avec ses expériences, vise à accroître son influence mondiale la richesse culturelle, le patrimoine artistique à l'étranger.

Les volumes publiés par l'École française de Rome entre 1981 et 1985, bien qu'abordant les sujets de la diplomatie et de l'opinion publique, ne se concentrent pas directement sur la diplomatie publique. Bien qu'il n'y ait pas d'accent particulier sur la diplomatie publique dans ces volumes, il est mentionné qu'un effort a été fait pour comprendre la question en utilisant le cadre de P. Milza. Les explications de cet auteur positionnant l'opinion publique entre « les opinions instantanées » et « les attitudes sociales » et soulignant un renouvellement profond dans autour des « systèmes de représentation » et des « images de l'autre » au cours du processus d'autonomisation dans l'histoire culturelle sont mentionnées. Bien que ces volumes ne se concentrent pas spécifiquement sur les problèmes de la diplomatie publique, ils montrent des traces de son existence (Gillabert, 2017, p. 20). Selon Joseph Nye, la diplomatie publique constitue la base du pouvoir doux et a joué un rôle important dans la victoire de la guerre froide (Nye, 2004, p. 31). De la langue et des limites nationales, il est indiqué que ce concept n'est pas largement adopté par les historiens français. Le sens de diplomatie publique, même si ce dernier n'a pas été ouvertement prononcé, a émergé pendant la période de la politique étrangère de Wilson, la création de l'organisme français « *Works for French Abroad Service* » (1920), qui a continué à jouer une tâche efficace dans la communication et la propagande politique en consacrant son budget à l'éducation, en particulier à un département d'art éminent. Ces exemples sont un exemple des activités de la diplomatie culturelle qui forment. La relation entre la diplomatie publique et la diplomatie culturelle peut varier un pays définit ses valeurs culturelles et communique avec les autres.

La jeunesse, l'Éducation populaire et les Affaires civiles définissent le sport comme une pratique diplomatique à la méthodologie commune de l'Impact Diplomatique et de la Diplomatie Économique. Dans ce contexte, le sport en tant que pratique diplomatique

adoptera une stratégie sportive définie et poursuivra divers objectifs à travers un Ambassadeur du Sport désigné (Fabius, 2014, p. 73). Ces objectifs comprennent l'augmentation de l'attrait des méga épreuves sportives en France et l'obtention d'un soutien accru pour les candidatures françaises. Un soutien déterminé aux athlètes français, des organisations sportives internationales, est également prévu pour renforcer leurs positions. En outre, la promotion de la langue officielle du Mouvement Olympique Français est un objectif essentiel. Pour réussir, il est crucial de mettre en œuvre efficacement cette stratégie et d'assurer une meilleure coordination entre les parties impliquées. Cela constitue un élément critique pour renforcer les liens entre Quai d'Orsay, le monde du sport et les acteurs économiques français.

3.2. Actions Sportives Locales et Développement Communautaire:

Ressources et Influence

En France, l'État contribue à une activité considérée comme une partie importante de la communauté nationale. Cette contribution implique une diversité qui est censée jouer un rôle unificateur entre différents groupes, tels que les communautés ethniques ou religieuses, à travers le sport (Gasparini, 2008, p. 9). Le sport est considéré comme une force ayant un potentiel unificateur et est accepté comme un moyen de rassembler différentes communautés. Cela indique que le sport est une réalité à la fois historique et contemporaine. Cependant, le sport repose également sur une structure politique et médicale. La politique définit le sport comme un outil de transformation et un sujet de débat social. La politique sportive signifie une transformation et une catégorisation historico-sociologique de la politique. Cela montre que le sport n'est pas simplement une activité, il revêt une importance sociale et politique. Cette transformation a émergé parallèlement à la modernisation capitaliste dans les sociétés occidentales (Gasparini, 2007, p. 77). Le sport est associé à des concepts tels que la civilisation, la nationalisation et l'apaisement en tant que partie intégrante d'une initiative plus large, comme souligné dans les écoles de la République.

L'histoire sociale de la France est étroitement liée à la fondation de l'État, la société et l'État sont étroitement liés. L'État peut être défini comme une immense machine ayant une structure unique et une capacité à contrôler les sociétés, une structure forte et centralisée. Cependant, bien que l'État puisse jouer un rôle dans l'influence et la formation du développement de domaines spécifiques, il n'est pas possible de supprimer complètement l'autonomie de ces domaines (Callède, 2002, p. 439). D'ici des domaines spécifiques tels que

le sport a été influencée des sports associatifs, enracinée et revitalisée en 1901 par un accord. Le terme de « sport associatif » fait référence aux activités sportives organisées et dirigées par des associations sportives ou des clubs. Selon une perspective qui souligne la valeur de l'autonomie et de l'indépendance des associations sportives, cela a ouvert la voie à l'intervention, à la consultation, à la collaboration, voire à la réglementation contractuelle liée au sport par les gouvernements locaux et plus tard les autorités locales (Callède, 2002, p. 440). Au début des années 1920, au cours d'une période où différentes politiques sectorielles étaient mises en œuvre, la formation se chevauche avec la pratique des sports associatifs. Mettre l'accent sur l'autonomie et l'indépendance des associations sportives a offert aux gouvernements locaux l'opportunité d'intervenir dans le sport, de consulter, de collaborer et même de réglementer les contrats liés au sport.

Avant 1914, la tâche du Tour de France dans la formation de l'identité française était d'une importance cruciale. La célèbre course cycliste annuelle, le Tour de France, est organisée depuis 1903. En plus de présenter une représentation scénarisée d'un morceau de terre morcelée, la course représente diverses régions de la France depuis 1918. Cette perspective montre que l'organisation de championnats nationaux dans différentes disciplines a contribué à la modernisation et à l'intégration des identités locales à la nation française (Giess-Stueber & Blecking, 2008, p. 15). Les cérémonies de remise des prix de la saison du Tour de France ou la formation d'équipes nationales sont considérées comme le symbole de ce processus d'intégration. La France est définie comme ayant une position unique en Europe avec les athlètes qu'elle a rapidement intégrés de son empire colonial et d'autres pays européens. L'intégration de sportifs ayant des histoires différentes a contribué à l'intégration d'une identité locale. Il est également observé que divers sports en France ont contribué à l'intégration des enfants d'immigrants en provenance de Pologne, d'Italie, d'Espagne, d'Afrique du Nord et d'Afrique à tous les niveaux de pratique.

La question de la nécessité d'une institution centrale pour superviser l'éducation physique et le sport dans le département a émergé, notamment après la Première Guerre mondiale, en particulier en 1919 dans un livre publié par le maire de Lyon, Édouard Herriot (Callède, 2002, p. 442). Il faut se concentrer sur le service militaire obligatoire ou démocratiser la culture sportive a été soulevée que du débat sur la création d'un organe central pour l'éducation physique et le sport. Cela indique une exploration possible de la création d'un ministère ou d'un service central pour l'éducation physique. Il faut se concentrer sur le service militaire obligatoire ou démocratiser la culture sportive est une question grave.

Cette question soulève la priorité de la défense nationale par rapport à la promotion du bien-être physique et de l'inclusive par le sport (Saint-Martin, 2005, p. 22). La mention du baron P. de Coubertin en tant que figure évaluant la possibilité d'accueillir de 1920 ou 1924 reflète le désir de Lyon de mettre en valeur ses compétences sportives et de contribuer au développement de la culture sportive au niveau international. Cela met en évidence davantage le débat dans un contexte qui souligne l'importance accordée au sport. Il est crucial de revigorer une génération lourdement affectée par la guerre pour atténuer les traumatismes physiques et émotionnels importants vécus par les jeunes. Cependant, dans la perspective d'après-guerre, il est souligné que le sport n'est pas nécessairement la priorité. Le ministère de la Guerre a joué un rôle important dans la détermination des pratiques d'éducation physique sur les types d'activités physiques encouragées par l'armée. Le sport a tenté de se positionner comme une entité distincte des autres formes d'activités physiques. Éviter l'influence militaire a été avantageux, mais il est incertain si cela a été couronné de succès. Le contournement du contrôle militaire par le rattachement du sport au ministère de la Santé et de l'Hygiène publique a permis de le positionner dans une position moins influencée par l'armée (Callède, 2002, p. 443). La reconnaissance et la légitimité du sport par le gouvernement dans les années 1920 ont posé une question et le gouvernement a été remis en question quant à la légitimité du sport en tant qu'activité précieuse.

Le fait d'intégrer le sport dans les actions diplomatiques est une question distincte (Fabius, 2014, p. 73). Le fait d'intégrer le sport dans les actions diplomatiques est une question distincte (Fabius, 2014, p. 73). En 1930, une augmentation du nombre de sportifs licenciés a été constatée, indiquant adopté dans la société. À cette époque, l'idée de créer un « Ministère des Sports » a émergé dans le but de mieux gérer le sport de manière plus efficace. Sous la direction d'Émile Morinaud, Pierre Bardel a fourni des explications détaillées sur les caractéristiques potentielles d'un tel ministère (Sylvain Aquatias et al., 2008, p. 22). Bardel a plaidé l'indépendance budgétaire d'un tel ministère, soulignant qu'il devrait fonctionner comme une grande organisation en distribuant des subventions, en soutenant les municipalités, en intervenant dans l'établissement d'installations, en gérant et en supervisant les enseignants en éducation physique et le personnel militaire en éducation physique. De plus, Bardel a souligné que le ministère devrait fournir une aide à plus de dix mille associations agréées. Ces propositions suggèrent la nécessité d'une intervention étatique pour soutenir et gérer le développement plus large.

Coubertin, un éducateur et historien français, a joué un rôle important dans la revitalisation des Jeux olympiques à l'époque moderne (Mehmet Tunçkol & Yaşar Şahin, 2010, p. 915). Son idéologie mettait en avant les valeurs humaines et soulignait les impacts positifs du sport sur la société, défendant que le sport pouvait légitimer les liens sociaux et la connexion entre citoyenneté. Selon la perspective de Coubertin, le sport a le potentiel de rassembler les individus et de contribuer au développement du sentiment de communauté et d'appartenance (Gasparini, 2012, p. 42). Il avançait l'idée que le sport pouvait encourager l'unité et la compréhension entre divers groupes humains, en fournissant une plateforme pour l'interaction pacifique et la compétition entre les individus, indépendamment de leurs différences. Cependant, il reconnaissait également que le sport pouvait servir aux conflits et aux revendications identitaires. Coubertin soulignait que le sport pouvait être utilisé pour créer des distinctions entre divers groupes ou pour attiser les conflits. Par exemple, il expliquait comment le sport avait historiquement servi l'élitisme aristocratique et bourgeois, favorisé le racisme et contribué aux inégalités de genre (Gasparini, 2012, p. 43). En défendant il mettait en avant que les valeurs étaient véhiculées par le sport et que ces valeurs pouvaient servir à la fois à l'intégration et à l'exclusion en fonction des conditions de mise en œuvre et des objectifs visés. Ainsi, la valeur et l'impact du sport dépendent de la forme dans laquelle ils sont pratiqués et des objectifs qu'ils visent. Alors qu'il peut être une force pour l'inclusion et l'intégration, il peut également perpétuer l'exclusion et l'inégalité.

Pendant les périodes ultérieures de l'histoire de la République française, il est important de souligner la période de la « France de Vichy » qui s'est déroulée entre juin 1940 et juin 1944. Cette période est caractérisée par la défaite militaire en 1940, l'émergence d'une idéologie favorable à la résurgence raciale et un retour aux valeurs d'ordre et de discipline lors de l'occupation par l'Allemagne nazie (Callède, 2002, p. 448). Il n'y avait aucune restriction ou limitation de la part du régime de Vichy en ce qui concerne le contrôle du sport (Sylvain Aquatias et al., 2008, p. 23). Cette situation signifiait que le régime pouvait exercer un contrôle total sur les activités sportives et les façonner selon ses propres intérêts et ordres du jour. Pendant la période où le gouvernement de Vichy était au pouvoir sous l'occupation nazie de 1940 à 1944, il a été observé que la compréhension du sport était réduite pour servir les nouvelles conditions politiques et administratives définies par le régime local. Cette réduction des activités sportives signifiait qu'elles étaient limitées et contrôlées pour répondre à des objectifs politiques et administratifs spécifiques définis par le régime de

Vichy. Par conséquent, cette facette de la compréhension du sport pendant la période de Vichy est généralement considérée comme malheureuse ou négative.

La Cinquième République désigne une période débutée en 1958 et perdurant jusqu'à nos jours. En 1958, Maurice Herzog a été nommé Commissaire Général à la Jeunesse et aux Sports (Sylvain Aquatias et al., 2008, p. 28). La mission de Herzog était de résoudre un problème depuis longtemps reporté : le suivi du manque d'équipement sportif. Attribué dans le but d'organiser l'opération constamment reportée d'équipement sportif durant la période de la Quatrième République, Herzog avait trois domaines d'intervention principaux : les sports pour enfants, le sport d'élite et les sports scolaires (Callède, 2002, p. 450). De plus, il cherchait à redéfinir en termes de cohérence. Entre les années 1960 et 1970 ont vu l'élaboration d'un modèle d'organisation typique des actions sportives locales. Ce modèle incluait des activités telles que la construction et la gestion d'installations sportives ainsi que des subventions aux clubs sportifs. Il permettait également aux clubs de réglementer largement le code culturel publié par ce modèle. Cette expression comprenait quatre sources indépendantes qui caractérisaient les traces des actions locales. Ces sources incluaient les installations sportives municipales, les clubs sportifs, les bénévoles et les codes culturels. L'interaction de ces sources caractérisait les actions locales dans un ordre équilibré. Ces sources caractérisaient les actions sportives locales en représentant les caractéristiques et les qualités du sport local. La combinaison de ces quatre sources créait un service public (Callède, 2002, p. 451).

3.2.1. Évolution du Sport et du Processus d'Intégration Sociale en France

Du dernier demi-siècle, l'expansion du sport en France et en Europe ont été sujettes à divers débats. Il est devenu évident que le sport englobe les athlètes, également les politiciens, les journalistes, les chefs d'entreprise et les intellectuels, renforçant ainsi et actualisant en permanence sa vision établie. Des années 1980, des débats sur la « citoyenneté par le sport » ont émergé, visant à revitaliser traditionnelles de la socialisation. De plus, l'accent est mis sur les discussions récentes concernant le « modèle français d'intégration » et les nouvelles orientations des politiques urbaines visant l'intégration par la voie de la croyance pour les populations d'origine immigrée ou les « jeunes des quartiers » (Gasparini, 2008, p. 9). Reconnaître que les débats passés sur l'intégration par le sport ne sont plus pertinents aujourd'hui serait judicieux en raison des changements à la fois dans la réalité

sociale et dans la manière de la comprendre. Ainsi, la compréhension a raffiné au fil du temps, et les débats antérieurs sont continuellement révisés.

Les débats sur l'intégration de la immigrée à travers le sport sont fréquemment entendus dans les médias et la communication politique. Cela englobe les discours et les discussions entourant la tâche du sport d'ici facilitant l'intégration des immigrants dans la société. Le sport sert de moyen d'intégration pour les populations immigrées. Les discussions sur l'intégration par le sport de la population immigrée sont étayées par des sondages d'opinion publique et des images télévisées de sportifs de haut niveau issus de l'immigration (Mignon, 2000, p. 19). Ces débats ne reposent pas seulement sur des opinions, mais sont également soutenus par des preuves empiriques et des représentations visuelles qui servent d'exemples de réussite pour des individus ayant des origines ethniques, culturelles ou socio-économiques diverses. Cela encourage l'excellence, incitant ainsi les personnes ayant des antécédents marginalisés à faire des efforts pour atteindre l'excellence, à poursuivre leurs objectifs et à être motivées et inspirées par la réussite. Le sport peut procurer un sentiment d'autonomisation et d'opportunité aux individus ayant fait l'expérience de la discrimination ou de l'exclusion dans d'autres domaines de la vie. Les publicités commerciales des équipes sportives cherchent souvent à atteindre un public différent en utilisant les caractéristiques ethniques des sportifs réussis (Gasparini, 2008, p. 10). Ces publicités visent à représenter et à atteindre diverses origines ethniques, s'adressant à différents groupes culturels. Ainsi, le branding des équipements sportifs vise à fournir aux consommateurs des sentiments qu'ils représentent leurs produits.

Le message gagne en importance et en popularité. La présence répandue du sport dans les médias a montré qu'il peut favoriser l'intégration des individus confrontés, culturelle ou socio-économique. Les succès de sportifs tels que Zinedine Zidane, Nicolas Anelka, Thierry Henri, et beaucoup, illustrent cet aspect. La réussite de l'équipe nationale de football française en 1998, connue sous le nom de l'équipe « Black-Blanc-Beur » (Noir-Blanc-Arabe) en raison de la diversité ethnique de ses joueurs, revêt une importance particulière dans ce contexte (Gasparini, 2008, p. 11). Zinedine Zidane, l'un des stars de l'équipe, a été salué par le conseiller du ministre de l'Intérieur de l'époque pour avoir dépassé les politiques d'intégration en atteignant plus de succès. La carrière footballistique de Zidane, en mettant en avant ses compétences et son style de jeu, a été perçue comme un symbole fort de l'intégration et de l'acceptation des immigrés dans la société française (Abdallah, 2000, p. 5). Ces sportifs, malgré leurs origines immigrées ou leur appartenance à la classe ouvrière,

ont attiré l'attention grâce à leurs succès sportifs et sont devenus des figures populaires dans les médias. Le terme « figure médiatique » désigne une personne qui bénéficie d'une visibilité importante dans les médias et qui exerce une influence sur le discours public.

En France, entre 1890 et 1914, on a observé l'évolution des pratiques sportives, notamment parmi les ouvriers de l'automobile. Divers sports tels que le vélo, la pétanque, le football et le rugby sont devenus populaires parmi les ouvriers de l'automobile. En particulier, le vélo est devenu un sport largement pratiqué parmi les ouvriers de l'automobile dans les pays européens. L'intérêt sportif parmi les ouvriers de l'automobile a attiré l'attention des syndicats. Dans les années 1913, les ouvriers de Renault, bien souvent peu au courant de la vie sociale, manifestaient de l'intérêt pour le sport. Les horaires de travail flexibles et la polyvalence de l'organisation dans le secteur automobile peuvent expliquer l'intérêt des ouvriers de l'automobile pour le sport. Cependant, avec le début de la Première Guerre mondiale, on a observé un changement dans les types de sports pratiqués parmi les ouvriers de l'automobile (Fridenson, 1989, p. 50). En 1917, la société Renault a créé un club appelé Club Olympique des Usines Renault (COUR) et a rendu obligatoire le paiement de cotisations mensuelles par les membres. En 1918, le COUR comptait 350 membres et disposait de différentes sections pour divers sports comme le football, le rugby, le vélo, la culture physique, l'escrime, le tennis et la natation. En 1932, le club a changé de nom pour devenir le Club Olympique de Billancourt (COB) et a déterminé son adhésion pour inclure que les ouvriers de l'usine automobile. En 1943, le COB avait des sections pour diverses disciplines telles que l'athlétisme, le cross-country, le volleyball, le basket-ball, l'aviron, la boxe, la voile, les modèles réduits d'avions, les activités de plein air, le camping et la pêche. À cette époque, le COB comptait 1322 membres, représentant 6% de la main-d'œuvre maximale. Les dirigeants de Peugeot considèrent les clubs de l'industrie chimique allemande (Bayer), le PSV Eindhoven aux Pays-Bas dirigé par Philips et la Juventus de Turin gérée par Fiat comme des « exemples » de centres industriels étrangers. La Juventus, dirigée par le fils du fondateur de Fiat, Edoardo Agnelli, a réussi financièrement dans les années 1980 en appliquant des critères de gestion stricts et une planification attentive à une époque où la sponsorisation était dominante dans le club (Fridenson, 1989, p. 50).

Les dirigeants considèrent le sport comme un outil renforçant ou développant des qualités telles que la compétition, la loyauté, les compétences sociales et la responsabilité (Tony Schirato, 2023, p. 48). Il aide également à créer un équilibre mental personnel et facilite la cohésion d'équipe, répondant ainsi aux besoins du monde des affaires. Dans un

environnement compétitif où la performance est devenue une véritable culture, le sport sert de référence pour les gestionnaires. Il est considéré comme un exemple concret de performance excellente. Cette idée a été largement discutée par un mouvement sociologique depuis la fin des années 1960, avec Jean-Marie Brohm comme l'un de ses principaux représentants. Selon Brohm, le sport représente un modèle idéalisé et socialement précieux de la société axée sur la performance. Il affirme que le système produit par le sport est une manifestation concrète des valeurs du capitalisme (Brohm, 1992, p. 159). En 1989, Caillat (1989, p. 117) a repris cette idée dans son ouvrage « Idéologie du sport » en France, montrant comment le sport contribue à la reproduction des systèmes capitalistes. Il soutient que le sport facilite l'adaptation à la compétition économique en encourageant la performance, l'efficacité et l'éthique de la concurrence. Le sport prépare les individus à la compétition économique en promouvant la performance et l'éthique compétitive.

Les individus contribuent de manière moins aléatoire et progressive des activités sportives. Cette évolution met en lumière les transformations récentes du sport français et la tâche de référence jouée par les acteurs du monde sportif. Ces activités, même menées au sein d'organisations à but non lucratif, deviennent de plus en plus professionnelles (Beatrice, 2002, p. 393). Parmi les contributeurs à l'organisation du domaine sportif, on trouve des sportifs, des entraîneurs, des gestionnaires et d'autres parties prenantes. Le développement du sport professionnel englobe divers aspects tels que l'amélioration des compétences des sportifs, la croissance des industries sportives et la commercialisation du sport. L'expression d'« organisation et mise en œuvre du sport » englobe des tâches telles que la planification des activités sportives, la coordination des équipes et la réalisation sans heurts des événements sportifs. D'autre part, l'expression de « gestion et production des activités sportives » englobe des tâches telles que la planification, l'organisation et la réalisation des activités sportives, ainsi que la gestion des ressources connexes et de la logistique (Masterman, 2009, p. 41). Tous ces expressions indiquent que les activités sportives deviennent moins aléatoires et plus structurées au fil du temps. La professionnalisation croissante des activités sportives et les transformations dans le sport français sur la culture de travail des individus impliqués dans le monde du sport, poussant même les organisations sportives à adopter des pratiques professionnelles pour gérer et produire des activités sportives.

En 1994, la Fédération Française de Gymnastique a organisé une session de formation appelée « Formation de Gestion » pour ses dirigeants. Cette session, visant à

fournir une formation et un accompagnement aux dirigeants de la Fédération, s'est articulée. Les thèmes abordés lors de la session étaient : le thème du « Développement de l'Association » comprenait ainsi que l'évaluation des forces et faiblesses des structures organisationnelles. Le thème de la « Gestion d'Équipe » incluait la motivation des bénévoles et des employés, la définition des rôles et responsabilités, ainsi que l'évaluation des compétences. Le thème de « l'Association Employeur » se concentrait les contrats de travail et les salaires. Le thème de « la Communication Externe » comprenait la définition d'objectifs et de messages pour une communication efficace. De manière similaire, le Comité National Olympique et Sportif Français a lancé une campagne de formation intitulée « Formation pour une Meilleure Gestion » (Beatrice, 2002, p. 398). Cette campagne reposait sur dix modules et visait à offrir aux gestionnaires sportifs diverses opportunités de formation sur différents sujets.

La compétition sportive évolue vers un environnement de plus en plus compétitif en France. Cela signifie que les athlètes et les gestionnaires sont motivés à améliorer leurs performances. Les choix stratégiques des leaders les groupes atteindront des objectifs spécifiques. Par exemple, des objectifs tels que devenir champion de France, accéder à la première division ou participer à une compétition sont fixés. Les athlètes et les gestionnaires comprennent l'importance de leur professionnalisme pour atteindre les objectifs des groupes sportifs. Ce processus nécessite du temps et des compétences, et implique également des conditions d'entraînement plus intenses. Les groupes sportifs augmentent le temps et les efforts investis pour atteindre les résultats sportifs attendus. Dans ce processus, des paiements financiers (frais, primes) et des réglementations professionnelles (emplois fictifs ou à temps partiel) sont également inclus (Beatrice, 2002, p. 410). Le processus de professionnalisation entraîne la diffusion du contexte compétitif de la performance à toutes les organisations sportives.

3.2.2. Diplomatie Sportive Française: Stratégies D'Influence Et De Coopération Internationale

L'histoire du sport est une source importante pour comprendre les événements historiques et mieux appréhender d'ici contemporain. Le sport n'est pas simplement une activité physique, il est également un phénomène social, culturel et politique. Les activités sportives peuvent influencer les valeurs, les relations et même les relations internationales d'une société. Par exemple, les compétitions olympiques et d'autres événements sportifs entre les États-Unis et l'Union soviétique étaient considérés comme le reflet d'une rivalité

idéologique. De plus, les événements sportifs peuvent refléter les relations entre les États, diverses dynamiques au sein de la société. Par exemple, les Jeux olympiques d'été de Berlin en 1936 ont été instrumentalisés par l'Allemagne nazie pour renforcer sa propagande, devenant ainsi une plateforme politique (William Murray & Arnd Krüger, 2003, p. 35). Ainsi, l'étude de l'histoire du sport les événements passés et à approfondir notre compréhension des complexités du monde contemporain. Elle peut également révéler davantage d'informations sur l'état psychologique des relations entre deux pays que les articles de journaux ou les rapports officiels. En examinant ces événements, nous pouvons obtenir des informations sur des dynamiques sociales, culturelles et politiques plus larges qui façonnent le monde moderne (Milza, 1984, p. 158).

Le sport, la politique, la guerre et les dynamiques sociales est une question complexe. Tout d'abord, la préparation à la guerre peut être abordé où le sport est souvent utilisé pour préparer physiquement les jeunes générations et leur inculquer la discipline. Cela inclut notamment l'utilisation du sport en tant qu'outil par les États militaristes, impérialistes ou totalitaires pour préparer la jeunesse à la guerre (Milza, 1984, p. 164). Le lien entre le sport et la politique concerne l'augmentation de la fierté nationale, la mise en avant de l'identité nationale et l'utilisation du sport. Par exemple, les événements sportifs internationaux peuvent émerger comme reflet des relations entre les pays, et ces événements sont souvent utilisés pour renforcer l'unité nationale ou soutenir les politiques nationales. Le sport peut également d'unité et de solidarité dans la société, mais la nature de cette cohésion peut changer lorsqu'elle est utilisée à des fins politiques. L'utilisation du sport dans un contexte militariste vise souvent à soutenir les objectifs politiques des gouvernements et à éduquer les jeunes générations selon une certaine idéologie.

D'ici le sport, la politique et la guerre a émergé de différentes manières au fil de l'histoire, prenant forme dans divers contextes politiques et sociaux au fil du temps. L'interaction entre le sport, la politique et la guerre peut être observée dans de nombreux exemples l'histoire olympique. L'un des exemples les plus frappants appartient, entre les Jeux olympiques de Moscou en 1980 et ceux de Los Angeles en 1984. Lors des Jeux de Moscou en 1980, pays occidentaux, dont les États-Unis, ont décidé de ne pas y participer en raison de l'invasion de l'Afghanistan par l'Union soviétique. Ce boycott visait à exprimer une position politique et à condamner l'Union soviétique. Cet événement constitue un exemple frappant comme un instrument dans les relations internationales. Quatre ans plus tard, lors des Jeux olympiques de Los Angeles en 1984, l'Union soviétique et de nombreux pays du

bloc de l'Est ont décidé de ne pas y participer en représailles au boycott de 1980 (Grasso et al., 2015, p. xxxvi). Ceci illustre comment les tensions politiques entre les deux superpuissances se sont poursuivies à travers les événements sportifs. Ces exemples montrent que les Jeux olympiques ne sont pas simplement des événements sportifs, mais plutôt une manifestation des conflits politiques et idéologiques à la mesure mondiale qu'une plateforme pour exprimer des positions politiques, résoudre des conflits internationaux et refléter les réalités de la guerre.

Elle ait été occupée dans les années 1940 et 1950, la France a été parmi les vainqueurs de la Seconde Guerre mondiale et a connu du succès dans une variété de sports tels que l'athlétisme, la natation, l'escrime, l'équitation, le cyclisme, le tennis, la boxe et le judo, permettant ainsi aux nations qui Il a connu des moments difficiles pour atteindre les normes internationales et a montré qu'il pouvait réussir. Ces réussites ont revêtu une grande importance pour le moral et le sentiment d'unité du peuple français. Le succès de Marcel Cerdan dans la boxe, notamment sa victoire au championnat du monde en 1948, a été une source de fierté pour la France (Las Vegas Motion Pictures, 2022). Ces succès sportifs ont soutenu la consolidation nationale dans la période post-occupation et post-défaite, offrant une lueur d'espoir au peuple français. En même temps, ces réussites ont représenté la puissance de la France sur le schéma mondial la qualité et les compétences des athlètes français à travers le monde. Ces exploits sportifs ont été utilisés comme des performances physiques, comme des outils de propagande visant à promouvoir la consolidation nationale et à créer un sentiment d'unité nationale. Des athlètes tels que Marcel Cerdan sont devenus des héros suscitant la fierté nationale chez le peuple français, contribuant ainsi à créer un lien social pendant le processus de reconstruction d'après-guerre (Milza, 1984, p. 169). Ceci est un exemple montrant comment le sport peut fonctionner non seulement comme une activité physique, mais aussi comme un moyen d'interaction sociale et culturelle (Milza, 1984, p. 169). Ceci est un exemple montrant comment le sport peut fonctionner non seulement comme une activité physique, mais aussi comme un moyen d'interaction sociale et culturelle (Jackson, 2007, p. 101).

La diplomatie sportive française a connu d'importants succès en organisant des événements sportifs internationaux majeurs et en allouant des ressources à ces faits. Dans ce contexte, les ressources fournies en 2022, 2023 et 2024 ont connu une augmentation significative par rapport aux années précédentes (Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, 2024b). Il est prévu que la France maintiendra une vision

ambitieuse de sa diplomatie sportive avec plus de 40 GESI soutenus par l'État. Parmi les principaux axes définis dans ce cadre, on trouve l'organisation d'événements sportifs internationaux majeurs axés sur la promotion du modèle sportif français et européen, le renforcement de la présence dans les fédérations internationales, le développement de collaborations et de partenariats dans des zones géographiques stratégiques. Ces objectifs reflètent la détermination de la France à utiliser le sport comme un moyen d'impact social et de coopération mondiale. Par exemple, les Jeux d'été de 2024 organisés en France sont une composante majeure de la diplomatie sportive du pays. Cet événement offre l'opportunité de promouvoir le sport français à la mesure mondiale, de souligner ses valeurs et de soutenir les mouvements sportifs mondiaux. Tout en prenant en compte les responsabilités environnementales, il vise également à servir d'exemple en matière de durabilité et d'impact social (Terret & Faure, 2021). Cette grande manifestation sportive internationale organisée en France pourrait contribuer à atteindre les objectifs stratégiques de la diplomatie sportive du pays.

Le « Diplomate du Sport », une figure importante qui assume un rôle de développement, de coordination et de représentation en travaillant en étroite services gouvernementaux, entreprises et régions. Basé à Paris, Samuel Ducroquet, opérant en tant qu'Ambassadeur du Sport, voyage régulièrement à l'étranger lors des pauses des événements sportifs internationaux la collaboration mondiale et promouvoir la position de la France sur les plateformes internationales. Les missions de l'Ambassadeur du Sport sont articulées autour de trois priorités principales (le Quai d'Orsay, 2024). Tout d'abord, il faut que coordonner les aspects internationaux et opérationnels des événements sportifs majeurs en France, en particulier la Coupe du Monde de Rugby 2023 et les Jeux de Paris 2024, mobiliser le réseau diplomatique et représenter les services ministériels. Deuxièmement, il s'efforce de contribuer aux objectifs de développement durable. Enfin, il cherche à influencer divers domaines, notamment en soutenant l'internationalisation des entreprises françaises dans le secteur du sport, en promouvant la langue française lors d'événements sportifs et en renforçant l'attrait de la région pour accroître.

3.3. Géants de la Technologie et Diplomatie Numérique: Le Capital Mondial et l'Évolution de la Communication Diplomatique

Les propriétaires de capitaux du siècle, leaders du capital mondial qui adoptent les technologies numériques, créent le phénomène du transhumanisme et utilisent des technologies moins nuisibles à la nature, sont des acteurs majeurs du capital mondial. Le changement de capital, nous sommes à une époque où l'infrastructure technologique se tourne vers une compréhension traditionnelle en se concentrant sur les mégadonnées. Au 21^e siècle, ceux ou celles qui dirigent le monde ne devraient pas être surpris par la transformation du capital. Cette diversité, associée à la variété des réseaux sociaux dans le contexte de la diplomatie numérique, confère une grande importance aux activités telles que la collecte, le traitement, le stockage et la distribution de données massives. Les données publiques, opérées avec les autorisations des utilisateurs sur les réseaux sociaux, permettent l'activité de la circulation numérique (Chartron, 2022). Le monde infini d'Internet signifie que les méga données génèrent d'énormes déchets numériques. Le nettoyage des déchets numériques constitue la phase intermédiaire.

Il est d'abord nécessaire de produire des méga données ; représente la première étape de ce processus. Le transfert de données via des téléchargements de fichiers (CVS, PDF, XLS), des applications web (Twitter, Facebook, Tumblr, etc.), ou bien par le biais d'API pour bases de données et matériels, ou encore la manipulation et la gestion de données via SQL, sont autant d'exemples de diverses techniques de collecte de données. En plus de ces deux étapes, la dernière étape est la phase de fouille de données ; cela nécessite des connaissances en programmation. Pour ceux qui ne possèdent pas de compétences en programmation, divers logiciels ont été développés : Tableau, Power BI en sont des exemples (Chartron, 2022). Grâce à ces logiciels, les réseaux sociaux contribuent à visualiser les données privées extraites les réseaux sociaux, l'académie, la santé et l'économie. Les réseaux sociaux constituent sur le contenu de la diplomatie numérique est dissimulé. Les réseaux sociaux façonnent les habitudes diplomatiques contemporaines et différentes pratiques de diplomatie publique peuvent être observées. Une communication axée sur les émotions peut être établie via des plates-formes. L'interaction émotionnelle obtenue selon les objectifs est soumise à des contrats numériques conformément aux autorisations des utilisateurs (Hedling & Bremberg, 2021). Les réseaux sociaux tels que Twitter, Facebook, Instagram, Spotify, LinkedIn, de la diplomatie publique, abolissent les frontières entre

espace privé et espace public. La mise en œuvre de la diplomatie numérique permet de concrétiser les pratiques diplomatiques.

Google, Facebook, Apple ou Microsoft demeurent capables de causer des dommages ou de procurer des avantages aux utilisateurs sur le marché mondial. Les caractéristiques économiques du marché des produits technologiques créés par ces monopoles constituent une limitation pour les nouvelles entreprises technologiques. Ces limitations comprennent des obstacles tels que la collecte de données, les effets de réseau et le fonctionnement du marché en ligne (Ryan Bourne, 2019). De nos jours, les géants de la technologie sont considérés comme des monopoles ou des monopoles potentiels dans divers domaines tels que la vente au détail, le sport, les médias sociaux, la musique et la vidéo, les navigateurs, les moteurs de recherche, la téléphonie mobile, la photographie, etc. À la mesure mondiale, les géants de la technologie peuvent influencer les tendances de l'histoire de la technologie la facilité de collecte des données et les stratégies d'achat. La confidentialité est d'une grande importance de la responsabilité des géants de la technologie. Les plates-formes médiatiques en ligne ont été témoins de nombreux scandales, et les utilisateurs ont été confrontés à diverses mises à jour des conditions de service.

Les produits de toutes les grandes entreprises technologiques ont deux principales sources : l'intelligence artificielle et la collecte de données. Cette compétition basée sur le *big data* et l'intelligence artificielle a lieu entre les géants de la technologie (Rikap & Lundvall, 2020, p. 11). Ces entreprises sont des organisations dotées de capitaux économiques et sociaux considérables. La concurrence peut se manifester dans différents domaines. Par exemple, la concurrence pour Amazon peut se faire avec des vendeurs tiers dans le commerce électronique, pour Microsoft d'ici l'accumulation technologique basée sur les données utilisateur, et pour Google, elle peut se présenter dans le marché de la recherche sur Internet avec un large flux de données. Les géants de la technologie visent à fournir certains de leurs services gratuitement afin de fournir un vaste réservoir de données. De plus, ces entreprises peuvent offrir ces services gratuitement en raison de l'utilisation des algorithmes d'intelligence artificielle à de R&D. La combinaison de ces facteurs permet aux géants de la technologie d'accroître leur capital social, économique et technologique.

Dans tous les domaines, les individus, les entreprises et les gouvernements continuent constamment de produire des données. La production de données la santé, les réseaux sociaux, l'université ou l'économie, se poursuit de manière difficile à prédire. La production de big data est assurée par des connexions en ligne, l'utilisation de smartphones,

de nombreux appareils électroniques, des applications et des logiciels. Les activités quotidiennes des utilisateurs, leur état de santé, les tendances, les caractéristiques de personnalité, les préférences de consommation, les comportements politiques et économiques, entre autres, sont analysés, et des algorithmes créent des options personnalisées pour les utilisateurs. Les zones à forte densité de population, en particulier en Chine et en Inde, peuvent être considérées comme des paradis de données, car ces régions sont comme des laboratoires de données. Cette situation est avantageuse pour les géants numériques qui tirent profit de l'exploitation minière de données (Lim, 2019, p. 14). Ces données produites peuvent ensuite être vendues à des entreprises privées et à des organisations gouvernementales. Bien que des situations négatives telles que le partage de données puisse survenir, l'analyse des données peut conduire à des résultats positifs les tremblements de terre, les infections, la logistique et les transports.

Les praticiens de la diplomatie publique jouent un rôle actif sur les réseaux sociaux en collectant des données massives, en élaborant des stratégies et en suivant les événements de l'actualité mondiale. Ainsi, les réseaux sociaux continuent de maintenir leur position progressive dans les processus tels que les négociations diplomatiques, la rétroaction des actions partagées, et la régulation des stratégies politiques. Les réseaux sociaux facilitent et façonnent la manière dont les gens communiquent ; les gouvernements utilisent des méthodes de communication numérique pour interagir avec les individus et comprennent les répercussions sur l'opinion publique en recevant des retours. La diplomatie publique peut obtenir des retours en analysant l'état émotionnel positif ou négatif basé sur des partages visuels et auditifs sur les réseaux sociaux (Pop, 2021). Alors que les gens continuent de communiquer en ligne sur les réseaux sociaux, ils effectuent également une sorte de migration numérique. À ce stade, l'objectif des praticiens de la diplomatie publique est d'atteindre les individus en accomplissant une activité d'écoute. La gestion de ces réseaux implique la collecte de données massives, le développement de politiques et la réponse aux actions sociopolitiques en écoutant; les réseaux sociaux incluent une utilisation stratégique basée sur des objectifs spécifiques (Pop, 2021). De plus, les praticiens de la diplomatie publique peuvent soutenir leur communication numérique en créant leurs propres sites web. Par exemple, les réseaux de communication interactifs établis par Affaires mondiales Canada (AMC) en 2003 ont lancé un dialogue social interactif entre le ministère et les individus, soutenant ainsi la communication sur la politique étrangère et les questions internationales. Ces réseaux interactifs ont été intégrés au site web « Global Affairs » en

réponse à des retours positifs. En conformité avec les objectifs socio-numériques définis par AMC, au lieu de plusieurs comptes sur divers réseaux sociaux tels que 115 comptes Facebook et 136 comptes X (anciennement Twitter), ces comptes ont été intégrés sur le site web « Global Affairs » pour atteindre numériquement les objectifs internationaux.

Les États ayant l'aptitude d'influence sur la le schéma mondial intègrent le processus de socio-numérisation, en faisant de ce phénomène une composante de leurs puissances. De nombreux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, Google, Yandex, Opera, etc.) rendent le dialogue international interactif grâce à des opportunités en ligne, et ce processus n'a pas de limites. Bien que les réseaux sociaux n'aient pas nécessairement une nature idéologique, émotionnelle ou politique, ils permettent la détermination des opinions publiques en fonction des actions sociopolitiques des utilisateurs et l'obtention de rétroactions (Burlacu, 2022). Parallèlement, ils peuvent contribuer à la réalisation de mouvements communaux et accélérer le processus. Par exemple, pendant le Printemps arabe, des messages révolutionnaires ont rapidement circulé d'ici du Caire, de Tunis et de Tripoli grâce aux réseaux sociaux. La relation des sociétés avec les réseaux sociaux peut entraîner des résultats positifs ou négatifs (U.S. Department of State, 2017). Le département d'État américain a intégré les réseaux sociaux comme des éléments stratégiques pour façonner. On assiste à une situation où les outils traditionnels de la politique étrangère se chevauchent avec les nouveaux systèmes de communication. Les concepts d'infrastructure, de communication et de communication de masse sont actuellement façonnés par l'impact de la numérisation (U.S. Department of State, 2017). Cette intégration permet aux États d'utiliser efficacement le domaine numérique dans les relations internationales.

Les États utilisent efficacement les plateformes en ligne dans un contexte socio-numérique pour atteindre les populations. L'adaptation de la diplomatie publique au numérique entraîne une reconstruction du système. L'ajout de ce nouveau contexte modifie également les mécanismes adaptés au stockage de l'information. Cette évolution affecte directement les formes de communication dans la communauté internationale (Burlacu, 2022). L'utilisation du contexte technologique comme un facilitateur encourage les personnes cherchant à accéder à l'information à former des groupes interactifs. Ils permettent divers les régions géographiques, cultures et groupes linguistiques. Ainsi, les pays peuvent partager et interagir avec la communauté internationale sur leurs cultures, politiques et autres sujets importants. Ce processus se réalise par le biais de la diplomatie numérique, permettant aux États de participer de manière plus efficace aux relations internationales.

La numérisation est de l'utilisation des technologies numériques et leur intégration dans les processus de communication. Avec la diplomatie s'est adaptée lui permettant ainsi de s'exprimer de manière plus efficace. La numérisation facilite le transfert de compétences du ministère aux ambassades dans le contexte de la diplomatie publique, offrant ainsi aux ambassades un rôle important dans la réalisation d'une diplomatie plus efficace et la mise en œuvre des décisions en matière de politique étrangère (Manor, 2019, p. 290). Les technologies numériques renforcent la capacité des ambassades à communiquer avec la population étrangère, à établir des relations avec les publics cibles et à gérer l'image du pays. Par exemple, l'ambassade de France à Washington utilise efficacement les outils de communication numérique pour promouvoir la politique étrangère française de manière conforme aux normes américaines. Dans ce cadre, ils prennent en compte les valeurs de la population numérique américaine et la perception de la France par les Américains (Manor, 2019, p. 291). Dans la deuxième étape de la numérisation, les ambassades ont développé une capacité accrue d'évaluation et de personnalisation pour communiquer de manière plus ciblée avec des publics spécifiques. Cela permet une transmission plus efficace des messages diplomatiques avec des stratégies de communication personnalisées adaptées aux caractéristiques des groupes de spectateurs. Avec la diplomatie numérique, réseaux sociaux, sites web, blogs, réunions en ligne et autres outils numériques peuvent mis en œuvre. Les ministères des affaires étrangères ont commencé à adopter la diplomatie numérique car la prolifération des technologies numériques a ouvert de nouvelles voies pour la communication et l'interaction. Le bureau du Royaume-Uni des Forêts et de la Commonwealth possède un Bureau de la Diplomatie Numérique qui s'occupe de divers aspects de la diplomatie.

Les gouvernements utilisent les outils numériques pour le bien-être de leurs citoyens à l'étranger. Ce processus implique les efforts des gouvernements pour s'adapter aux nouvelles dynamiques. L'objectif est de fournir un environnement axé sur le client et d'intégrer les innovations numériques dans leurs opérations. La culture professionnelle au sein des ministères des Affaires étrangères, le travail axé sur le citoyen peut être considéré comme une approche innovante. L'acceptation des données en open source comme étant « suffisamment bonnes » marque une révolution dans l'histoire de la communication diplomatique, car cela implique de donner un statut égal aux médias sociaux utilisés par les gens en temps de crise avec les canaux de communication officiels (Melissen & Caesar-Gordon, 2016, p. 9). Les diplomates se trouvent agiles et compréhensifs envers la société

civile de manière numérique, l'efficacité des activités consulaires d'un le Quai d'Orsay dépend désormais de sa capacité à suivre les tendances numériques. Alors que cette adaptation et ce changement dans les processus professionnels sont souvent expérimentés en profondeur par les diplomates, il est inévitable que des tendances similaires émergent dans les activités diplomatiques non axées sur les services, avec la situation de s'infiltrer et de se renforcer dans de telles activités.

3.3.1. Diplomatie Numérique Française: Réseaux Sociaux et Diplomatie D'Influence

La France a lancé plusieurs initiatives dans le domaine de la diplomatie numérique. L'aventure de la diplomatie sur Twitter en France a débuté en 2011. Le Quai d'Orsay de l'époque a ouvert un compte Twitter dans le but de promouvoir efficacement les activités et les politiques du ministère. Ce compte a offert la possibilité d'une communication rapide et d'un dialogue en suivant les comptes Twitter d'autres pays (Savaş, 2019, p. 61). De plus, la France a développé d'autres projets en faveur de la diplomatie numérique. Le site officiel du Quai d'Orsay dispose d'une section dédiée aux derniers développements, événements et projets liés à la diplomatie numérique. En outre, le gouvernement français collabore avec des *think tanks* de la diplomatie numérique.

La diplomatie numérique est un élément important de la diplomatie d'influence à la mesure mondiale, car elle représente une approche visant à promouvoir la culture, la langue et la pensée française à la mesure mondiale (Savas, 2020, p. 23). Dans ce contexte, la diplomatie numérique permet aux pays de diffuser leurs politiques et leurs idées à la mesure mondiale en utilisant Internet et les médias sociaux. Ces outils contribuent à transmettre le message de manière rapide et efficace, atteignant un large public à travers le monde. En même temps, ils offrent d'une communication rapide et d'un dialogue avec d'autres pays, renforçant ainsi les relations internationales. Cependant, il est important des certaines règles éthiques lors de l'utilisation de ces outils. Dans le respect de la diplomatie publique, les pays doivent éviter de s'immiscer dans les affaires intérieures d'autres pays et maintenir des relations avec tous les membres de la communauté internationale en utilisant les outils de la diplomatie numérique (Andreas Sandre, 2013, p. 47). De plus, ils doivent transmettre leurs politiques de manière réaliste et sensible aux préoccupations du public. Sinon, l'utilisation de ces outils de diplomatie numérique peut entraîner une perte de soutien populaire et de respect au niveau international.

En France, le ministère de la Culture et de la Communication a investi dans une série de projets d'ici de soutenir les innovations de la culture numérique et d'accroître l'influence culturelle à la mesure mondiale. En particulier, à travers ses unités spécialisées dans la diplomatie numérique, il renforce son image à la mesure mondiale en utilisant activement les plateformes. Ainsi, le monde diplomatique, traditionnellement considéré comme une institution fermée, est devenu plus transparent grâce aux médias sociaux, facilitant l'évolution des activités diplomatiques dans le domaine numérique (Savaş, 2019, p. 152). L'influence est un concept clé d'ici. Les interactions sur ces plates-formes comprennent le nombre de followers, la fréquence des mentions, la participation aux événements, les partages et les retweets; autrement dit, l'influence englobe tous les éléments qui dépassent la simple présence d'un utilisateur dans le monde numérique à travers ses *followers* (Andreas Sandre, 2013, p. 4). Atteindre avec succès des objectifs tels que l'écoute, la communication et l'engagement est crucial pour exercer une influence sur les médias sociaux.

Le spécialiste des médias sociaux, Brian Solis, souligne l'importance de l'effet en notant que chaque action entraîne une réaction, même si cette réaction est le silence, et que ces réactions sont liées aux lois de la physique sociale. Les mesures d'impact sont larges et sont souvent obtenues par des formules et des algorithmes déposés par des agences de marketing. L'impact est pour équilibrer la stratégie, le développement de produits et les campagnes publicitaires d'une entreprise. Dans la diplomatie publique, les mesures d'impact sont importantes pour comprendre les acteurs inhabituels créés par les réseaux sociaux et pour réviser continuellement les priorités de la politique étrangère (Duncombe, 2017, p. 552). L'objectif principal des praticiens de la diplomatie publique est de communiquer avec les individus et les institutions de la communauté, tant au niveau local qu'international, afin de créer davantage d'impact. L'impact a été un élément important des activités diplomatiques pour les Français au cours des périodes traditionnelle, moderne et postmoderne. Avant les traités de Westphalie au milieu du XVIIe siècle, le Cardinal de Richelieu a souligné l'importance des négociations constantes, les considérant pour de nombreux États. La diplomatie d'influence française a renforcé son impact sur la scène internationale au fil des époques traditionnelle, moderne et postmoderne, en se concentrant sur la résolution des conflits par le biais de la coopération et des négociations (Raymond, 2012, p. 153).

Les activités menées dans l'espace cybernétique revêtent un caractère transnational, l'utilisation par un État de ses propres lois et règlements peut devenir particulièrement compliquée, surtout lorsque le service est fourni par une entreprise étrangère. Cette situation

rend l'exercice de la souveraineté des États dans le cyberspace complexe et difficile (Alethawy, 2022, p. 82). Du point de vue de la diplomatie d'influence, des États tels que la France, notamment, font preuve de sensibilité dans le domaine numérique en ce qui concerne la protection du contenu, la limite de la liberté d'expression et l'assurance de la justice (Douzet, 2014, p. 12). L'augmentation du pouvoir économique des entreprises basées sur le numérique et leur résistance à la justice devient une priorité stratégique et de planification. La diplomatie numérique et la diplomatie d'influence française englobe des politiques et des initiatives visant à défendre ses intérêts en abordant des questions telles que la juridiction dans l'espace cybernétique, le contrôle du contenu et la protection des informations utilisateur. Il est une stratégie cruciale pour préserver l'influence de l'État dans le domaine numérique et établir un cadre international pour les questions de cyber sécurité.

La diplomatie numérique, certains défis tout en rendant qu'il y a la sécurité de l'information, la confidentialité des données et la cyber sécurité. Bien que la diplomatie numérique soit un outil utilisé en complément des méthodes diplomatiques traditionnelles, elle exige des praticiens de la diplomatie publique une maîtrise des compétences en communication efficace, de la compréhension culturelle, des compétences technologiques et des stratégies sur les réseaux sociaux (Delcorde, 2019, p. 57). Il est nécessaire d'être actif sur les réseaux sociaux et de s'adresser à un large public qui cela nécessite d'avoir le bon contenu et de comprendre. Les praticiens de la diplomatie publique ont le potentiel de créer une influence culturelle et politique en utilisant activement les médias sociaux et en interagissant personnellement avec eux (Delcorde, 2019, p. 60). La focalisation des États sur la diplomatie numérique offre d'importantes opportunités pour façonner l'image des pays, soutenir leurs politiques et exercer une influence à la mesure mondiale. Les réseaux sociaux influencent les relations diplomatiques et modifient les pratiques diplomatiques traditionnelles. La rapidité du partage d'informations et le potentiel d'interaction instantanée offrent un puissant moyen de communication pour les gouvernements et les ministères. Cependant, ces puissants outils de communication peuvent également entraîner une attente d'ouverture et de transparence en conflit avec les modèles de comportement diplomatique traditionnels. La manière dont les diplomates utilisent les réseaux sociaux et réagissent aux événements peut parfois susciter des controverses. Certains voient cette situation comme un facteur façonnant le processus diplomatique, tandis que d'autres considèrent cela comme une menace pour la diplomatie traditionnelle (Balzacq et al., 2020, p. 81).

L'émergence des technologies numériques ont marqué un tournant majeur dans la communication diplomatique. Cela exige des praticiens de la diplomatie publique une gestion attentive du monde numérique, car ils sont confrontés à de nouveaux défis tels que la diminution de la confiance en l'information, les préoccupations liées à la vie privée et la mobilité inter plateforme (Jennings Bryant and Andrea M.Holt, 2006, p. 24). Aujourd'hui, la diplomatie numérique ne se limite pas seulement à l'utilisation de la technologie, mais englobe également une compréhension de l'importance politique de la technologie et l'utilisation d'outils techniques à des fins diplomatiques plus larges (Stanzel, 2018, p. 37). Pour comprendre les dimensions numériques de la communication numérique, les éléments numériques en tant que méta-médias avec réside d'ici la circulation internationale de données numérisées telles que la culture, les idées, l'information, les relations et le capital ce qui influence la communication diplomatique. Ces plates-formes peuvent contrôler le flux d'informations, orienter l'interaction des utilisateurs avec le contenu et favoriser la diffusion de messages soutenant un certain agenda politique. Les relations de ces plates-formes avec d'autres entreprises numériques commerciales et leurs pratiques éthiques peuvent être des sujets de discussion importants dans le monde diplomatique. La gestion partagée de ces développements rapides nécessite une attention particulière à la gouvernance du monde numérique.

La diplomatie publique n'est plus simplement un transfert d'informations, elle est désormais un processus axé sur une communication interactive et le renforcement de relations à long terme. La diplomatie numérique offre la possibilité d'établir un dialogue égalitaire et mutuel entre les parties communicantes, et est considérée comme une forme de communication plus démocratique et interactive par rapport à la diplomatie traditionnelle (Bjola & Zaiotti, 2021, p. 230). Les médias sociaux, avec l'influence de la technologie et de la guerre de l'information, ont émergé et facilité le processus d'interaction des individus. Lorsqu'une personne ou une organisation adhère à des médias sociaux, elle accepte les règles spécifiques et les principes de cette plateforme. Par exemple, des médias sociaux tels que Twitter présentent leurs propres directives de contenu et ont le pouvoir de supprimer du contenu en cas de violation de ces directives (Corneliu Bjola & James Pamment, 2019, p. 107). Cela démontre que les médias sociaux portent la responsabilité de la modération et de la gestion du contenu. Les plates-formes de médias sociaux se concentrent sur la fermeture de comptes car la lutte antiterroriste. Cependant, cette approche peut conduire à ce que les groupes terroristes ouvrent de nouveaux comptes, créant ainsi un cycle. Plus grave encore,

il est possible que les groupes terroristes passent cryptées et difficiles à surveiller. Utiliser des stratégies différentes, telles que la collecte de renseignements et la focalisation sur les causes fondamentales, peut rendre les canaux de communication inefficaces à long terme pour obtenir des résultats plus efficaces dans la lutte contre la propagande et l'extrémisme en ligne (Corneliu Bjola & James Pamment, 2019, p. 105).

Dans le contexte international, la Diplomatie Publique 2.0, qui intègre des éléments numériques entre les acteurs sociopolitiques, est efficacement mise en avant. Cette nouvelle forme met l'accent sur la communication et la correspondance sous l'influence de la gouvernance des médias sociaux, changeant les scénarios d'événements pour mettre en avant la communication et la correspondance sous l'influence de la gouvernance des médias sociaux au lieu de réunions officielles. Les médias sociaux alimentent les praticiens de la diplomatie publique et permettent de définir des objectifs stratégiques. Au-delà des stratégies instantanées, des stratégies de communication à long terme sont élaborées et la tendance à l'empathie envers la société augmente (Lequesne, 2022, p. 35). Cette tendance permet la discussion et la négociation de questions politiques, sociales, culturelles et économiques sur les médias sociaux, permettant une participation active des citoyens. Ces plateformes offrent des opportunités pour créer un bénéfice et une conscience communs dans les événements sociaux. Cependant, les dangers potentiels de ce monde ne doivent pas être négligés. En particulier, les programmes générés rapidement sur les médias sociaux peuvent avoir une nature correcte ou incorrecte sur les leaders d'opinion ou les discours des citoyens dans les processus d'opinion publique (Keller et al., 2020, p. 2). Par exemple, lors de l'attentat du marathon de Boston, des informations erronées se sont rapidement répandues sur les réseaux sociaux, entraînant des discussions au niveau local et des allégations trompeuses concernant un étudiant innocent. De tels cas de désinformation peuvent entraîner de graves dangers pour la société en induisant des distorsions d'information ou de fausses nouvelles (Langin, 2018).

Dans ce contexte, les opportunités offertes par la Diplomatie Publique 2.0 et les responsabilités qui en découlent doivent être évaluées avec soin. Les événements des élections présidentielles de 2017 peuvent servir d'exemple. À cette époque, divers acteurs étrangers, en particulier certains médias basés en Russie et des usines à trolls sur Internet, ont mené diverses campagnes de désinformation visant à influencer la politique intérieure française. Le gouvernement français a pris diverses mesures pour lutter contre la diffusion de fausses nouvelles et de désinformation, en particulier pendant la période électorale. De plus, il a intensifié ses efforts en coopération avec les plateformes numériques pour

supprimer les comptes frauduleux et le contenu trompeur (Élysée, 2024a). La France a collaboré avec divers pays pour renforcer la cyber sécurité contre de telles campagnes. Les mesures prises pendant le processus électoral ont été mises en avant comme un effort visant à accroître la sensibilisation à la lutte contre la désinformation.

Les domaines d'activité étendus de la diplomatie numérique française sont coordonnés de manière efficace par l'Ambassadeur des Affaires Numériques menées par le Quai d'Orsay. Ces domaines d'activité sont organisés autour de six axes d'action fondamentaux. Tout d'abord, l'objectif est de renforcer l'autonomie stratégique de l'Europe et de soutenir la sécurité internationale dans le cyberspace (William Audureau, 2018). Deuxièmement, il s'agit d'établir des politiques et des réglementations pour réguler le contenu circulant et réglementer. Troisièmement, l'ambition est de fournir un leadership dans ce domaine en soutenant la nature ouverte et diversifiée d'Internet, en créant une confiance dans son utilisation et en contribuant à la gouvernance mondiale. Quatrièmement, il promeut le respect des valeurs démocratiques et de la langue française dans le monde numérique. Cinquièmement, l'objectif est d'accroître l'influence des acteurs numériques français à la mesure mondiale et de rendre la culture numérique française attrayante. Enfin, il vise à prendre une position de leader dans les technologies disruptives, notamment l'intelligence artificielle, et à développer des stratégies dans ce domaine (le Quai d'Orsay, 2024-c). Ces six domaines d'action principaux permettent à la diplomatie numérique française de jouer un rôle efficace et de leader à la mesure mondiale.

Les affirmations de Jean-Yves Le Drian sur la nécessité d'une régulation du domaine numérique par des actions diplomatiques professionnelles reflètent une approche similaire à celle du changement stratégique. Le Drian souligne la nécessité de former les diplomates aux questions numériques et croit que l'État français doit créer une présence forte dans ce domaine (Élysée, 2017). Il encourage notamment la formation d'agents spécialisés en sécurité numérique et du développement de la pensée stratégique. Le Drian souligne la nécessité du Secrétariat d'État aux Affaires numériques de soutenir la création de domaines de recherche stratégiques liés à la technologie numérique. Dans ce contexte, il met en avant l'engagement à faire de la technologie numérique la nouvelle frontière de la compétition mondiale et à coopérer. Parmi les diverses stratégies de cyber sécurité, la Loi française sur la cyber sécurité adoptée en 2018 se distingue comme une étape importante. Cette loi vise à protéger les infrastructures critiques dans les secteurs public et privé, à prendre des mesures contre les cyberattaques et à renforcer la cyber sécurité nationale (Legifrance & Élysée,

2018). De plus, l'importance accordée par la France à la coopération internationale en matière de cyber sécurité a été soulignée par l'appel du Président Emmanuel Macron lors de l'événement « Paris Call for Trust and Security in Cyberspace » en 2018 (le Quai d'Orsay, 2024-e).

La France dispose de divers acteurs contribuant aux activités de cybersécurité. Parmi ces acteurs, l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI) occupe une place prépondérante. Elle est responsable de la prévention des incidents informatiques visant l'État et les opérateurs vitaux, ainsi que de l'intervention efficace en cas de tels incidents. L'ANSSI emploie plus de 600 experts et est reconnue comme une référence en matière de normes de cybersécurité (Élysée, 2023a). Le Ministère des Armées, quant à lui, assume une double mission : assurer la protection des réseaux et intégrer les opérations dans l'espace cyber au cœur des opérations militaires. En septembre 2017, afin de renforcer ses efforts dans ce domaine, le Ministère a nommé un officier général (COMCYBER) chargé de la cyberdéfense sous l'autorité du Chef d'État-Major des Armées (Ministère des Armées, 2023). Au début de l'année 2019, a été publiée, et dans la même période, la doctrine de la cyberdéfense offensive en vue de les opérations militaires a été présentée au public. Les ministères de l'Intérieur et de la Justice jouent également un rôle crucial dans les efforts français de cybersécurité (Élysée, 2023a).

Dans cette optique, ils notamment le renforcement international de stabilité encourageant l'application du droit international et des normes de comportement responsable volontaires. Le développement continu de normes industrielles en matière de sécurité technologique constitue également une étape cruciale pour renforcer la résilience mondiale dans le cyberspace et favoriser l'harmonisation internationale (Élysée & G7 France, 2019). Dans cette optique, plusieurs mesures ont été prises, notamment le renforcement international du cadre de stabilité encourageant l'application du droit international et des normes de comportement responsable volontaires. De plus, la création de mesures de renforcement de la confiance et l'établissement de dialogues stratégiques sur les questions du cyberspace soutiennent le cadre de stabilité. Le développement continu de normes industrielles en matière de sécurité technologique constitue également une étape cruciale pour renforcer la résilience mondiale dans le cyberspace et favoriser l'harmonisation internationale (G7 Information Centre, 2019). Parmi pour assurer la sécurité de la chaîne d'approvisionnement et prévenir la propagation des outils malveillants en informatique, on compte des recommandations, des codes de conduite et des règlements introduits à

l'intention des entreprises. De plus, la création de procédures des marchés publics et l'utilisation de régimes efficaces pour contrôler l'exportation des outils malveillants en informatique sont également soulignées. Dans ce cadre, la diplomatie d'influence française vise à renforcer la coopération internationale en matière de cyber sécurité et à continuer de partager les meilleures pratiques dans ce domaine (G7 France Biarritz, 2019). Les pays du G7 demeurent résolus à agir ensemble pour assurer la stabilité et renforcer d'ici le cyberspace, formant ainsi un cadre mondial efficace en matière de cyber sécurité.

Selon le rapport de Diplomatie France pour 2019, d'importants changements ont eu lieu la structure et de la gouvernance du *Global Internet Forum to Counter Terrorism* (GIFCT). Ces changements visent à accroître ses sociétés fondatrices, notamment Facebook, Microsoft, Twitter et YouTube, en favorisant une participation accrue à la réforme. Le processus de restructuration inclut le lancement de divers groupes de travail et vise à élaborer un protocole de gestion de crise pour les États et les entreprises, en coordination avec les travaux menés par Europol et la Commission européenne (Élysée, 2020b). Ce protocole vise à fournir une réponse efficace en cas d'attaque terroriste. Par ailleurs, de dialogue étroit entrepris par le GIFCT avec les plateformes numériques, l'équipe de Diplomatie France a souligné sa mission conjointe avec des homologues allemands, britanniques dans la Silicon Valley, ainsi que les échanges structurants avec diverses entreprises numériques (le Quai d'Orsay, 2024-d). Dans ce contexte, les outils développés par l'équipe de Diplomatie France visent à faciliter une communication efficace avec ces acteurs numériques, tout en contribuant à l'obtention de légitimité et d'accès privilégié la bibliothèque publicitaire de Facebook ou le Centre de transparence des annonces X.

Selon le rapport d'activité de 2020 publié par Quai D'Orsay, la France mène une diplomatie active d'ici de promouvoir les valeurs démocratiques. Dans ce contexte, l'Ambassadeur du Numérique collabore avec la Direction Générale de la Mondialisation (DGM) et la Direction des Nations Unies, des Organisations Internationales, des Droits de l'Homme et de la Francophonie (NUOI) pour transposer cette politique dans le domaine numérique (le Quai d'Orsay, 2024-g). L'influence mondiale de la francophonie, la France aspire à jouer une tâche de leader dans l'élaboration de la stratégie numérique au sein de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF). Pour soutenir les travaux numériques de l'OIF, l'Ambassadeur du Numérique met l'accent une vision et des objectifs au sein de l'OIF en se concentrant sur des valeurs communes telles que le développement numérique, les réseaux de contenu en français et l'augmentation de la participation. La

diplomatie numérique française plaide également en faveur de la participation à la stratégie générale de gestion de l'OIF, du soutien des stratégies économiques et numériques de la Francophonie, ainsi que du soutien au développement des positions françaises au sein du groupe d'experts numériques (Portail de l'OIF). En conséquence de ces efforts, la communauté « Solidarité Francophonie Covid-19 », lancée en mars 2020, vise à soutenir diverses initiatives numériques pour lutter contre la pandémie en réunissant des compétences numériques du monde francophone. L'équipe de l'Ambassadeur du Numérique participe activement à la sélection des projets, au soutien des solutions et à la création d'une plateforme pour les innovateurs.

3.3.2. Les Stratégies de Diplomatie Numérique de la France dans le Cyberspace

Business France, a organisé une opération digitale sur les marchés. Cette opération vise à faciliter l'entrée des entreprises françaises de l'industrie du sport sur ces marchés et à explorer les opportunités de coopération. L'opération a bénéficié de la participation de représentants des Ministères des Sports ainsi que des comités d'organisation de la CAN 2023 (Coupe d'Afrique des Nations) et de Dakar 2026, qui représentent d'importants événements sportifs à venir en Côte d'Ivoire et au Sénégal. Des entreprises françaises de l'industrie du sport ont également participé à l'opération, et leurs présentations ont illustré leur potentiel d'activité. Parmi ces entreprises figurent des noms tels que Bodet, Marty Sports, Petitjean, Sparfel, Smart Solutions, Tarkett et Vogo Sport (Business France & Élysée, 2020). Les questions et l'intérêt exprimés par les deux parties a considérés comme des signes prometteurs car le développement futur de la coopération et des projets. Des réunions B2B (entreprises à entreprises) supplémentaires sont prévues dans le prolongement de cette opération, ce qui pourrait contribuer à renforcer les opportunités de coopération et de commerce. Cette opération digitale de Business France, une étape importante pour encourager les entreprises françaises de l'industrie du sport à pénétrer sur les marchés et à explorer les opportunités de coopération.

L'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis progressent rapidement dans l'industrie du sport, avec des développements importants et des activités de diplomatie sportive telles que le faits sportifs, la réalisation d'infrastructure et les efforts diplomatiques. En particulier, les projets d'infrastructure et les grands événements sportifs en Arabie saoudite se démarquent comme faisant partie des efforts du pays pour moderniser et accroître sa visibilité sur le schéma mondial. Ces projets visent à développer l'industrie et le tourisme

sportif en Arabie saoudite, tout en encourageant une plus grande participation des femmes dans le domaine sportif. D'autre part, les Émirats arabes unis se distinguent par des événements sportifs internationaux tels que l'Exposition universelle de Dubaï et le Grand Prix de Formule 1 à Abu Dhabi (Pascal Roger, 2021). Le pays entreprend diverses initiatives pour accroître le potentiel de croissance de l'industrie du sport, dans le but de devenir un centre sportif d'importance internationale. La tâche de la France d'ici région est également pris en compte. Les entreprises françaises se distinguent par leur expertise technique, leur formation et leur ingénierie. La rapide évolution de l'industrie du sport en Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis renforce leur influence sur le schéma mondial et souligne l'importance régionale et mondiale du sport. Les deux pays jouent un rôle actif dans les projets d'infrastructures, les grands événements sportifs et encouragent la participation des femmes aux sports. Ces activités visent à accroître la visibilité de modernisation. En termes de diplomatie d'influence française, l'expertise technique et le savoir-faire en ingénierie des entreprises françaises dans le domaine du sport jouent un rôle important dans cette région.

L'expertise de la France dans l'industrie du sport contribue aux projets sportifs et à l'amélioration d'ici. Cela montre que la diplomatie d'influence française a un impact positif sur le secteur sportif dans ces pays. La contribution de pays comme la France à ces développements pourrait favoriser davantage dans la région. La fiabilité des entreprises françaises de connaissances techniques, de formation et de performances sportives internationales est un avantage. La contribution des entreprises françaises à l'industrie du sport, par le biais d'événements et de projets d'infrastructure, renforcerait la diplomatie d'influence française. Le sport, en tant que langage universel rassemblant les gens, offre la possibilité à la culture et aux valeurs françaises d'être mieux reconnues à la mesure mondiale grâce au succès des entreprises ou des sportifs français lors de ces événements.

En France, avec la participation de marques renommées telles que Salomon, Millet et Babolat, la première pierre d'une nouvelle usine de chaussures entièrement automatisée a été posée et équipée selon les principes de l'Industrie 4.0. À Ardoix, en France, à environ deux heures du siège social de Salomon, une usine de chaussures entièrement automatisée est en construction (Henkel, 2020). Cette usine sera la première installation à utiliser entièrement automatisées et intelligentes dans la fabrication de chaussures. L'usine disposera de quatre lignes de production entièrement automatisées, couvrant toutes les étapes de la coupe des différents composants de chaussures au montage et à l'emballage des produits finis. Cela signifie que les principes de l'Industrie 4.0 seront appliqués dans le processus de

fabrication de chaussures. Le projet est réalisé dans le cadre d'une initiative conjointe de diverses entreprises, dont Chamatex, fabricant français de textiles, les fabricants de chaussures Salomon, Millet et Babolat, le fournisseur de technologie Siemens Digital Industries et la société d'innovation Groupe Zebra (Henkel, 2020). Il s'agit d'un exemple de forte collaboration entre des entreprises de différents secteurs. L'objectif de la construction de l'usine est de déplacer la production de l'Asie vers l'Europe, de réduire les temps de réaction et de rendre la production plus flexible. Il s'agit là d'une étape importante pour atteindre les objectifs de durabilité et encourager la production locale.

Un autre point important est que, plutôt que d'agir seul par crainte de perdre des avantages concurrentiels, la collaboration offre davantage d'avantages. Cela souligne la valeur des modèles de collaboration tels que les partenariats entre marques et les installations de production partagées. Tout en mettant en valeur le potentiel industriel et technologique, l'accent est également mis sur les objectifs nationaux tels que la collaboration, l'innovation et la durabilité. La possession de technologies de pointe et de processus de production contribue à représenter efficacement l'économie française à la mesure mondiale. Cela renforce la perception joueur économique mondial puissant sur le schéma mondial et contribue à la diplomatie d'influence française. Des entreprises françaises telles que Salomon, Millet et Babolat soulignent l'importance de la collaboration et des entreprises communes en travaillant ensemble vers un objectif commun (Jean-Marc Pambet & Lucie Andre, 2024). De telles collaborations permettent aux entreprises françaises d'être plus efficaces et démontrent l'engagement à coopérer et à renforcer. La durabilité et la sensibilité environnementale ont été au premier plan de la construction et de l'exploitation de l'usine (Salomon, 2024). Cela montre que les entreprises françaises remplissent leurs responsabilités environnementales et sociales et sont des pionniers en matière de durabilité sur le schéma mondial. Cela souligne également la contribution de la France aux politiques environnementales mondiales en tant que partie intégrante de la diplomatie d'influence française. Cela peut contribuer à la diplomatie d'influence française car il met en valeur la puissance économique, de coopération et d'innovation et les efforts de durabilité des entreprises françaises.

Business France, le 3 décembre, organise son assemblée annuelle dans le but de créer et promouvoir le réseau Rencontres Internationales des Grands Événements Sportifs (RIGES) proposé par la France. Cette réunion vise à rassembler des représentants du secteur sportif pour discuter de la diversité de l'industrie sportive française et des opportunités

internationales. Les événements et organisations sportives forment une industrie mondiale majeure. Les budgets des événements internationaux dans ces régions augmentent rapidement, offrant ainsi d'importantes opportunités aux entreprises françaises (Élysée & Business France, 2023b). Ces entreprises sont reconnues depuis longtemps dans le secteur sportif pour leur expertise et leurs offres de qualité. Elles se sont notamment spécialisées la précision des organisations, la qualité des infrastructures et l'innovation technologique. Par conséquent, positionnement des entreprises françaises sur des marchés tels que représente un potentiel considérable. Les événements sportifs internationaux organisés en Afrique, en particulier, stimulent le développement de l'industrie sportive dans la région. Les entreprises françaises jouent une tâche cruciale d'ici la fourniture d'infrastructures et l'organisation de tels événements. L'Asie, notamment des marchés comme le Japon, l'Inde et la Chine, connaît une croissance rapide dans le secteur sportif. Les entreprises françaises s'efforcent de renforcer leur position sur ces marchés et de nouer des partenariats internationaux. Des opportunités de croissance existent également où le potentiel de développement de l'industrie sportive est important. Les entreprises françaises adoptent différentes stratégies pour s'implanter davantage sur ces marchés et établir des partenariats (Élysée & Business France, 2023a). L'industrie sportive française est devenue un acteur majeur, offrant ainsi diverses opportunités pour exploiter son potentiel de croissance.

Le *Paris Game Week*, un événement de jeu vidéo à grande échelle organisé en novembre 2022 et que l'événement a accueilli 194 participants et 227 marques, attirant 317 000 visiteurs. L'événement a également distributeurs et entreprises de jeux vidéo du monde entier, notamment des géants français tels que Fnac et Ubisoft (Élysée & Business France, 2022). De plus, un stand était dédié aux « jeux fabriqués en France ». Cinq ministres français étaient présents pour soutenir l'industrie nationale lors du fait. Le nombre de fans de jeux vidéo en France a été annoncé à 37,4 millions. En 2021, il y avait 1 200 entreprises de jeux vidéo dans ce secteur, employant 5 000 personnes. Le gouvernement français a lancé divers programmes pour soutenir l'industrie du jeu vidéo, notamment des crédits d'impôt et le Fonds d'Aide au Jeu Vidéo (FAJV). De plus, des programmes de formation gratuits sont proposés aux jeunes. Les jeux vidéo ont été reconnus comme une forme de culture en France en 2006, avec l'octroi du Crédit d'Impôt Culture pour les jeunes. Le salon Paris Game Week et l'industrie du jeu vidéo en France sont des secteurs très prisés tant au niveau national qu'international (Paris Games Week, 2023). Le gouvernement français a lancé divers programmes de soutien pour favoriser davantage le développement de cette industrie.

SXSW est un événement majeur qui se tient depuis 1987 et qui est un point de rencontre pour l'innovation et l'industrie numérique (Business France & Élysée, 2019). Chaque année, cet événement accueille plus de 300 000 participants et offre une plateforme importante du monde entier. SXSW couvre une large gamme de sujets, de la musique à l'intelligence artificielle. Cela offre aux participants des opportunités pour accélérer leur développement sur le marché nord-américain. C'est un événement avec divers intervenants, où l'on retrouve non seulement de grandes entreprises comme Google, mais aussi des entreprises technologiques françaises. L'objectif est de présenter les entreprises innovantes de la France dans le domaine de la technologie lors de SXSW et de rencontrer des partenaires en Amérique du Nord (Emilie Beckmann, 2023). On prévoit la participation de 25 entreprises innovantes sous le drapeau de « French Tech ». Les entreprises françaises peuvent soumettre leur candidature jusqu'au 4 novembre. Les candidatures seront évaluées selon des critères tels que la nature innovante du produit, la solidité du plan d'affaires et le potentiel de succès. Les entreprises technologiques françaises utilisent des plateformes majeures comme SXSW pour renforcer leur présence en Amérique du Nord et promouvoir leurs innovations à la mesure mondiale.

Le salon technologique *VivaTech* organisé en France du 14 au 17 juin 2023 joue un rôle important en matière de diplomatie numérique. Ce salon est considéré des événements technologiques majeurs dans le monde, promouvant divers thèmes technologiques l'inclusion et la diversité des affaires. *VivaTech* aborde des sujets importants tels que la cyber sécurité, la technologie climatique, l'intelligence artificielle et la technologie avancée sur l'avenir de la technologie. De plus, le salon accorde une place importante aux technologies vertes et aux technologies sportives dans son fonctionnement. En particulier, le fait que le salon soit organisé en partenariat avec le collectif *Women & Girls in Tech* pour la troisième année consécutive montre son soutien à la présence et à la participation des femmes dans le domaine de la technologie (Élysée & Business France, 2023). De plus, le soutien aux politiques axées sur la diversité à travers des ateliers et des programmes de mentorat renforce l'accent mis par la France et l'inclusion d'ici le contexte de la diplomatie numérique. Le salon *VivaTech* en France met en avant le leadership du pays les solutions technologiques durables pour la mobilité innovante et la transformation numérique. La France encourage la coopération internationale en matière de technologie et d'innovation grâce à la diplomatie numérique, renforçant son influence dans la communauté internationale.

La Covid-19 a mis en difficulté les entreprises exportatrices évoluant dans le secteur du sport, et met l'accent sur les efforts déployés par des organisations telles que Business France pour faire face à ces difficultés. Les entreprises exportatrices du secteur sportif revoient leurs plans de développement commercial et s'efforcent de s'adapter pour maintenir leur présence sur le schéma mondial. Dans ce contexte, des organisations telles que Business France ont eu l'occasion de remodeler leurs approches et d'innover pour réussir sur les marchés internationaux. Il est particulièrement souligné que la fourniture d'informations précises, actuelles et pertinentes pour la planification future revêt une grande importance en 2023. Dans cette optique, l'Équipe France Export fournit un soutien aux entreprises en leur fournissant des informations par le biais de correspondants dans 55 pays pour accéder aux marchés.

L'Inde, aimerait se manifester davantage sur la scène sportive internationale et prend à cet effet diverses mesures. La population jeune et en rapide croissance de l'Inde, ainsi que sa classe moyenne émergente, contribuent à faire du sport une industrie importante dans le pays. Dans ce contexte, le gouvernement indien prévoit de faire d'importants investissements et de soutenir l'émergence de champions nationaux. De plus, le secteur privé commence également à investir dans le secteur sportif et à allouer une partie de ses budgets de responsabilité sociale des entreprises (RSE) à des projets sportifs. L'Inde lance diverses initiatives pour améliorer l'infrastructure sportive et accueillir des événements internationaux. Dans ce cadre, des candidatures sont ouvertes pour divers événements sportifs et d'importants projets d'infrastructure sont mis en œuvre. Des progrès sont également réalisés dans certains sports spécifiques comme les sports de montagne, où les entreprises françaises pourraient jouer un rôle important (Brinder Rault, 2021). L'e-sport devient également un domaine en pleine croissance en Inde, offrant ainsi un potentiel pour tirer parti de l'expérience des entreprises françaises. Cependant, pour les exportateurs souhaitant pénétrer le marché indien, il est essentiel de trouver des partenaires commerciaux locaux et d'établir un réseau de distribution. Dans ce processus, l'établissement de contacts au niveau local et la réponse aux appels d'offres locaux sont également d'une importance critique.

De plus, des programmes d'exportation sont proposés aux entreprises françaises pour leur permettre d'établir de nouveaux liens commerciaux. Il est souligné la nécessité pour les dirigeants d'entreprise de réexaminer leur propension au risque en matière d'exportation, et dans ce cadre, l'attention est portée sur des mécanismes de soutien tels que le Contrôle de

l'Exportation pour Encourager l'Investissement. Ces soutiens encouragent les entreprises à investir davantage dans leurs activités d'exportation en réduisant considérablement leurs coûts de recherche. Des experts du réseau international identifient les marchés en croissance, informent les entreprises sur les tendances actuelles et donnent des conseils sur leur approche de ces marchés. La diplomatie sportive, la nécessité pour les entreprises exportatrices du secteur sportif de revoir leurs plans de développement commercial en raison de la crise sanitaire reflète la possibilité que les événements sportifs internationaux et les collaborations puissent diminuer ou changer. De plus, les aides financières fournies pour soutenir l'exportation stimulent la motivation des entreprises à prendre des risques et à explorer de nouveaux marchés.



4. TROISIÈME PARTIE. LA DIPLOMATIE NUMÉRIQUE FRANCAISE ET LES JO DE PARIS 2024

Les événements sportifs diffusés par les médias à un large public jouent un rôle crucial non seulement en apportant divertissement et inspiration dans la vie des gens, mais aussi en façonnant les identités sociales et le développement personnel. Même ceux qui ne s'intéressent pas au sport sont inévitablement impliqués dans les discussions et les interactions suscitées par ces événements en raison des vagues sociales qu'ils créent. Cela conduit le sport à devenir une fraction intégrante de l'existence quotidienne et à avoir une conséquence considérable sur l'humeur générale et la prospérité de la société. Les grands événements sportifs créent des opportunités de transformation urbaine pour les villes hôtes. Des exemples comme Londres et Rio montrent comment ces événements peuvent transformer la structure économique et sociale des villes. Cependant, la durabilité et les impacts à long terme de ces événements doivent être pris en compte. Des problèmes tels que les installations inutilisées après les événements et les coûts élevés de maintenance nécessitent une planification minutieuse et des approches stratégiques. De plus, ces types d'organisations sont également un outil important pour la diplomatie culturelle. Les Jeux Olympiques et autres grands événements sportifs offrent aux villes et aux pays hôtes l'occasion de présenter leur patrimoine culturel, leurs attractions touristiques et leurs avancées technologiques sur la scène internationale.

À travers les plateformes numériques et les stratégies de communication, il est réalisable de promouvoir ces événements au monde entier et de stimuler les échanges culturels. Les Jeux en sont un exemple significatif dans ce contexte. L'événement offre non seulement des compétitions sportives, mais également l'opportunité de partager l'héritage culturel et historique de la France avec le monde entier. L'emplacement du Village Olympique, associé à des festivals culturels et des événements artistiques, vise à avoir un impact majeur dans divers quartiers de Paris. Grâce à la diplomatie numérique et aux applications interactives de tourisme, Paris 2024 devient ainsi un vecteur de transformation culturelle et sociale, allant au-dessus d'un seul fait sportif. L'organisation du méga-événements sportifs est un projet complexe et multidimensionnel qui affecte non exclusivement les amateurs de sport, par ailleurs divers secteurs tels que la culture, le tourisme et la technologie. Ces événements ont la capacité de renforcer les relations internationales, de promouvoir les échanges culturels et de remodeler l'image globale des

viles hôtes. Par conséquent, l'organisation et la mise en valeur de méga-événements sportifs nécessitent des approches stratégiques à grande échelle et des projets axés sur la durabilité. Dans ce contexte, le premier chapitre de cette partie sera consacré à une analyse de la dimension culturelle des Jeux.

Accueillir du méga-événements sportifs représente seul à la fois grandes opportunités et de sérieux défis pour les villes et les pays. Des événements sportifs mondiaux c'est-à-dire que les Jeux olympiques et la Coupe du Monde de la FIFA offrent aux villes et aux pays hôtes la possibilité de gagner en prestige sur la scène internationale, d'augmenter les recettes touristiques et de développer les infrastructures. Cependant, l'organisation de tels événements comporte également divers défis tels que les coûts élevés, le retour sur investissement financier, les sollicitudes s'agissant de sécurisation et la pénurie de soutien public. Ces dernières années, l'augmentation de ces défis et préoccupations a dissuadé de nombreuses villes et pays de vouloir accueillir de grands événements sportifs. Les facteurs économiques, politiques et sociaux sont des éléments importants qui influent sur la volonté d'accueillir de tels événements. La fragilité économique expose au risque de ne pas pouvoir supporter le fardeau financier des grands événements sportifs, tandis que l'instabilité politique et les priorités changeantes des gouvernements peuvent également réduire l'intérêt pour de tels événements. D'ailleurs, la généralisation des médias sociaux et des technologies de communication a permis aux critiques à l'égard des événements sportifs organisés dans les pays hôtes d'atteindre un public plus large, ce qui a donné naissance un supplément des réactions publiques. Cela a encore diminué la volonté des villes et des pays hôtes de se porter candidats pour de tels événements. Par exemple, les difficultés économiques rencontrées par la Grèce après les Jeux d'Athènes en 2004 ont mis en lumière les effets négatifs des grands événements sportifs sur la stabilité économique du pays hôte. De même, les manifestations qui ont eu lieu au Brésil lors de la Coupe du Monde de la FIFA en 2014 et des Jeux de Rio en 2016 ont clairement mis en évidence la réaction publique négative par rapport à ces événements et les coûts sociaux et économiques associés. Dans le deuxième chapitre, nous aborderons les défis posés par l'accueil de grands événements sportifs et leur impact sur les villes et les pays. Nous examinerons également, à travers l'exemple des Jeux de Paris 2024, le développement urbain et les retombées économiques des grands événements sportifs, ainsi que leur potentiel contribution aux domaines de la durabilité et de l'insertion sociale. Comprendre l'équilibre au dedans les opportunités et les défis présentés par l'accueil de

grands événements sportifs est d'un intérêt critique pour les villes et les pays envisageant de se porter candidats jusqu'à tels événements.

Historiquement, les majeurs faits y compris les Jeux olympiques ont été au siège des tensions géopolitiques et des manœuvres diplomatiques. Les boycotts survenus pendant les guerres mondiales et la Guerre froide illustrent à quel point de tels événements sont étroitement liés aux risques géopolitiques. Le CIO considère les Jeux non seulement comme une plateforme pour le sport, mais aussi comme un outil diplomatique. Dans ce contexte, les Jeux olympiques de Paris 2024 se distinguent comme faisant partie des efforts de renforcement de l'image internationale de la France et de réalisation de ses objectifs géopolitiques, allant au-delà d'un simple événement sportif. En outre, l'héritage des Jeux olympiques est évalué tellement à propos le d'équipement matériel que moral. Les éléments d'héritage tangibles tels que le développement des infrastructures sportives laisse des impacts durables dans les villes hôtes, tandis que les éléments d'héritage abstraits tels que les impacts culturels et sociaux peuvent avoir des effets à long terme sur un public plus large. Par conséquent, le patrimoine des Jeux olympiques est ressenti et évalué de différentes manières aux niveaux local, national et international. Les Jeux olympiques offrent également une importante opportunité à un pays hôte de promouvoir sa culture et de favoriser l'association internationale. En particulier, les diffusions médiatiques à grande mesure renforcent l'image mondiale du pays hôte, ce qui joue une tâche critique d'ici l'encouragement du tourisme international et la stimulation de la croissance économique. Prise en charge des Jeux par Paris en 2024 reflète l'importance que la France accorde au sport, à la culture et à la collaboration internationale. Enfin, l'importance croissante de la numérisation et de la cyber sécurité rend nécessaire la mise en place de nouvelles mesures de sécurité pour les méga épreuves tels que les Jeux. Les réseaux numériques et les appareils mobiles, appelés cyberspace, sont devenus des éléments critiques pour assurer la sécurité de ces événements. Dans ce cadre-là, les mesures de cyber sécurité et les stratégies de gestion des crises développées pour les Jeux visent à assurer la réalisation sûre et sans problème de l'événement. Dans le troisième chapitre, les aspects géopolitiques, de sécurité et d'héritage des Jeux seront examinés, et les différents niveaux d'impact de cet important événement seront analysés. Dans cette perspective, l'importance de l'événement aux niveaux local et international ainsi que les défis auxquels Paris sera confronté dans ce processus seront abordés.

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 représentent une opportunité unique pour explorer l'intersection entre la diplomatie numérique et le sport. Cette troisième partie de notre étude se penche sur les diverses facettes de la diplomatie numérique appliquée aux JO de Paris 2024, en mettant en lumière les stratégies, les innovations et les implications économiques et culturelles. Le visage numérique de la diplomatie d'influence, le chemin parcouru par les JO de Paris 2024, cette section, examine comment les JO de Paris 2024 ont utilisé la diplomatie numérique pour renforcer leur influence mondiale. Nous analyserons les stratégies mises en place pour engager une interaction globale et les applications spécifiques de la diplomatie numérique dans le contexte culturel des JO. Paris 2024 du point de vue de la diplomatie contemporaine, analyse économique des dimensions numériques, nous explorerons ici les dimensions économiques de la diplomatie numérique en relation avec les JO de Paris 2024. Cette analyse inclut les innovations et stratégies diplomatiques ainsi que l'émergence d'une nouvelle ère de diplomatie d'influence via les médias numériques. Parler le langage universel du sport avec la diplomatie numérique, JO de Paris 2024, enfin, cette section se concentre sur l'utilisation de la diplomatie numérique pour promouvoir le sport comme langage universel. Nous discuterons de la position géopolitique et cyber-géopolitique du sport et de l'analyse du langage universel du sport dans une perspective de diplomatie numérique. Ensemble, ces sections offrent une vue d'ensemble des multiples dimensions de la diplomatie numérique en relation avec les JO de Paris 2024, soulignant l'importance croissante de cette approche dans le paysage diplomatique contemporain.

4.1. Le Visage Numérique de la Diplomatie d'Influence: Le Chemin Parcouru par les JO de Paris 2024

Le terme de « théâtre géopolitique » désigne l'utilisation de événements internationaux, en particulier des Jeux Olympiques, comme des plateformes pour les pays de mettre en valeur leur pouvoir, leur influence et leurs relations diplomatiques à la mesure mondiale (Gay, 1997, p. 329). Dans le contexte des Jeux Olympiques, les pays utilisent généralement l'événement pour améliorer leur image internationale, promouvoir leur culture et renforcer leurs liens politiques avec d'autres nations. Servant de vitrine médiatique majeure où les pays peuvent attirer l'attention mondiale, promouvoir le tourisme et stimuler leur économie à travers une couverture médiatique étendue et des opportunités publicitaires. La couverture médiatique des Jeux Olympiques ne se limite pas seulement au sport, mais

met également en lumière les aspects culturels, les développements politiques et les problèmes sociaux dans le pays hôte et les pays participants (André SUCHET et al., 2024, p. 1). En rassemblant des individus du monde entier pour participer à un événement sportif commun, les Jeux représentent une manifestation visible de la mondialisation, dépassant les frontières nationales. Dans le contexte des Jeux Olympiques, la mondialisation implique un échange d'idées, de cultures et de technologies qui contribue à l'interconnexion des nations et à la promotion de la coopération internationale (Carole Gomez, 2022). Les Jeux utilisent de plateforme en vue de repousser les limites de l'activité physique, mettre en valeur les performances sportives de haut niveau et présenter les améliorations dans la science du sport et les techniques d'entraînement. En accueillant les jeux jusqu'à la troisième fois de son histoire, après les éditions précédentes de 1900 et 1924, la France témoigne de son engagement à promouvoir le sport, la culture et la coopération internationale. Prise en charge des Jeux en France reflète la riche histoire olympique du pays, son approche innovante du développement du sport et son engagement à promouvoir l'unité mondiale à travers la compétition sportive.

Les Jeux olympiques peuvent être envisagés comme un théâtre mondialisé à deux actes. Cette métaphore suggère que les Jeux olympiques ont deux aspects ou niveaux de performance à la mesure mondiale. Alors que l'universalisme associé initialement aux membres fondateurs des Jeux est maintenant devenu une plateforme pour les multinationales afin de se présenter à la population mondiale. Cette évolution marque un déplacement vers un spectacle plus commercialisé et mondialisé, loin des idéaux originaux d'unité et de fair-play. Bien que le CIO soit basé en Suisse, les Jeux olympiques fonctionnent davantage comme une foire sportive internationale, enchevêtrant les dynamiques de mondialisation et d'intérêts corporatifs (Sodan, 2023, p. 51). Les villes ne sont plus simplement des hôtes des Jeux olympiques, mais sont devenues parties prenantes de la compétition. Ce changement souligne comment les centres urbains sont devenus des acteurs actifs dans le spectacle mondialisé des Jeux, rivalisant pour le prestige, les bénéfices économiques et la reconnaissance internationale. Cependant, lorsque la mondialisation est affectée par des crises telles que les pandémies ou les récessions économiques, il est suggéré que le système olympique est confronté à des défis et à la nécessité d'adaptation. Lorsque les villes ne sont plus aussi désireuses d'accueillir les Jeux, le système olympique doit réévaluer sa structure et ses opérations pour rester pertinent et durable dans des conditions mondiales changeantes.

Les Jeux olympiques, la Coupe du Monde de la FIFA et le Super Bowl de la NFL, comme de grands événements sportifs, attirent l'attention de milliards de téléspectateurs à travers le monde, générant ainsi un vaste intérêt international et une couverture médiatique (Delaney & Madigan, 2021, p. 13). La couverture médiatique des sports, à travers des images en direct et des récits, contribue à la compréhension par les individus de leurs expériences et de leur environnement, tout en remplissant des fonctions de divertissement et d'inspiration. Même les individus non intéressés par le sport ne peuvent éviter les discussions sur les événements sportifs car ils sont largement présents dans les foyers, les bars, les campus universitaires et autres lieux publics. Le sport devient souvent le point central des conversations des gens, permettant aux discussions sur les équipes et les athlètes de se poursuivre avec un engagement aussi profond que leur capacité à influencer les humeurs, les identités et le bien-être. Ce centre d'intérêt commun permet aux gens de transcender le sport pour nouer de nouvelles connexions et renforcer les relations existantes. L'intérêt pour le sport contribue au développement personnel en permettant aux individus de s'identifier aux athlètes, aux équipes, aux entraîneurs et aux commentaires médiatiques. Cette participation contribue à accroître le capital social, renforçant ainsi le potentiel d'interactions sociales positives (Delaney & Madigan, 2021, p. 14).

Les Jeux olympiques (JO), en tant que Programmes d'Organisation Internationale, peuvent agir comme un puissant outil de diplomatie culturelle. Ces programmes peuvent attirer l'attention à la mesure mondiale en se focalisé sur les principes de durabilité environnementale comme l'amélioration de la qualité environnementale des villes et la création de logements et d'installations respectueux de l'environnement. En même temps, de tels événements peuvent modifier l'image d'une ville et promouvoir une image jeune, sûre et technologique (Machemehl & Robène, 2014, p. 10). Par exemple, les Jeux olympiques de Londres ont transformé les quartiers pauvres de Stratford, améliorant ainsi les déséquilibres sociaux et économiques et renforçant le soutien global à la santé de la ville (Appert, 2012, p. 18). Cependant, les effets à long terme de ces événements doivent être pris en compte; par exemple, certaines villes comme Rio ont été confrontées à des installations coûteuses abandonnées après l'événement en raison de coûts d'entretien élevés (Gignon & Delaplace, 2021a, p. 104). Par conséquent, il est considérable que les JO se concentrent sur des projets axés sur la durabilité et les avantages sociaux afin de pouvoir apporter des contributions à long terme. Étant donné que les grands événements sportifs ont le potentiel de modifier l'image des régions hôtes, la promotion de ces événements sur les plateformes numériques

et le soutien des projets de transformation urbaine par des stratégies de communication numérique peuvent rendre les régions hôtes plus attrayantes sur la scène internationale. Cela peut également augmenter l'interaction des régions hôtes sur la scène internationale et encourager les échanges culturels grâce à la diplomatie numérique.

Les méga événements sportifs offrent de nombreuses opportunités dans le cadre de la diplomatie culturelle. Ces événements fournissent une plateforme pour mettre en valeur l'attrait touristique d'une région spécifique et même pour transformer son image. Les organisateurs peuvent développer des stratégies en évaluant différents sites touristiques qui pourraient modifier les perceptions (Machemehl & Robène, 2014, p. 16). En particulier, la préparation à accueillir des jeux est une partie critique des stratégies de communication nationale et internationale. Ces événements peuvent créer un impact durable en attirant l'attention mondiale sur une région spécifique, un impact que d'autres événements pourraient ne pas réussir à obtenir. Par exemple, les Jeux olympiques organisés dans des villes telles que Barcelone, Londres et Pékin ont apporté des contributions significatives aux projets de transformation urbaine (Machemehl & Robène, 2014, p. 17). Cependant, l'impact de ces événements peut varier d'une région mal à l'aise compte tenu des besoins et des conditions uniques de propre région, nécessitant des stratégies spécifiques. Par exemple, des événements tels que Tokyo 2020 et Paris 2024 se déroulent dans un contexte différent en raison d'événements extérieurs uniques tels que le séisme de 2011 au Japon et les attaques en France en 2015, obligeant les régions hôtes à repenser et à remodeler leur image (Conversation, 2020). Les méga événements sportifs comme Paris 2024 permettent de mettre en valeur les caractéristiques touristiques spécifiques d'une région et potentiellement de transformer leur image. En évaluant les pratiques touristiques dans une région donnée, les organisateurs peuvent changer les perceptions en comparant et en contrastant différents sites ou pratiques.

Les mascottes olympiques sont des personnages adorables et mémorables qui reflètent l'atmosphère joyeuse et festive des Jeux olympiques. Chacune ajoute de la couleur aux Jeux olympiques avec sa propre histoire unique et sa symbolique. Le fait que les mascottes de Paris 2024 continueront cette tradition et refléteront l'esprit des Jeux olympiques est un développement passionnant. Dans l'ensemble de l'historique, nous avons vu diverses mascottes. Certaines, comme Misha, ont acquis une renommée internationale et sont devenues une partie intégrante de la symbolique olympique (Sean McAlister I. Publié le 11, 2022)

Figure 1: La mascotte de Paris 2024



(IOC, 2022)

Des mascottes comme Hidy et Howdy de Calgary 1988 ont mis en avant la symbolique locale, représentant la culture du pays hôte. Des mascottes telles que Copper, Powder et Coal de Salt Lake City ont reflété la diversité et les performances des athlètes. Ces derniers temps, des mascottes comme Bing Dwen Dwen ont été modernisées pour s'adapter aux développements technologiques et culturels et ont été conçues de manière frappante. De plus, des événements extraordinaires comme l'expédition de Misha lorsque l'espace ont accru la popularité des mascottes et sont devenus un élément de l'histoire. Il ne fait aucun doute que les mascottes de Paris 2024 auront une histoire et un caractère uniques (IOC, 2022). Ces mascottes refléteront l'esprit olympique et la culture de la ville hôte, offrant une expérience inoubliable à tous ceux qui participent aux Jeux.

À travers les plateformes numériques, les mascottes de Paris 2024 peuvent être présentées à un public international et partager l'enthousiasme et l'unité des jeux à travers le monde. Cela représente une opportunité importante en termes de diplomatie numérique, car les mascottes peuvent renforcer les échanges culturels et les relations internationales. Les jeux peuvent fonctionner comme un levier potentiel lorsque la transformation politique, économique et sociale en France. Les Jeux peuvent être utilisés comme un catalyseur pour les changements politiques, économiques et sociaux souhaités et peuvent encourager des développements sociaux plus larges (Bayle, 2023, p. 43). Les Jeux olympiques de Paris sont façonnés autour de l'utilisation de mascottes symbolisant des jeux révolutionnaires et du slogan présidentiel « bouger plus » visant à « mettre la France en mouvement ». Cependant,

les Jeux olympiques peuvent englober beaucoup plus que simplement des activités physiques et aborder des défis sociaux plus larges.

L'accueil d'un événement sportif majeur tel que les Jeux olympiques nécessite une préparation qui agit comme un outil pour les stratégies de communication nationales et internationales. Les organisateurs peuvent utiliser différentes stratégies telles que la mise en valeur des attractions touristiques et la transformation de l'image en évaluant différents sites et pratiques, utilisant ainsi l'événement comme une plateforme pour promouvoir non seulement un événement sportif, mais aussi l'héritage culturel et l'attrait touristique de la région hôte (Gignon & Delaplace, 2021a, p. 104). En mettant en avant les attractions touristiques de la région hôte sur les plateformes numériques et en comparant différents sites ou pratiques, les organisateurs peuvent profiter de l'occasion pour promouvoir non seulement l'aspect sportif des événements, mais aussi les richesses culturelles et touristiques de la région hôte. Cela peut contribuer à rendre les régions hôtes plus visibles et attrayantes sur la représentation mondiale grâce à la diplomatie numérique, mettant en relief l'abondance culturelle et la diversité des régions hôtes par le biais de la diplomatie culturelle.

4.1.1. Stratégies de Diplomatie Numérique Française: Paris 2024 et Interaction Mondiale

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 ont été attribués à la capitale française en 2017, donnant au pays sept ans pour se préparer à l'événement (République Française le Gouvernement, 2024). Le programme des Jeux Olympiques d'été 2024 sera divisé en 329 événements couvrant 32 sports (Paris 2024, 2024d). Cet événement de grande envergure ne se limite pas simplement à la localité de Paris, mais impacte également diverses régions du pays. Des installations symboliques telles que le Village Olympique, le Village des Médias et le Centre Aquatique Olympique seront situées dans la région de Seine-Saint-Denis. Cette zone accueillera les cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux ainsi que des événements sportifs majeurs tels que l'athlétisme et la natation (Laura Welfringer, 2017). Les Jeux offrent une opportunité d'encourager et de renforcer l'attrait touristique et culturel ; pendant en préparation des Jeux. La cérémonie d'ouverture historique des Jeux Olympiques de Paris 2024 aura lieu sur la Seine (Fast, 2024). Les sites olympiques tels que le Stade de France contribueront au développement de nouvelles formes de tourisme dans la région de Seine-Saint-Denis, en devenant un centre d'attraction touristique (Gignon & Delaplace, 2021a, p. 109). Les Jeux pourraient également contribuer à la diplomatie culturelle en promouvant l'héritage culturel et les attractions touristiques de la France sur la représentation

mondiale. Ces événements pourraient renforcer l'image internationale de la France en présentant aux spectateurs et aux athlètes internationaux l'histoire culturelle et riche du pays. Cela pourrait être soutenu par l'utilisation de moyens de communication modernes tels que la diplomatie numérique, élargissant ainsi l'impact des Jeux au-delà des frontières françaises pour atteindre un public mondial.

La focalisation des villes européennes et nord-américaines sur leurs fleuves témoigne d'une prise de conscience croissante de l'importance et du potentiel des fleuves dans les projets de développement urbain (ESO, 2004, p. 35). Cette tendance met en avant l'insertion des fleuves dans la vie urbaine par le biais de la réinvention des rives des fleuves en espaces de divertissement, de culture et d'espace public. L'exemple de la Seine à Paris illustre bien cette tendance. Des initiatives telles que Paris Plage soulignent la contribution des fleuves à la vie urbaine en fermant les rives aux véhicules et en les utilisant pour des activités publiques (Moutiez, 2021, p. 7). Cependant, la Seine elle-même est également soumise à une évaluation plus large. Des initiatives telles que la 15^e Mission d'Information et d'Évaluation de Paris visent à évaluer la tâche de la Seine dans divers domaines, notamment la conduite de l'eau, le contrôle des inondations, le tourisme, le patrimoine culturel, et bien plus encore. Cette approche holistique considère les fleuves comme des systèmes dynamiques jouant un rôle important dans la durabilité urbaine et la résilience (Andranovich & Burbank, 2011, p. 829). Dans le cadre des Jeux, la tâche de la Seine dans l'évolution des liens urbains et de l'identité est particulièrement mis en avant. On pense qu'elle jouera un rôle de liaison pour divers événements sportifs et sera perçue comme un élément unificateur. Cela soutient une approche qui souligne que les fleuves ne sont pas exclusivement des ressources naturelles pour les villes, mais aussi des éléments culturels et sociaux importants. Cela montre également la gravité de l'utilisation stratégique des fleuves dans les projets de développement urbain. Les plateformes numériques renforcent la participation du public aux projets de transformation urbaine des fleuves. Les plateformes de discussion en ligne, les enquêtes, les réunions virtuelles et les outils de cartographie permettent aux habitants de partager leurs opinions et de contribuer aux projets.

Les Jeux ont été célébrés au Louvre le mardi 23 avril avec divers événements et performances artistiques et culturelles, en lien avec des festivals artistiques et culturels. Cette institution culturelle a combiné ses ressources et ses distributions en collaboration sur quatre autres grands musées parisiens, le Centre Pompidou, le Musée du quai Branly, l'Orangerie et Orsay, pour offrir une expérience de chasse au trésor sur cinq parcours différents à Paris

(Sylvia Zappi, 2024). Ces musées ont été gérés avec une gestion de chasse au trésor reproduite dans différentes régions de Paris, lorsque la cible de soumettre un chemin unique et intéressant lorsque des propriétés de l'art, de l'histoire et de la culture. Ces efforts de collaboration ont non seulement encouragé l'interaction culturelle entre les musées, mais ont également encouragé l'engagement actif et interactif avec l'art et l'histoire pendant la période des Jeux.

Le modèle de la coordination des grands événements sportifs s'est étendu pour n'inclure non rien que les compétitions internationales, mais aussi les espaces intérieurs et extérieurs des stades. Cette expansion vise à offrir aux spectateurs une expérience de vie saine, mémorable et complète. Maximiser les avantages touristiques associés à de tels événements est devenu un objectif important pour les pays. Cela nécessite un système de partage dans les champs du tourisme, de la culture et des transports. Le projet implique la sensibilisation et la distribution des produits et services d'ici les domaines du tourisme, de la culture et des transports. Ce système facilite l'obtention d'annonciations sur les événements sportifs et les sites touristiques à partir de tous les sites Web, la fourniture de services de réservation et l'approche aux certifications. Ce système de partage, qui débutera par une version temporaire avec la Coupe du Monde de Rugby en 2023, entrera pleinement en vigueur en 2024 (République Française le Gouvernement, 2024). Pendant ce processus, l'objectif est de faciliter l'économie du tourisme en offrant des avantages économiques à chaque étape, de l'expérience du visiteur à la réservation sans acheter de billet (Pierre Godon & Clément Parrot, 2024). On s'attend à ce que le système facilite l'évolution d'achat de billets pendant les Jeux, améliorant ainsi l'expérience des visiteurs et maximisant les avantages touristiques. Les plateformes numériques peuvent offrir des expériences interactives aux visiteurs du Village Olympique. Les applications mobiles peuvent fournir aux visiteurs des informations, des orientations et des enjeux à jour sur les événements. À long terme, le système de routes touristiques vise à accroître la compétence de voyage des usagers et à viser une organisation événementielle complète et fiable en France. Cela pourrait contribuer à promouvoir les richesses touristiques et cultivées de la France à la mesure mondiale grâce à la diplomatie numérique. Cela renforce également le rôle des grands événements sportifs dans les relations internationales et encourage les échanges culturels.

Le Stade de Saint-Étienne, un lieu emblématique du football français, a accueilli l'AS Saint-Étienne et son riche passé historique. Ce stade a été témoin des moments historiques de l'AS Saint-Étienne. Aménagé en 1931, le stade a été modernisé à plusieurs reprises au fil

des ans pour répondre aux normes nécessaires pour accueillir de grands événements sportifs. Surnommé « Le Chaudron », le stade représente un mélange de tradition et de modernité (Paris 2024, 2024g). Il a été rénové et élargi à quelques réparations jusqu'à s'adapter aux compétitions sportives de grande envergure. Par conséquent, le stade accueille non seulement les matchs de l'AS Saint-Étienne, mais aussi des matchs de football et de rugby internationaux, de plus, accueillera les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 (Karche & Soulé, 2023). Le Stade de Saint-Étienne a également été l'hôte de grands événements internationaux. Les efforts de modernisation ont augmenté la capacité du stade et amélioré son accessibilité, le rendant ainsi capable d'accueillir des foules plus importantes. En plus des événements sportifs, le stade a également accueilli divers faits cultivés, en ce compris des shows de célèbres performeuses. Cela montre que le stade est non exclusivement la terre de sport, par ailleurs un centre de divertissement et de culture. À l'avenir, le Stade Geoffroy-Guichard continuera d'accueillir non seulement les matchs de l'AS Saint-Étienne, mais aussi des événements sportifs et culturels majeurs. Cela permettra de perpétuer l'héritage historique et moderne du stade, renforçant ainsi son importance d'ici le domaine du sport et du divertissement. La progression active du Stade de Saint-Étienne sur les plateformes numériques et son accès aux spectateurs internationaux contribuent à partager numériquement l'héritage culturel et sportif de la France.

La planification des tournois de football aux Jeux olympiques de Paris 2024 semble extrêmement excitante. Ces événements, qui sont une partie importante du football, se dérouleront dans sept villes différentes de France et dureront dix-huit jours. De plus, pour la première fois dans l'histoire, le tournoi de football féminin se terminera par une finale, ce qui représente une étape majeure (Bouhier, 2024). Avec le tirage au sort, les équipes et les spectateurs auront désormais accès au programme complet des matchs, ce qui indique l'approche d'un tournoi passionnant (L'Équipe, 2024). La remise de deux médailles d'or olympiques lors des Jeux olympiques de Paris 2024 revêt également une importance particulière. Ces événements mettront de nouveau en avant le football sur la scène internationale et démontreront la puissance et l'effet unificateur du sport. Ces événements mettront une fois de plus en évidence l'importance et l'attrait du football sur la scène internationale et offriront une opportunité de démontrer le pouvoir du sport pour rassembler les gens. À travers la diplomatie numérique, la diffusion des tournois de football aux Jeux olympiques de Paris 2024 auprès du public international et la promotion de l'événement à la mesure internationale peuvent contribuer au renforcement des liens entre les différentes

cultures. Cela en tant que moyen de partager une passion commune et de communication globale.

Les Jeux olympiques de la culture attirent l'attention en tant qu'initiative importante mettant en valeur le riche patrimoine culturel de la France et encourageant l'interaction culturelle (Paris 2024, 2024c). Vingt-quatre ambassadeurs culturels ont été désignés pour représenter diverses institutions culturelles du pays et incarner des valeurs telles que la jeunesse, la participation, l'innovation, l'excellence et le partage (République Française le Gouvernement, 2024). La mission de ces ambassadeurs est de diffuser la culture à une opinion plus large à travers les jeux, et d'accroître l'accès aux événements culturels. Cette initiative vise non seulement à influencer les activités culturelles en France, mais aussi à promouvoir la culture française à la mesure mondiale en élargissant l'accès aux collaborations et initiatives internationales. Elle vise à encourager le développement des pratiques artistiques et à soutenir les artistes en augmentant l'interaction culturelle, et à promouvoir l'inventivité et la nouveauté dans divers champs artistiques. De plus, elle vise à renforcer l'attrait de la France en tant que centre artistique et à en faire une destination de premier plan pour l'échange et la coopération culturels. Par exemple, la Basilique de Saint-Denis, qui devrait être une visite incontournable en France, a accueilli 138 000 visiteurs en 2019, ce qui souligne sa popularité et son importance historique (Gignon & Delaplace, 2021b, p. 106). De telles initiatives sont extrêmement précieuses pour la conservation, l'avancement et le partage de la succession culturel, et peuvent également contribuer à établir des liens entre les individus grâce à l'interaction culturelle et à la créativité artistique. Cela renforce le potentiel de la France à promouvoir et partager sa richesse culturelle et artistique à la mesure mondiale grâce à la diplomatie numérique et culturelle.

L'implantation du Village Olympique à Saint-Denis n'est pas une décision aléatoire, mais plutôt vue comme un mouvement stratégique. Cette région occupe une place importante étant donné que projet de développement urbain et d'intégration culturelle, faisant partie de l'initiative Grand Paris (Groupe Caisse des Dépôts, 2024). La contribution financière significative de la CDC (Caisse des Dépôts et Consignations) à ce projet vise à soutenir le développement du Village Olympique et à réduire les risques financiers (Lebeau, 2018). L'investissement de la CDC repose sur une stratégie exploitant l'augmentation de la valeur propriété foncière résultant de la revente des logements du Village Olympique pour compenser les lacunes de revenus dues à la faible rentabilité du projet Cinéma Ville. Après les Jeux, la conversion des terrains acquis par la CDC en unités de logement permettra non

seulement de garantir une utilisation durable des infrastructures après l'événement, mais également de maximiser le rendement de l'investissement de la CDC. Cette démarche stratégique souligne l'expertise de la CDC en substance d'investissements immobiliers et sa capacité à combler les éventuels déficits financiers en transformant stratégiquement le Village Olympique en propriétés résidentielles. Le Village Olympique situé à Saint-Denis/L'Île-Saint-Denis n'est pas seulement un lieu pour accueillir des événements sportifs, mais aussi un outil stratégique pour l'intégration du développement urbain et des opportunités économiques (Paris 2024 & Groupe Caisse des Dépôts, 2023). Avec les plateformes numériques appuyées pour la vente et la gestion des unités résidentielles du Village Olympique. Les sites Web interactifs, les visites virtuelles, les systèmes de réservation en ligne et autres outils numériques peuvent faciliter l'interaction avec les acheteurs potentiels et optimiser la gestion. Cela peut être considéré comme un investissement visant à assurer la durabilité à long terme sur les plans sportif, culturel et économique.

La France a accueilli toutes les grandes manifestations sportives internationales de 1998 à 2024 et a mis en valeur son expertise solide et historique dans l'organisation d'événements à la mesure mondiale. En particulier, du 26 juillet au 9 septembre 2024, la France accueillera les Jeux, un événement majeur nécessitant une préparation minutieuse et une coordination importante (Le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, 2024b). La compétence de la France d'ici la réception de ce type d'événements sportifs de grande envergure est désormais largement reconnue et incontestée, mettant en évidence sa capacité à organiser des événements sportifs à grande échelle. La planification méticuleuse et l'approche disciplinée adoptées pour se préparer aux Jeux témoignent de la détermination de la France à garantir le succès de cet événement unique et prestigieux. On s'attend à ce que l'événement attire environ 11 000 athlètes de divers pays et plus de 13 millions de spectateurs, ce qui en fait l'un des événements sportifs mondiaux les plus importants (Castex, 2020). La Délégation interministérielle aux jeux olympiques et paralympiques (DIJOP), placée sous l'autorité du Premier ministre, joue un rôle essentiel dans la coordination des divers intervenants pour assurer le succès des Jeux à Paris et en France (info.gouv.fr, 2024). Jusqu'en juillet 2020, l'équipe dirigée par Jean Castex continue activement de coordonner d'autres grands événements sportifs en s'appuyant sur l'héritage d'une gestion d'événements efficace (Cadot, 2020, p. 54). L'expérience de la France dans l'accueil de grands événements sportifs renforce sa capacité d'organisation et sa réputation à

propos la mesure mondiale, tout en offrant de nombreux avantages culturels et sociaux. Cela permet à la France de continuer à miser une tâche de leadership à l'égard de l'ampleur mondiale et de créer des impacts positifs à l'échelle nationale.

Le succès des Jeux 2024 repose largement sur une planification minutieuse et intégrée. Cette planification implique une étroite collaboration en matière de sécurité entre divers acteurs, notamment les forces de l'ordre et les acteurs de la sûreté privée. En 2019, le programme « France 2024 » a été élaboré par la DIJOP avec la contribution de tous les ministères. Ce programme vise à évaluer les impacts économiques, sociaux et culturels des Jeux olympiques et paralympiques à l'échelle nationale, conformément à la stratégie adoptée par Paris 2024. Ces réglementations et programmes constituent une base importante pour la réussite durable de Paris 2024 (Élysée, 2023b). Terre de Jeux 2024 crée une étiquette ou une identité pour les Jeux. Cette étiquette vise à encourager les gens sur place à pratiquer le sport et à augmenter la contribution aux Jeux. De plus, elle vise à encourager la participation à de grands événements internationaux de ce type et à permettre à ces événements d'exprimer ces caractéristiques de régions. Cela vise à renforcer l'efficacité de la participation locale en soutenant la communauté et en suscitant l'enthousiasme. Le projet Paris 2024 vise à rassembler les citoyens français, les communautés francophones et ceux qui s'intéressent à la culture française en mettant en avant l'identité nationale et la culture de la France. Dans cette optique, la promotion générale de Paris et de la France ainsi que l'augmentation de la valeur de la marque sont visées (le Quai d'Orsay, 2024.-f). Les Jeux de Paris 2024 visent à renforcer l'impact économique et culturel de la France à la mesure mondiale (Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, 2019). Ces événements visent à accroître l'attrait du pays en mettant en valeur son potentiel touristique, sa richesse artistique et culturelle, sa gastronomie et d'autres domaines forts. Les ambassades de France participent activement au projet Paris 2024 afin de rapprocher la France du mouvement sportif international. Ainsi, des relations plus étroites avec des organisations sportives internationales telles que les comités olympiques nationaux et les comités paralympiques nationaux visent à élargir et à renforcer le domaine diplomatique.

4.1.2. La Culture et JO: Applications de la Diplomatie Numérique aux JO de Paris 2024

La philatélie, également connue sous le nom de collection de timbres, a une relation très ancienne avec les Jeux olympiques. Cette relation a débuté pour la première fois avec les Jeux olympiques d'Athènes en 1896 et perdure depuis lors (TF1 INFO, 2024). La

philatélie a été utilisée comme un moyen important de refléter l'esprit et l'importance des Jeux olympiques. À chaque période des Jeux olympiques, des timbres officiels dédiés à l'histoire et à l'esprit olympiques ont été émis, ils ont joué un rôle important dans la préservation de la mémoire des Jeux et dans l'enrichissement des collections. En particulier, La Poste, de 1968 à 1992, a pris des mesures pour protéger et enrichir la collection des Jeux olympiques en respectant les athlètes et l'esprit olympique. En 2017, La Poste a émis un coupon approprié pour publier des timbres officiels pour les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 (Paris 2024, 2024b). Ces timbres, qui contiennent le logo et les symboles de Paris 2024, symbolisent la continuité de la relation avec les Jeux olympiques. Ces timbres sont considérés comme un puissant moyen de transmettre l'esprit et l'importance des Jeux olympiques aux générations futures, allant au-delà d'une simple pièce de collection qui symbolisent la continuité de la relation avec les Jeux olympiques. Ces timbres sont considérés comme un puissant moyen de transmettre l'esprit et l'importance des Jeux olympiques aux générations futures, allant au-delà d'une simple pièce de collection.

Parmi les villes qui accueilleront les Jeux, on trouve non seulement Paris mais aussi diverses municipalités de la région Île-de-France. Ces municipalités comprennent des villes telles que Le Bourget, Colombes, Saint-Denis, Vaires-sur-Marne, Nanterre, Villepinte, Versailles, Élancourt, Saint-Quentin-en-Yvelines et Guyancourt (Pierre Godon & Clément Parrot, 2024). Ces municipalités fourniront des lieux pour diverses disciplines sportives et événements. De plus, des villes comme Châteauroux accueilleront des compétitions de tir, Lille des événements de handball et de basketball, et Marseille des événements de voile (France Bleu, 2024). Teahupo'o à Tahiti organisera également des compétitions de surf pour promouvoir l'inclusivité et la diversité de la participation sportive (Explore France, 2024). Ces diverses villes contribueront à diversifier et à rendre plus inclusifs les Jeux en accueillant différentes disciplines sportives et en favorisant le développement de différentes régions.

L'augmentation spectaculaire du nombre de spectateurs à l'Opéra Nice Côte d'Azur après la COVID-19 est remarquable. Une augmentation de 93% des événements d'opéra et une augmentation de 84% de la participation reflètent un intérêt croissant du public pour les performances d'opéra. De plus, une augmentation de 10% des abonnements et une augmentation de 24% des sièges vendus ont été enregistrées. En particulier, une augmentation de 27% du public jeune montre un intérêt croissant des jeunes pour les activités culturelles. Le succès de cette tendance met en évidence l'importance de la mise en œuvre de politiques culturelles stratégiques par les institutions culturelles. Par exemple,

l'événement Olympiade des Olympiades présente une fusion dynamique d'un orchestre philharmonique comprenant non seulement des danses classiques, hip-hop et baroques, mais aussi des compositions de Vivaldi, offrant ainsi une diversité artistique et fournissant une plate-forme aux jeunes talents (Marie-Aude Roux, 2024). Le leadership de Jean-Christophe Spinosi et la direction créative d'Eric Oberdorff ont joué un rôle déterminant dans le succès de cet événement. Sous la direction de Spinosi, le répertoire musical tiré de L'Olimpiade de Vivaldi offre profondeur et diversité aux spectateurs (L'Olympiade des Olympiades, 2024). Ces événements sont d'une importance cruciale pour attirer les jeunes spectateurs vers les activités culturelles et leur offrir l'occasion d'expérimenter les différentes facettes de l'art.

Qu'ils soient sportifs, quel que soit leur discipline, leur niveau ou leur réputation, le fait que les menaces en ligne, les insultes voire les menaces de mort soient de plus en plus dirigées contre eux est une situation préoccupante. Cette utilisation abusive en ligne se propage librement sur diverses plateformes telles que les réseaux sociaux, YouTube et les articles en ligne, devenant ainsi visible pour un large public. Les sportifs sont exposés publiquement à ces aspects négatifs qui peuvent affecter leur santé mentale et potentiellement leurs performances (Sarango, 2022). Alors que de grands événements comme les Jeux approchent, les autorités françaises et des instances comme le CIO s'inquiètent de l'augmentation du harcèlement en ligne à l'encontre des sportifs. En particulier, les réactions suscitées après que la judoka française Romane Dicko ait partagé une vidéo de danse en ligne sont mises en avant (Mustapha Kessous, 2024b). Ces commentaires visent l'apparence de Dicko, mettant en lumière l'intersection de la honte corporelle et du racisme dans le harcèlement en ligne. Il est souligné l'urgence de prendre des mesures pour lutter contre le harcèlement en ligne auquel sont confrontés les sportifs, car cela a des effets néfastes sur leur bien-être et leurs performances. Par conséquent, des mesures plus efficaces doivent être prises pour garantir la sécurité en ligne des sportifs et renforcer les systèmes de soutien. Des organisations telles que le CIO devraient jouer un rôle plus actif dans la détection et l'intervention contre le harcèlement en ligne en utilisant des solutions technologiques telles que l'intelligence artificielle (Athlete 365, 2024). De plus, les sportifs devraient bénéficier de services de soutien psychologique et de conseils pour les aider à faire face au harcèlement en ligne. De cette manière, la sécurité en ligne des sportifs peut être assurée et les effets de telles expériences négatives peuvent être réduits au minimum.

Les mesures prises pour protéger les athlètes contre le cyber harcèlement sont sérieusement prises en compte par l'organisation française des Jeux ainsi que par le CIO. Le fait que les sportifs soient confrontés à une augmentation des insultes et des menaces en ligne sur les plateformes numériques est une situation préoccupante, comme l'a souligné Kirsty Burrows, chef de la pratique sportive sûre au CIO, qui a indiqué que cela pourrait entraîner chez les sportifs un sentiment d'insécurité et d'épuisement préalable à la compétition (Mustapha Kessous, 2024a). Pour faire face à ces préoccupations, l'utilisation de systèmes d'intelligence artificielle est recommandée. Ces systèmes visent à détecter et à supprimer rapidement les contenus nuisibles. De plus, la présence de psychologues dans le village olympique et le soutien aux sportifs sont également envisagés. Le Ministère français des Sports suggère que les sportifs pourraient bénéficier de l'aide d'une entreprise française spécialisée pour protéger leurs comptes sur les réseaux sociaux. Cette entreprise vise à assurer la sécurité des sportifs en utilisant l'intelligence artificielle pour détecter et masquer les contenus toxiques (Bayeux, 2024). L'objectif de cette approche proactive est de réduire le risque de cyber harcèlement pour les sportifs et de les protéger. De plus, il s'agit d'une étape importante pour soutenir psychologiquement les sportifs et leur permettre de se sentir en sécurité. De telles mesures sont nécessaires pour garantir que les sportifs puissent concourir dans un environnement en ligne sûr et sain, tout comme sur le terrain de jeu. De plus, le cyber harcèlement entraîne une responsabilité légale et pénale (Le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, 2024a).

Le Comité d'organisation de Paris 2024 (COJOP) vise à augmenter considérablement les ventes d'ici à l'événement de 2024. Edouard Bardon, directeur de la licence et des ventes, garantit que les ventes doubleront chaque mois en 2024 (Emma Barets, 2024). Une comparaison est établie entre les pics de ventes en 2023 liés à des événements spécifiques tels que la rentrée scolaire ou Noël et la tendance de ventes plus régulière observée depuis le début de l'année en cours. Les Jeux olympiques (26 juillet - 11 août) et les Jeux paralympiques (28 août - 8 septembre) seront accompagnés d'environ 150 points de vente en plus des vingt à quarante sites de compétition et de célébration existants en dehors du site principal. Les clients internationaux peuvent généralement être plus compréhensifs en raison des effets attendus et des opportunités temporaires. Ceci est particulièrement vrai pour les grands événements ou occasions. Cela peut expliquer les habitudes et préférences de consommation. De plus, les conditions économiques, les tendances ou les événements à un moment donné peuvent influencer le comportement des clients et donc façonner leurs choix

d'achat, en fonction de l'accent mis sur les habitudes de consommation en constante évolution.

L'État français prévoit de mettre en œuvre diverses mesures d'accessibilité pour les Jeux en collaborant avec le Comité d'organisation des Jeux Olympiques de Paris 2024 (COJOP), la ville de Paris et les principaux opérateurs de transport. Parmi ces mesures figurent 350 000 fauteuils roulants et des solutions adaptées aux besoins spécifiques (Nicolas Lepeltier, 2024). Les supports infographiques seront publiés sur les sites web des ministères sociaux et du Cojop (desjeuxsporttous.fr, 2024).

Figure 2 : micromag-dijop



(desjeuxsporttous.fr, 2024)

Ces infographies sont spécialement conçues pour assurer l'accessibilité à tous les individus en proposant des résumés avec des commentaires audio, des traductions en langue des signes et des contrastes. En septembre 2023, les dernières réunions interministérielles du comité de blocage auront lieu, et parmi les priorités identifiées pour garantir l'accessibilité universelle, on retrouve la réhabilitation de l'accessibilité du métro d'Île-de-France et l'augmentation du nombre d'ascenseurs dans les stations.

Tony Estanguet a participé à la cérémonie de la flamme à Marseille (Le Monde & AFP, 2024b). Le 16 avril, la flamme olympique pour Paris 2024 a été remise au président du COJOP, Tony Estanguet, lors d'une cérémonie en Grèce, avec Florent Manaudou comme premier porteur (Imbo, 2024). Tony a souligné la nature symbolique de la flamme, affirmant que l'emblème emblématique des Jeux Olympiques se poursuivait en France. La célébration de la flamme servira de plateforme pour honorer les légendes du sport français et offrir une expérience spectaculaire aux spectateurs. La tradition de porter la flamme olympique fait partie du patrimoine culturel du sport et des nations. Cet événement fournit une plateforme pour célébrer la culture et l'histoire sportives françaises. De plus, la cérémonie de la flamme souligne le rôle unificateur et culturel du sport dans le tissage de liens entre les communautés (uMap, 2024). La diffusion en direct de la cérémonie de la flamme et les partages sur les réseaux sociaux reflètent le rôle des technologies de communication numérique et des médias dans les événements culturels. La diffusion en direct et les publications sur les réseaux sociaux de la cérémonie de la flamme permettent d'atteindre un large public sur les plateformes numériques, renforçant la visibilité de l'événement et représentant la transformation numérique des événements culturels.

En ce qui concerne les éléments symboliques des Jeux Olympiques et Paralympiques que sont les torches et les vasques, Paris 2024 a décidé de collaborer avec le designer français Mathieu Lehanneur (Olympics.com, 2023a). La présentation du design de la torche est prévue pour 2023 et mettra en avant une combinaison d'innovation et de symbolisme pour les prochains événements olympiques et paralympiques. Mathieu Lehanneur exprime sa joie et son sentiment de responsabilité d'être partie prenante de cet effort historique, soulignant l'importance de façonner les valeurs et d'exprimer les émotions à travers des objets symboliques (Vicky Chahine, 2024). En collaborant avec Paris 2024, Lehanneur vise à imprégner l'esprit des Jeux de beauté, de légèreté et de générosité, apportant ainsi une nouvelle dimension au slogan des Jeux Olympiques. Le répertoire de design de Lehanneur couvre un large éventail de domaines, allant des projets de mobilité aux meubles urbains, en passant par les intérieurs de musées et les produits technologiques. En combinant l'esthétique avec la durabilité dans ses designs, Lehanneur renforce cette approche à travers ses collaborations avec des marques de prestige et des institutions de premier plan. Son approche innovante et son succès dans divers projets lui ont valu une position respectée dans le monde du design. Ses designs primés et sa renommée mondiale soulignent l'importance et la valeur de sa contribution à Paris 2024. Cette collaboration met en évidence l'importance

internationale à la fois des symboles des Jeux et du design français. À travers la diplomatie numérique, cette collaboration peut être présentée à un public international, mettant en avant l'influence mondiale du design français et renforçant ainsi les échanges culturels et les relations internationales (Paris 2024, 2024a).

4.2. Paris 2024 du Point de Vue de la Diplomatie Contemporaine: Analyse Économique des Dimensions Numériques

Accueillir de grands événements sportifs comporte de nombreuses difficultés et préoccupations qui peuvent dissuader les villes ou les pays de les accueillir. Parmi ces défis, on trouve les coûts élevés, le retour sur investissement financier, les préoccupations en matière de sécurité et le manque de soutien public. En conséquence, une diminution des candidatures peut réduire l'intérêt pour accueillir des méga épreuves sportives. Les raisons politiques et économiques pratiquent une tâche important dans le déclin des villes ou des pays désireux d'accueillir de grands événements sportifs (Bayeux, 2021, p. 32). L'instabilité politique, la crise économique ou les changements de priorités gouvernementales peuvent contribuer à une réticence à soumissionner pour l'organisation d'événements. Ces facteurs peuvent entraîner une baisse des candidatures. Le coût de l'organisation d'événements nationaux ou internationaux peut être élevé pour les gouvernements locaux et les contribuables. Le développement des infrastructures, la construction d'installations, les mesures de sécurité et autres exigent des budgets importants. Bien que ces investissements puissent apporter des avantages économiques à long terme, ils peuvent également représenter des charges financières à court terme. De plus, les impacts sociaux et environnementaux de l'accueil doivent également être pris en compte (Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques, 2024a).

Les grands événements sportifs peuvent avoir diverses répercussions sur les communautés locales, parfois y compris des impacts négatifs. Cela peut également réduire le soutien public. En conclusion, les difficultés et préoccupations liées à l'accueil de grands événements sportifs peuvent dissuader les villes et les pays de les accueillir. Par conséquent, les villes et les pays envisageant d'accueillir de tels événements devraient prendre ces facteurs en compte lors de leur prise de décision. La diplomatie d'influence française vise à acquérir une position forte sur la scène mondiale à travers le sport (Ambassade de France au Laos, 2016). Dans ce contexte, les avantages et les défis liés à l'accueil de grands événements

sportifs doivent être soigneusement étudiés. En combinant de tels événements avec une stratégie de diplomatie numérique, la France peut être plus visible à l'international et mettre en valeur les réalisations sportives du pays dans le domaine économique. Cependant, les défis et préoccupations mentionnés ci-dessus sont des éléments importants à prendre en compte dans la planification stratégique. En utilisant efficacement la diplomatie numérique et la diplomatie d'influence pour relever ces défis, la France peut acquérir une position forte sur la scène internationale et utiliser les événements sportifs comme un outil stratégique. La Délégation interministérielle aux grands événements sportifs (DIGES) coordonne l'action de l'État pour générer des retombées économiques et sociales durables lors de chaque manifestation sportive. La diplomatie sportive française allie stratégie, coopération internationale et promotion des valeurs sportives pour renforcer son influence à la mesure mondiale (Hadrien Ghomi & Hubert Julien-Laferrière, 2023). Paris 2024, vecteur de rapprochement entre les peuples, pratique une tâche importante dans cette démarche.

Accueillir de grands événements sportifs peut aggraver la fragilité économique des pays qui y font face. En particulier, on a constaté que des événements majeurs tels que les Jeux olympiques d'Athènes ont affecté la stabilité économique du pays, notamment en période de difficultés économiques en Grèce (Bayeux, 2021, p. 35). Cela souligne l'importance de montrer comment de tels événements peuvent influencer les conditions sociales et économiques dans les pays hôtes. Les pays hôtes utilisent également ces événements pour promouvoir la diplomatie et le soft power, bien que cela puisse parfois entraîner des allégations de « *sportswashing* » (sportanddev, 2024). L'utilisation répandue des médias sociaux a contribué à accroître les réactions aux événements sportifs dans les pays hôtes. La France ambitionne de renforcer sa diplomatie économique en accueillant des événements sportifs majeurs tels que la Coupe du Monde de la FIFA et les Jeux Olympiques. De tels événements génèrent d'importants investissements et revenus touristiques qui peuvent contribuer à la croissance économique du pays. Cependant, lorsque les critiques sur les coûts élevés de ces événements et des dépenses publiques parviennent à un large public via les réseaux sociaux et autres plateformes numériques, la diplomatie française devra faire face à ces critiques. Cependant, elle présente également des défis, tels que la désinformation, la manipulation de l'opinion publique et la liberté d'expression (Sylvestre, 2023).

En combinant la diplomatie numérique avec la diplomatie sportive, la France peut renforcer sa position à l'international tout en accueillant de grands événements sportifs. Les stratégies doivent être transparentes, participatives et axées sur les avantages économiques

à long terme et la durabilité. Cela signifie parfois que même de petits problèmes peuvent entraîner des débats sociaux et politiques plus importants. Par exemple, des sujets tels que le « problème des éléphants blancs » peuvent susciter d'importants débats publics et des préoccupations sociales (Gouguet, 2015, p. 105). Ces questions peuvent gagner en visibilité grâce aux médias sociaux et à d'autres canaux de communication, et servir de catalyseur pour le changement social. La diplomatie numérique française pratique une tâche d'appui dans sa diplomatie économique dans le contexte des grands événements sportifs et des critiques des dépenses publiques. Les réseaux sociaux et autres plateformes numériques permettent à ces critiques de toucher un large public et obligent la France à y répondre. Les stratégies de diplomatie économique doivent se concentrer sur la transparence, les approches participatives, les avantages économiques à long terme et la durabilité. La France peut ainsi renforcer sa diplomatie économique et créer une image positive à l'international tout en accueillant de grands événements sportifs.

L'évaluation rapide des investissements et des opportunités d'affaires liés aux grands événements vise à répondre aux attentes spécifiques des individus et des organisations, tout en permettant l'expression des bénéfices économiques. Une étude menée par le Centre de Droit et d'Économie du Sport de Limoges a analysé les retombées économiques potentielles pour la métropole de Paris et a révélé qu'un revenu de 10,7 milliards d'euros pourrait être généré et que 250 000 emplois permanents pourraient être créés (Lebeau, 2018, p. 5). De tels événements peuvent apporter des contributions économiques significatives aux régions concernées. Le président souligne l'importance de l'accès des PME aux marchés locaux et de la préparation des jeunes. Cela offre des opportunités non seulement aux grandes entreprises mais aussi aux petites et moyennes entreprises ainsi qu'à la jeune génération (Frédéric Cano, 2023). Enfin, les responsables régionaux ont mis en avant l'importance de redonner une image différente à l'événement pour la région. Cela devrait entraîner des retombées positives sur les régions périphériques et créer une perception différente. Une information rapide et efficace, une promotion mondiale, des opportunités de coopération locale et internationale, de nouvelles opportunités pour les PME et la jeune génération et la gestion de l'image régionale à travers les plateformes numériques révèlent les effets de la diplomatie numérique sur la diplomatie économique. La France entend ainsi tirer le maximum de bénéfices économiques des grands événements sportifs et devenir un acteur économique fort sur le schéma mondial.

La relation entre la Seine et les projets de développement urbain pratique une tâche crucial dans le contexte de la candidature de Paris pour les Jeux. La Seine occupe une position centrale dans l'élaboration du dossier de candidature car elle influence le développement des projets urbains existants et pratique une tâche fondamentale dans la formulation de la proposition. Les projets urbains préexistants sont utilisés comme partie intégrante de la candidature olympique, démontrant que la proposition est construite sur les initiatives de développement urbain de la région. La candidature de Paris 2024 met particulièrement l'accent sur les objectifs économiques et urbains de développement de la Seine-Saint-Denis et du Grand Paris (Faure, 2021, p. 13). Cela montre que la proposition est perçue non seulement comme une opportunité d'accueillir les Jeux Olympiques, mais aussi comme un moyen de promouvoir les objectifs de développement urbain à long terme de la région. La proposition de Paris 2024, avec une carte synthétique des projets urbains créée par Alexandre Faure, peut être comparée aux candidatures olympiques précédentes. La différence la plus notable réside dans l'annexion extensive de la Seine tout au long de Paris et à travers trois municipalités de Seine-Saint-Denis où se situera le village olympique (Lebeau, 2018, p. 6). Cette comparaison met en évidence le focus unique de la proposition de Paris 2024 sur l'expansion régionale et la planification urbaine, intégrant la Seine dans la stratégie globale de développement urbain pour les Jeux Olympiques. Les JO de Paris 2024 présentent une belle opportunité qui nécessite l'utilisation efficace de la diplomatie numérique française. La Seine et les projets d'aménagement urbain constituent des éléments clés de la proposition parisienne. La diplomatie numérique française garantit que ces projets et l'offre globale sont efficacement promus, soutenus et adoptés par le public national et international. En utilisant les plateformes numériques, la France entend atteindre les objectifs de développement économique et urbain des Jeux olympiques de 2024 et accroître ainsi son prestige international (Paez, 2024).

Les entreprises françaises font face à une forte concurrence sur le marché international des événements sportifs, les ressources privées d'autres pays constituant un défi pour les entreprises françaises. Cependant, la France vise à surmonter ces défis en tirant parti des opportunités offertes par les Jeux Olympiques. Le secteur de l'économie du sport, créé en 2016, s'est intégré avec succès dans le paysage sportif français, et des mesures sont prises pour améliorer les activités des entreprises françaises en créant un groupe d'intérêt économique appelé « Expertise Sport France » (République Française le Gouvernement, 2024, p. 10). Cette initiative devrait permettre aux entreprises de différents secteurs de

l'industrie du sport en France et à l'international de fournir des réponses de meilleure qualité sur les marchés des équipements sportifs et de l'organisation d'événements. Les objectifs de « Expertise Sport France » GIE comprennent la démonstration de l'expertise technique française, l'amélioration de la réputation des entreprises nationales, le renforcement de la compétitivité, le développement des compétences organisationnelles opérationnelles et l'augmentation de la part du sport dans le PIB du pays à 2 %. Ces mesures pourraient aider les entreprises françaises à être plus compétitives sur le schéma mondial et à occuper une place plus importante dans l'industrie du sport. De plus, compte tenu du rôle de la transformation numérique et de l'innovation technologique dans l'industrie du sport, il est prévu que les entreprises françaises investissent dans la numérisation pour obtenir un avantage concurrentiel. Cela pourrait aider l'industrie du sport française à concurrencer plus efficacement sur la scène internationale.

Les deux années suivantes après avoir été sélectionnée comme ville hôte des Jeux Olympiques sont consacrées à l'adoption des ajustements juridiques et réglementaires nécessaires pour accueillir les Jeux. La loi relative à l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 est entrée en vigueur le 26 mars 2018, conformément aux engagements pris par la France lors de la phase d'appel d'offres (Légifrance & Élysée, 2018). Des dispositions spéciales ont été prises pour faciliter ces processus, limiter les dépassements budgétaires et assurer la livraison des Jeux dans les délais. Ces dispositions visent à identifier et à réduire tous les risques qui pourraient compromettre la sécurité des participants et des spectateurs, tout en créant un environnement sûr pour célébrer l'esprit des Jeux. En plus de garantir les éventuels écarts budgétaires du comité d'organisation, l'une des priorités pour l'année 2020 est d'évaluer et de prévenir tous les risques qui pourraient compromettre la création d'un environnement sûr pour que les participants et les spectateurs puissent profiter des Jeux en toute sécurité (Cadot, 2020, p. 55).

4.2.1. JO de Paris 2024: Innovations et Stratégies dans le Domaine Diplomatique

La préparation des JOP offre l'opportunité de créer des changements dans la représentation visuelle des villes. Cela inclut la revitalisation pour représenter la ville comme accueillante, jeune, sûre et technologiquement avancée (Machemehl & Robène, 2014, p. 10). En planifiant et mettant en œuvre stratégiquement les JOP, les villes peuvent améliorer leur image globale et s'adresser à la fois aux résidents locaux et aux visiteurs, se présentant comme des destinations modernes et progressistes. Cela profite non seulement à la

communauté locale, mais aussi à l'engagement mondial en faveur de l'environnement en développant des solutions respectueuses de l'environnement. L'une des principales opportunités offertes est la création d'espaces de vie et d'installations respectueux de l'environnement (Gignon & Delaplace, 2021b, p. 104). Cela peut inclure l'intégration de technologies vertes, de principes de conception durables et de pratiques conscientes de l'environnement dans les projets de développement urbain. En intégrant des éléments respectueux de l'environnement aux JOP, les villes peuvent mettre en avant leur engagement envers la gestion de l'environnement et servir d'exemple à d'autres régions qui souhaitent adopter des pratiques similaires. Cela ne fait pas seulement progresser l'image visuelle de la ville, mais reflète également leur engagement envers la durabilité environnementale en laissant un environnement plus habitable aux générations futures.

L'initiative du Grand Paris lancée par Nicolas Sarkozy en 2007 avait pour objectif d'élargir les limites de la ville, d'intégrer les banlieues et de promouvoir le développement économique (Geffroy et al., 2021, p. 4). Cette initiative visait à renforcer les relations entre le centre et la périphérie pour maintenir le statut de Paris en tant que ville mondiale. Avec l'acceptation officielle du Grand Paris, la Société du Grand Paris (SGP) a été créée, facilitant ainsi le financement et la construction de nouveaux projets de transport en commun comme le Grand Paris Express (GPE). L'initiative du Grand Paris nécessitait de résoudre les discordances entre les administrations régionales et locales, tout en visant à réduire les inégalités régionales, à renforcer la résilience économique et à lutter contre les défis environnementaux. Dans ce cadre, des objectifs ont été fixés pour préserver l'identité française et parisienne, réduire les inégalités entre le centre historique et les banlieues, et accroître l'efficacité régionale (Gonick, 2011, p. 37).

L'initiative du Grand Paris visait à aborder les défis urbains et à remodeler la gouvernance et les infrastructures pour rendre Paris plus durable et inclusive. L'accent a été mis sur des mesures plus avant-gardistes en matière de gouvernance, de responsabilité sociale et de productivité économique. Cette initiative a encouragé la transformation urbaine pour renforcer la compétitivité mondiale de Paris et a été un pas important vers son intégration en tant que métropole plus cohésive (Theresa Erin Enright, 2013, p. 382). Les JO de Paris 2024 présentent une belle opportunité qui nécessite l'utilisation efficace de la diplomatie numérique française. L'initiative Grand Paris et les projets du Grand Paris Express soutiennent les Jeux olympiques dans la réalisation de leurs objectifs de développement urbain et économique. La diplomatie numérique garantit que ces projets et

l'offre globale sont efficacement promus, soutenus et adoptés par le public national et international. Grâce aux plateformes numériques, la France ambitionne d'accroître son prestige international et d'accélérer son développement économique à travers les Jeux olympiques de 2024 et l'initiative du Grand Paris. La France peut accroître son prestige international en montrant sa capacité à organiser un événement mondial de manière transparente et durable. En combinant la diplomatie numérique avec la mise en œuvre réussie des Jeux olympiques, la France peut renforcer sa position sur la scène internationale et créer une image positive à l'étranger (Ndoumbe, 2022, p. 3).

Les coûts des Jeux sont sous un contrôle attentif et sont actuellement prévus à environ 7,3 milliards d'euros. Cependant, compte tenu des coûts finaux dépassant les 15 milliards de dollars lors des précédents Jeux Olympiques, notamment à Tokyo, Paris 2024 est considéré comme nettement moins coûteux et figure parmi les plus chers de l'histoire récente. Les dépenses de Paris 2024 sont réparties comme suit : 3,9 milliards d'euros pour le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques (COJO) et 3,4 milliards d'euros pour la Société de Livraison des Ouvrages Olympiques (SOLIDEO) (Paul Louis & Virginie Cooke, 2021). 997% du budget du COJO provient d'une importante contribution de 1,219 milliard d'euros du CIO et de fonds privés (Chappelet, 2021, p. 113). On s'attend à ce qu'environ de 1,1 milliard d'euros supplémentaires soient ajoutés grâce à des parrainages. Le COJO a déjà signé des contrats avec des entreprises telles que Sanofi, Decathlon, EDF, FDJ et Orange, pour un montant total de 600 millions d'euros. Le budget de la SOLIDEO est axé sur la construction d'infrastructures durables pour l'utilisation olympique, ce qui représente le plus grand risque de dépassement budgétaire (Geffroy et al., 2021, p. 5). Cela inclut la construction de nouvelles infrastructures qui auront une deuxième vie après les Jeux (Wolfe, 2023, p. 265).

La diplomatie numérique française assume diverses fonctions de gestion des coûts et de promotion des projets pour les JO de Paris 2024. Trouver un équilibre entre la promotion des intérêts nationaux et le respect de la liberté d'expression est essentiel (Sylvestre, 2023). Grâce aux plateformes numériques, des informations transparentes sont fournies sur la gestion des coûts et la structure de financement des Jeux olympiques. Les médias sociaux et autres outils numériques augmentent le soutien du public en fournissant des informations générales sur les objectifs de rentabilité et de durabilité des Jeux olympiques. Il est important de gagner la confiance du public. Les médias sociaux et autres outils numériques augmentent le soutien du public en fournissant des informations générales sur les objectifs de rentabilité

et de durabilité des Jeux olympiques. La diplomatie numérique permet d'annoncer des accords de sponsoring et des contributions d'investisseurs. Cela encourage les collaborations internationales et augmente les contributions économiques. Les projets d'infrastructures durables de la SOLIDEO sont promus via des plateformes numériques, mettant en évidence les avantages économiques et environnementaux des infrastructures préparées pour une utilisation post-olympique.

Les Jeux olympiques peuvent servir de catalyseur dans les projets de développement urbain (Conversation, 2020). Ils encouragent la collaboration en réunissant diverses parties prenantes et peuvent être à l'avant-garde de la mise en œuvre des stratégies de développement urbain. Les Jeux olympiques peuvent accélérer les stratégies de développement urbain traitant de domaines tels que la santé, l'accessibilité, l'emploi et la durabilité. Par exemple, le projet olympique de Paris est utilisé comme catalyseur pour soutenir le développement urbain (Lauermann, 2016, p. 5). Il peut mobiliser des ressources et des expertises pour promouvoir les progrès dans des domaines tels que la santé, l'accessibilité, l'emploi et la durabilité. Cela permet de rassembler différentes parties prenantes pour collaborer sur des objectifs communs visant à améliorer l'environnement urbain. Les Jeux olympiques et les projets de développement urbain soulèvent également des préoccupations environnementales. Par exemple, l'héritage des Jeux olympiques de Paris peut se concentrer sur la préservation de l'environnement et des ressources naturelles en encourageant la baignade dans la Seine (Moutiez, 2021, p. 7). Cela peut être cohérent avec une stratégie globale comprenant des politiques climatiques, une gestion équilibrée des ressources en eau et des efforts de conservation de l'environnement. Les Jeux olympiques peuvent accélérer les stratégies de développement urbain en réunissant diverses parties prenantes et en abordant les préoccupations environnementales. Cela représente une opportunité importante pour assurer un développement urbain durable et le bien-être. Cela souligne la nécessité d'intégrer les projets de développement urbain avec des événements internationaux tels que les Jeux olympiques pour améliorer les zones urbaines et promouvoir les principes de durabilité.

Paris 2024 privilégie l'utilisation de 95 % d'infrastructures déjà existantes ou temporaires. Après les Jeux, tous les matériaux et structures temporaires seront réemployés, réutilisés ou recyclés (Paris 2024, 2024f). Les Jeux de Paris 2024 offrent une opportunité unique d'accélérer le développement urbain et de promouvoir la durabilité à travers des projets innovants et inclusifs. La diplomatie numérique française pratique une tâche cruciale

dans cette démarche ; Il garantit une communication transparente, une mobilisation efficace et une participation publique durable. En intégrant des projets de développement urbain à des événements internationaux tels que les Jeux Olympiques, Paris peut non seulement améliorer ses zones urbaines, mais également renforcer ses principes de durabilité et son impact mondial.

Les installations spéciales, telles que le village des médias à Dugny et le grand village olympique entre Saint-Denis et Saint-Ouen, seront utilisées pour la transformation en logements, commerces et bureaux après 2024, et pourraient également servir à des fins de régulation thermique. Mickael Aloisio, Directeur Général du COJOP, souligne que le modèle actuel est cinq fois plus efficace que les versions précédentes. Il indique également que le financement public de 171 millions d'euros pour les Jeux Paralympiques permet d'évaluer l'ampleur et l'importance de l'événement (Paris 2024, 2024e). Ce montant représente les ressources nécessaires à l'organisation de l'événement, au soutien des athlètes et à la réussite de l'organisation. Ce soutien financé par des institutions telles que l'État français, la Métropole du Grand Paris, la Ville de Paris et la Région Île-de-France pratique une tâche crucial dans le succès des Jeux Paralympiques (Wolfe, 2023, p. 265). Ce soutien fournit une ressource importante pour l'organisation et la durabilité de l'événement. La contribution de 4% du secteur privé, aux côtés de l'État et d'autres institutions publiques, assure largement le financement de l'organisation par le secteur privé (William Vuillez, 2022). Cela montre l'engagement de l'État, des institutions publiques et du secteur privé dans l'organisation. Ce partenariat public-privé permet de considérer les Jeux Paralympiques non seulement comme un événement sportif, mais aussi comme une opportunité de développement social et économique.

Des projets tels que le village olympique offre des avantages à long terme en étant réutilisés comme logements, commerces et bureaux après les jeux. La diplomatie numérique française assure la promotion et l'accompagnement des projets dans cette démarche. Le modèle de partenariat public-privé offre une opportunité significative de développement social et économique, tout en augmentant le prestige de Paris sur le schéma mondial grâce à une conscience environnementale et des stratégies innovantes. Les PPP (Partenariats Public-Privé) numériques sont établis sur la base de protocoles d'accord (*memorandum of understanding*) ou d'accords contractuels entre la Commission européenne, les États membres/états associés et les partenaires (qu'ils soient privés ou publics) (Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, 2024). L'ambassadeur pour le numérique de

la France s'engage activement dans la promotion des entreprises du numérique au niveau européen. Il soutient également une approche innovante en matière d'ouverture des données publiques au niveau international (Élysée, 2020b).

En défendant l'utilisation des infrastructures existantes, le CIO vise à réduire l'impact environnemental et les coûts des méga-événements. Cela inclut non seulement la préservation d'un héritage à long terme en permettant une utilisation durable des installations non seulement pour un événement spécifique, mais également après les événements (Jones & Ponzini, 2018, p. 1). Cette approche reflète un mouvement vers des pratiques plus durables et responsables dans la planification, l'organisation et le maintien des méga-événements. Les tensions socio-économiques expriment les conflits et les inégalités résultant des facteurs sociaux et économiques dans la région parisienne. Ces tensions peuvent survenir entre le centre urbain et ses banlieues environnantes, ainsi qu'entre les banlieues rivales au sein de la métropole élargie. Paris présente une fragmentation forte à la fois horizontale (entre différentes zones géographiques telles que les centres urbains et les banlieues) et verticale (entre différents niveaux d'autorité tels que national et local). La fragmentation horizontale exprime les divisions ou les inégalités entre différentes zones géographiques de la région, telles que les centres urbains et les banlieues. En revanche, la fragmentation verticale exprime la répartition de l'autorité et de l'autonomie entre les différents niveaux de gouvernance, tels que national et local (Geffroy et al., 2021, p. 2). La répartition de l'autorité et de l'autonomie entre les différents niveaux de gouvernance dans la région parisienne a évolué au fil du temps. Cette répartition continue de susciter des luttes politiques et des débats en cours sur le pouvoir et la prise de décision au sein de la région. Les méga-événements peuvent être utilisés comme un outil pour aborder ou exacerber de tels défis socio-économiques et de gouvernance. Ces événements peuvent aider à faciliter une vision métropolitaine ou à approfondir les problèmes existants. Le rôle de ces méga-événements à Paris dans l'adressage ou l'accentuation des défis socio-économiques et de gouvernance de la région est une question importante à considérer pour comprendre les impacts potentiels de ces événements.

4.2.2. Une nouvelle ère de la diplomatie d'influence: Paris 2024 et les stratégies médias numériques

L'utilisation de technologies innovantes telles que la Réalité Virtuelle (VR) est importante pour atteindre les objectifs de Paris 2024 visant à un meilleur avenir pour tous

(Byers et al., 2021, p. 11). Ces technologies peuvent favoriser une meilleure harmonie et coopération entre les parties prenantes pertinentes des secteurs du sport, des médias, du divertissement et de la technologie numérique pour aborder efficacement les défis mondiaux complexes. L'utilisation d'applications de RV par le biais des clubs sportifs nécessite de l'approbation, de la volonté et des compétences au sein des organes de gestion, des clubs et autres organisations sportives pour adopter et mettre en œuvre de nouvelles innovations technologiques et produits. Cela souligne la nécessité d'une recherche accrue pour augmenter la perception de l'innovation et comprendre les défis rencontrés dans le domaine du sport. Il est également important de mener des recherches sur le potentiel des applications technologiques, en particulier dans le contexte du handicap, pour améliorer l'inclusion sociale. De telles études peuvent nous aider à comprendre le potentiel des technologies telles que la RV pour accroître la participation sociale (Manzoor & Vimarlund, 2018). Les recherches visant à déterminer la dimension de l'efficacité symbolique dans les organisations sportives sont également importantes. Soutenues par des exemples mondiaux, de telles recherches peuvent contribuer à une compréhension plus approfondie de la question et à une utilisation efficace des organisations sportives. Ainsi, l'harmonie et la collaboration entre le sport et la technologie peuvent avoir un impact plus important tant dans le monde du sport que dans la société en général, contribuant ainsi à un avenir plus durable et inclusif.

Les Jeux offrent une opportunité significative pour un avenir plus durable et inclusif grâce à l'utilisation de technologies innovantes telles que la VR. La technologie VR augmente l'inclusion sociale et l'accessibilité tout en encourageant l'alignement et la collaboration entre les acteurs des secteurs du sport, des médias, du divertissement et de la technologie numérique. En introduisant ces approches innovantes, la diplomatie numérique française contribue à positionner Paris 2024 comme un modèle réussi et efficace sur la scène mondiale. La sécurité est un aspect crucial des Jeux olympiques. L'utilisation de systèmes de reconnaissance faciale et d'intelligence artificielle permettra d'assurer la sécurité des participants et des communautés olympiques. L'industrie hôtelière utilise de plus en plus l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience client. Des chatbots en ligne, des robots intelligents et des analyses de données optimisent les services proposés aux voyageurs (Pauline Darvey, 2022). Pendant les JO 2024, les établissements hôteliers mettront en œuvre ces technologies pour offrir une expérience personnalisée et efficace aux visiteurs (Mehdi Chouiten, 2022). Les Jeux Olympiques de Paris 2024, avec la coopération du gouvernement français et du le Quai d'Orsay, offrent une opportunité importante pour le développement

durable et la réduction des inégalités socio-économiques. Le plaidoyer du CIO en faveur de l'utilisation des infrastructures existantes soutient la durabilité environnementale et économique, tandis que la diplomatie numérique française pratique une tâche essentielle dans la promotion des jeux. L'utilisation de technologies innovantes telles que la réalité virtuelle contribue à atteindre les objectifs d'inclusivité et de durabilité de Paris 2024. En relevant les défis socio-économiques et de gouvernance de Paris, les méga-événements peuvent contribuer à un avenir plus durable et plus inclusif.

Le capitalisme de surveillance désigne le système économique où les entreprises collectent et analysent de manière exhaustive des données sur les individus dans le but de réaliser des profits (Bongiovi, 2019, p. 87). Les arguments sur l'intégration sociale de la surveillance et la normalisation de ces technologies sont les conditions qui rendent le capitalisme de surveillance une pratique standard. Si la nature des innovations technologiques de surveillance n'est pas intrinsèquement menaçante, il faut indiquer que la menace réside plutôt dans la façon dont ces technologies sont conçues et utilisées (Ferrari, 2022, p. 80). La présence ou l'absence de menace dépend davantage de la manière dont ces technologies sont intégrées dans notre vie quotidienne et du contexte culturel dans lequel elles opèrent. Le comportement et l'expérience humains deviennent des marchandises à extraire, à prédire et à vendre, alimentant ainsi le besoin constant d'innovation et d'expansion dans la collecte de données. Le capitalisme de surveillance s'étend au-delà des contextes en ligne pour infiltrer des activités hors ligne telles que la course dans un parc ou le petit-déjeuner (Ferrari, 2022, p. 80). Pour être efficaces, ces opérations doivent être largement répandues et intégrées sans heurts dans nos routines quotidiennes, tout en brouillant les frontières entre les applications de surveillance en ligne et hors ligne. Cela peut accroître la propagation et l'impact du capitalisme de surveillance tout en limitant davantage la sphère privée des individus et en menaçant leurs libertés personnelles.

Les dimensions éthiques et juridiques des technologies de surveillance sont abordées par la diplomatie numérique. Lors de l'utilisation de ces technologies, il est essentiel de respecter le droit à la vie privée des individus et d'assurer la sécurité des données. La diplomatie numérique favorise le dialogue et la coopération sur ces questions aux niveaux national et international. Le capitalisme de surveillance est un sujet de discussion important dans le contexte des Jeux Olympiques de Paris 2024. L'utilisation généralisée des technologies de surveillance peut assurer la sécurité et l'efficacité, mais peut menacer la vie privée et les libertés individuelles (Rousset, 2024). La diplomatie numérique française

pratique une tâche essentielle dans l'utilisation transparente et éthique de ces technologies. Même si les Jeux olympiques offrent une plateforme pour l'intégration sociale et la normalisation des technologies de surveillance, l'utilisation de ces technologies doit être soigneusement gérée et supervisée. Ceci est important pour contribuer à un avenir plus durable et inclusif. La reconnaissance faciale, bien que non explicitement mentionnée, reste une préoccupation (Quennehen, 2021). Il est essentiel de respecter le droit à la vie privée des individus et d'assurer la sécurité des données.

Les Jeux olympiques offrent une excellente opportunité de tester les technologies qui ont un impact significatif sur les masses. Cet événement nécessite la collecte d'une grande quantité de données à travers une large base de participants, d'athlètes et de partenaires (Ferrari, 2022, p. 80). Ces données incluent non seulement les performances des athlètes, mais aussi les comportements des spectateurs, les stratégies de marketing et l'efficacité de l'organisation. Les Jeux olympiques sont considérés comme une plateforme d'innovation et contribuent aux progrès sociaux et techniques. Les innovations peuvent non seulement avoir un impact sur l'économie, mais aussi conduire à l'émergence de nouvelles industries. On peut notamment observer un déplacement vers un nouveau paradigme économique centré autour des applications de surveillance (Ferrari, 2022, p. 81). La traçabilité des Jeux olympiques permet de suivre divers aspects de l'événement, facilitant ainsi l'utilisation de la technologie pour améliorer l'expérience globale et les résultats. Cela peut inclure le suivi des performances des athlètes, la participation des spectateurs, la sécurité et d'autres aspects de l'organisation. Par exemple, des capteurs ou des systèmes de surveillance peuvent être utilisés pour suivre les performances des athlètes, tandis que des plateformes numériques et des médias sociaux peuvent être utilisés pour augmenter l'interaction et la participation des spectateurs. Dans ce contexte, le soutien des Jeux olympiques à la progression technologique et à l'innovation peut apporter d'importants avantages à la fois pour l'événement lui-même et pour la société dans son ensemble. Cela peut permettre aux industries du sport, du divertissement et de la technologie de progresser ensemble et de servir d'exemple pour les événements futurs et d'autres organisations.

Les Jeux impliquent la collecte et l'analyse de grandes quantités de données. Le capitalisme de surveillance dirige le processus de collecte et d'analyse de ces données. L'Élysée et le Quai d'Orsay supervisent les dimensions éthiques et juridiques de ce processus et élaborent des politiques visant à protéger le droit à la vie privée des individus et à garantir la sécurité des données. L'Élysée fournit les politiques et les ressources nécessaires pour

garantir la réussite de la mise en œuvre de ces projets (CNIL, 2023). Le Quai d'Orsay veille à ce que ces projets soient promus et soutenus au niveau international. La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) a examiné le projet de loi relative aux Jeux olympiques et paralympiques de 2024, qui comporte des enjeux importants en matière de protection des données personnelles et de la vie privée (La Rédaction, 2023). La sécurité des données et la protection de la vie privée devraient être intégrées dans la formation des participants aux Jeux Olympiques. Bref, la CNIL veille à ce que les dispositifs de surveillance utilisés lors des Jeux Olympiques respectent les droits des personnes tout en garantissant la sécurité et l'efficacité de l'événement (CNIL, 2024).

Le ministère français des Affaires étrangères pratique une tâche essentielle dans la promotion internationale des Jeux Olympiques de Paris 2024 et dans le renforcement des relations diplomatiques. À l'aide d'outils de diplomatie numérique, le ministère annonce à un large public les objectifs de durabilité et d'innovation technologique des Jeux olympiques. Le Quai d'Orsay français pratique une tâche essentielle dans la promotion internationale des Jeux Olympiques de Paris 2024 et dans le renforcement des relations diplomatiques. Le ministère organise le « Relais Autour du Monde », en coopération avec le COJO et les ambassades françaises labellisées « Terre de Jeux 2024 ». Ce relais virtuel permet aux 135 postes diplomatiques français à travers le monde d'organiser des activités liées au sport pendant 24 heures. Des publications sont partagées sur les réseaux sociaux pour mobiliser le réseau diplomatique français et promouvoir les Jeux olympiques (Le Parisien, 2024).

Les concepts de ville intelligente et de ville sécurisée représentent une vision idéale où la technologie est utilisée pour améliorer les conditions de vie urbaine et assurer la sécurité publique (Etoa, 2023, p. 82). L'objectif principal de ces concepts est de détecter les comportements déviants avant même qu'ils ne montrent des signes, ou du moins lorsqu'ils montrent des signes. Cette approche proactive permet une intervention précoce et la prévention des menaces potentielles. En particulier en France, cela met en lumière la montée en puissance des technologies de surveillance. Bien que ces technologies puissent parfois attirer l'attention des médias, elles sont principalement mises en œuvre discrètement via des initiatives locales ou avec l'acceptation du grand public. Deux méthodes algorithmiques principales ont été mises en avant pour assurer la sécurité publique. La participation des autorités tierces à la gestion de ces systèmes de surveillance indique une approche collaborative, ce qui peut contribuer à renforcer l'efficacité des mesures de surveillance et

de sécurité (Élysée, 2023f). Cette intégration permet à des experts de différents domaines de se réunir pour aborder les problèmes de sécurité avec une vision plus globale. De plus, la participation d'organisations externes peut permettre une utilisation accrue des ressources et de l'expertise dans le système, permettant ainsi une sécurité plus efficace. La première méthode implique la mise en place de capteurs sonores dans les rues par certaines municipalités. La deuxième méthode concerne la surveillance vidéo avancée mise en œuvre dans le cadre de la législation discutée au Parlement concernant les Jeux. Bien que ces approches semblent différentes, elles reposent toutes deux sur des algorithmes d'intelligence artificielle et permettent l'analyse en temps réel et l'isolement des signaux visuels ou sonores considérés comme anormaux (JO 2024, 2022). En plus de la surveillance vidéo intelligente, le déploiement de capteurs sonores est actuellement testé dans certaines villes de France. Ces essais visent à évaluer l'efficacité de ces technologies dans l'amélioration de la sécurité publique et des mesures de sécurité.

L'article 7 de la loi sur les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 vise à créer un cadre juridique temporaire permettant l'utilisation de techniques de surveillance basées sur des algorithmes (Élysée, 2023f). Cet article accorde aux autorités publiques l'autorisation d'installer des caméras intelligentes dans certains espaces publics ou ouverts au public (Le Monde & AFP, 2024a). En vertu de cette réglementation, les opérations algorithmiques permettent la détection en temps réel d'événements prédéfinis. Ces événements sont de nature à menacer l'ordre public et à permettre aux services concernés de prendre les mesures nécessaires. Cependant, l'article 7 limite l'utilisation de ces technologies à des fins expérimentales et pour une durée déterminée. Cette restriction entraîne des incertitudes quant à la date de fin de l'expérience. Un projet de loi proposé par une commission commune future fixe la date de fin de l'expérience au 31 mars 2025 (Etoa, 2023, p. 83). Cette période montre que d'autres événements pourraient également être soumis à ces mesures de surveillance avant et après les Jeux Olympiques. Comme l'a souligné Winston Maxwell (2021), une fois que ces technologies sont solidement établies, que des investissements ont été réalisés et que le personnel a été formé, leurs effets deviennent irréversibles (Winston Maxwell, 2021). Par conséquent, il est peu probable que les autorités publiques cessent d'utiliser ces technologies une fois la période d'expérimentation terminée, ce qui pourrait conduire à leur utilisation continue dans les espaces publics.

L'entreprise Mathis, spécialisée dans la construction en bois, pratique une tâche actif dans divers projets liés aux Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 (Élysée,

2023g). En se concentrant sur la réduction de l'empreinte carbone dans le secteur de la construction, Mathis contribue de manière significative à la lutte contre le changement climatique en promouvant des méthodes de construction respectueuses de l'environnement. Le secteur forestier-bois en France est important pour équilibrer la reprise industrielle et la durabilité. Ce secteur, représenté par des entreprises telles que Mathis, encourage non seulement la croissance économique, mais aussi l'utilisation durable des ressources naturelles. L'industrie forestière-bois en France contribue au développement économique du pays en fournissant des emplois à 452 000 personnes et en encourageant la main-d'œuvre qualifiée. Le soutien du gouvernement français à des entreprises telles que Mathis est crucial pour que les entreprises du secteur développent des solutions innovantes et renforcent la durabilité. Ce soutien est fourni à travers des initiatives telles que le fonds France 2030, qui vise à promouvoir la croissance et la résilience de l'industrie forestière-bois. La visite du président Macron aux employés de Mathis souligne l'importance de la collaboration et du dialogue avec les principaux acteurs de l'industrie pour façonner des politiques durables. Cette interaction crée un modèle de collaboration et d'innovation pour façonner des politiques durables. La visite de Macron reflète une approche proactive pour relever les défis et saisir les opportunités dans le secteur forestier-bois. Les efforts de sociétés telles que Mathis contribuent à l'équilibre entre durabilité et croissance économique, en aidant à léguer un monde plus viable aux générations futures.

Une tendance mondiale peut être observée traditionnellement autour du fait que les outils de surveillance et de prévision policière sont rebrandis comme des composants importants des paquets de villes intelligentes. Ces outils sont désormais intégrés à l'infrastructure des villes intelligentes pour renforcer les mesures de sécurité. Cette tendance met en avant une collection de technologies et de solutions visant à améliorer différents aspects de la vie urbaine tels que la sécurité publique, les transports et l'efficacité énergétique. L'utilisation de la marque intelligente et des outils de surveillance est importante du point de vue économique pour de nombreuses villes, en particulier pour les villes adoptant un modèle économique axé sur le tourisme (Viegas Ferrari, 2022, p. 7). Cela montre que l'investissement dans les technologies de villes intelligentes peut attirer les touristes et stimuler l'économie locale. Des méga-événements tels que Paris 2024 peuvent pratiquer une tâche importante dans les processus de transformation des villes. Ces événements peuvent encourager la réaffectation des régions historiquement basées sur des activités industrielles à des fonctions urbaines modernes. Dans ce processus de revitalisation,

l'intégration de technologies de villes intelligentes pour une sécurité et une efficacité accrue est également prise en compte.

Il est possible de faire des Jeux olympiques un levier fondamental pour répondre aux défis de la société tels que la numérisation, la durabilité, l'égalité des sexes, les modes de vie établis, le vieillissement de la population et l'inculcation de la confiance aux jeunes pour l'avenir. Le sport est considéré comme un outil clé dans divers services tels que le développement économique, l'éducation, l'entrepreneuriat, la qualité de vie au travail et les pratiques d'économie circulaire pour réduire les émissions par le biais de stratégies innovantes liées à l'éducation, à l'entrepreneuriat, à la qualité de vie au travail et à l'économie circulaire. Les organisateurs soutiennent un plan d'héritage et de durabilité composé de 170 mesures pour réduire les émissions, renforcer les stratégies de compensation des émissions de CO₂ et soutenir les innovations liées à l'économie circulaire dans le cadre de l'organisation des Jeux olympiques (Bayle, 2023, p. 44). Dans cette optique, il est important que les Jeux olympiques soient utilisés non seulement comme des événements sportifs, mais aussi comme une plateforme pour la transformation sociale et la durabilité.

Il est crucial de prendre en compte les impacts à long terme qui sont en accord avec les besoins futurs et les exigences locales. Cela est étroitement lié au concept d'héritage et concerne la durabilité ou le développement durable. Pour redéfinir le cadre traditionnel de durabilité, Jean-Loup Chappelet a introduit trois dimensions : économique, socio-culturelle et environnementale (Collinet & Schut, 2020, p. 114). Ces dimensions incluent l'efficacité économique pour éviter les dettes futures, l'intégrité environnementale concernant l'environnement naturel, et l'égalité sociale et l'accès équitable aux opportunités (Smith, 2009, p. 110). Le développement durable peut être évalué du point de vue de l'efficacité économique, de l'intégrité environnementale et de l'égalité sociale, mettant en avant l'importance de ne pas léguer de dettes aux générations futures. Lorsqu'évalué à travers ces trois dimensions, il semble que le cadre utilisé pour analyser les impacts des grands événements sportifs soit compatible. Cette perspective est également en phase avec les préoccupations environnementales exprimées par des parties prenantes telles que le CIO (Chappelet, 2008, p. 1886). Cette convergence montre que le concept de durabilité est de plus en plus intégré à divers secteurs, y compris les événements sportifs, pour équilibrer les aspects économiques, environnementaux et sociaux.

L'Élysée pratique une tâche essentielle dans la réalisation des objectifs de développement durable de Paris 2024. L'Élysée apporte le soutien nécessaire à l'orientation

stratégique de l'événement et à la mise en œuvre des politiques de développement durable. La diplomatie numérique française informe le public sur les bénéfices environnementaux et sociaux des JO à l'aide de campagnes sur les réseaux sociaux et d'outils d'information numériques. Ceci est essentiel pour garantir un soutien national et international. Paris 2024 vise à apporter des bénéfices économiques et sociaux à long terme grâce à la réutilisation des installations et à des projets de développement économique après l'événement. Cela garantit que les grands événements sportifs auront un impact positif sur les générations futures. Les Jeux Olympiques de Paris 2024 sont planifiés conformément au cadre de durabilité défini par Jean-Loup Chappelet, qui inclut les dimensions économiques, socioculturelles et environnementales. L'Élysée pratique une tâche essentielle dans la réalisation de ces objectifs. Les Jeux olympiques garantissent que les grands événements sportifs sont gérés conformément aux besoins futurs et aux exigences locales et atteignent les objectifs de développement durable à long terme. Cette approche s'inscrit également dans les préoccupations environnementales du CIO et accroît les bénéfices sociaux, économiques et environnementaux des grands événements sportifs (Dubi, 2024).

4.3. Parler le Langage Universel du Sport autour de la Diplomatie Numérique: JO de Paris 2024

Ces dernières années, l'Europe, en particulier des régions ou villes telles que Paris, est confrontée à diverses menaces terroristes, ce qui en fait l'un des problèmes de sécurité les plus critiques de la région. De tels attentats présentent des risques importants, notamment dans le contexte de l'accueil de grands événements mondiaux tels que les Jeux olympiques, où la sécurité est une priorité absolue (Lorenzini, 2018, p. 51). Assurer la sécurité des participants et des spectateurs présente des défis physiques et technologiques considérables. Des exemples tels que les boycotts pendant les guerres mondiales et la Guerre froide soulignent les risques géopolitiques auxquels sont confrontés les grands événements. Cela montre comment les tensions politiques et les conflits peuvent affecter l'accueil et le succès de ces événements.

Le CIO utilise les Jeux comme une plateforme symbolique pour des objectifs diplomatiques, en collaboration avec l'Élysée pour atteindre des objectifs géopolitiques plus larges. Dans ce contexte, la collaboration du CIO avec le palais de l'Élysée peut être considérée comme une stratégie visant à atteindre des objectifs géopolitiques plus larges.

Les Jeux ne sont pas seulement un événement sportif, mais aussi une plateforme où les considérations géopolitiques ont une influence importante sur la perception et la gestion des événements. La géopolitique sportive et la diplomatie d'influence numérique de la France pratiquent une tâche essentielle dans la gestion des risques sécuritaires et géopolitiques rencontrés dans le processus d'organisation des grands événements sportifs (Clastres, 2024). Au-delà du simple sport, les grands événements comme les Jeux Olympiques servent de plateforme physique et numérique aux manœuvres diplomatiques et aux gestes symboliques dans les relations internationales. Cela aide la France à atteindre ses objectifs stratégiques sur la scène internationale.

Lorsque l'héritage, tel que l'infrastructure sportive, est conçu de manière matérielle et tangible, il représente les aspects physiques et concrets de l'héritage (Maussion, 2023). Cela comprend les structures et installations physiques construites telles que les stades ou les centres d'entraînement, visibles et palpables. En revanche, l'héritage peut également être conçu de manière immatérielle et abstraite, expérimentant les effets d'une GESI (*Giga Event-Sporting Initiative*), créant des réseaux et étendant même à des actifs culturels de manière non matérielle et abstraite (Viersac & Attali, 2021, p. 118). Cela représente les aspects immatériels de l'héritage tels que les expériences, les souvenirs et l'importance culturelle associés à un événement ou une initiative spécifique. L'analyse de l'impact de l'héritage peut être difficile car ces impacts peuvent varier des effets locaux aux conséquences géopolitiques. Cette complexité découle des différentes échelles auxquelles l'héritage opère et rend difficile la distinction entre les différents niveaux d'impact. Elle peut également entraîner des transitions entre les niveaux municipal, régional et national, potentiellement créant des divisions entre les parties prenantes concernées. Plutôt que d'être homogène, l'héritage doit être abordé de manière multidimensionnelle sur les plans social et culturel, et également lié aux perspectives économiques et géopolitiques. L'analyse des effets des grands événements sportifs comprend des dimensions sociales, culturelles, psychologiques, symboliques, politiques, sanitaires et même environnementales (Chappelet, 2008, p. 1884). Chacune de ces dimensions pratique une tâche importante dans la compréhension des impacts plus larges d'accueillir de tels événements.

Les impacts géopolitiques des Jeux Olympiques de Paris se feront sentir à un large spectre, des niveaux local et national jusqu'aux niveaux internationaux. Bien que soit un défi d'organisation, les résultats des grands événements sportifs, tels que leurs effets positifs sur les économies locales et leur reconnaissance et leur prestige internationaux, sont

remarquables (AFP, 2023). Cependant, le fait que cet impact soit multidimensionnel et hétérogène nécessite une coordination et une coopération entre les différentes parties prenantes. L'Élysée donne l'orientation stratégique globale des Jeux olympiques. Celui-ci coordonne les politiques et les initiatives essentielles au succès des Jeux olympiques aux niveaux national et international. L'Élysée reconnaît le potentiel des Jeux olympiques pour renforcer l'identité nationale et l'image internationale de la France et travaille en conséquence. Il dirige l'événement visant à accroître la puissance et le prestige de la France sur la scène internationale. L'Élysée pratique une tâche centrale dans la formulation des politiques de sécurité, notamment dans le contexte des menaces terroristes. Coordonne avec les agences de sécurité nationale et les mécanismes de coopération internationale en matière de sécurité. L'Élysée gère les relations internationales et la dynamique géopolitique lors de l'organisation des Jeux. Cela passe par le renforcement des relations diplomatiques de la France et l'établissement de partenariats stratégiques à travers les Jeux olympiques. Les Jeux olympiques sont utilisés comme plate-forme pour transmettre des messages diplomatiques et renforcer le symbolisme de la paix et de la coopération internationales. L'Élysée veille à l'utilisation efficace de cette symbolique. Ainsi, dans le chapitre suivant, nous exposerons les rôles clés joués par L'Élysée et le ministère français des Affaires étrangères dans la gestion efficace de la géopolitique sportive et de la diplomatie numérique dans le cadre du processus de préparation de Paris 2024 Jeux olympiques.

4.3.1. Paris 2024: Positionner la Géopolitique et la Cyber-géopolitique du Sport avec la Diplomatie Numérique

Le terme de « cyberspace » désigne un domaine complexe et interconnecté comprenant des réseaux informatiques, des appareils mobiles et même des appareils domestiques, en particulier avec la prolifération croissante des appareils mobiles (Douzet, 2014, p. 7). Dans cet espace, des réseaux humains, des flux de données et des échanges d'informations ont lieu, créant un domaine indépendant de la localisation physique. Cette infrastructure se forme parfois dans un environnement physique complexe qui s'étend au-delà de l'atmosphère terrestre, créant un écosystème dynamique dirigé par les développements technologiques et les interactions humaines. Le terme « cyberspace » est sujet à différentes interprétations selon le contexte d'utilisation, pouvant faire référence à l'infrastructure physique des réseaux ou évoquer différents univers créatifs pour créer une certaine ambiguïté conceptuelle. La flexibilité dans la définition du cyberspace met en

évidence sa nature polyvalente, permettant une multitude de perspectives et d'applications. La géopolitique pratique une tâche cruciale dans la compréhension des représentations du cyberspace. Ces représentations servent d'outils fondamentaux pour naviguer dans cet espace complexe, fournissant un cadre pour percevoir et interpréter les phénomènes du cyberspace. Bien qu'elles reposent sur des faits objectifs, les représentations portent en elles une subjectivité profonde qui influence les perceptions et les stratégies dans les contextes géopolitiques. Les représentations ne sont pas neutres ; elles ont le pouvoir d'influencer et de façonner les stratégies des divers acteurs du cyberspace. Ces acteurs, tels que les électeurs, les activistes, les investisseurs, le personnel militaire et les utilisateurs d'Internet, peuvent utiliser les représentations pour convaincre, susciter des inquiétudes, exciter ou mobiliser les autres vers des actions ou des croyances spécifiques (Douzet, 2014, p. 8). La nature subjective des représentations souligne la capacité du cyberspace à façonner les récits, à influencer les processus de prise de décision et à orienter les comportements dans cet univers dynamique et interconnecté.

Le cyberspace est un outil important dans la promotion internationale des Jeux. Les réseaux sociaux et les plateformes numériques sont des canaux que la France utilisera efficacement pour promouvoir les Jeux olympiques et toucher un public mondial. Le cyberspace constitue également une frontière importante en termes de menaces terroristes et de cyberattaques. De potentielles cyberattaques contre les Jeux olympiques pourraient mettre en péril la sécurité des participants et des spectateurs (The New York Times, 2024). Les stratégies de cyber sécurité jouent donc un rôle essentiel dans le bon déroulement des Jeux olympiques. Les représentations géopolitiques sont utilisées pour façonner la perception globale des Jeux olympiques et les stratégies internationales de la France.

Les impacts économiques des événements sportifs majeurs ont généralement une incidence significative sur des facteurs économiques tels que le tourisme, l'emploi et l'augmentation des revenus (Vierhaus, 2019, p. 4). Cependant, la corrélation de ces impacts avec des termes géopolitiques est importante en termes d'influence sur la situation politique géographique et les relations économiques. Les effets géopolitiques de ces événements peuvent affecter les relations interétatiques, la position géographique et le statut international des pays. L'organisation de tels événements sportifs majeurs peut généralement être divisée en trois catégories principales de coûts : les actifs généraux tels que le logement et les transports vers et depuis les sites, les installations sportives spécialisées nécessaires pour les compétitions, et les actifs opérationnels comprenant la gestion générale, les cérémonies

d'ouverture/fermeture et la sécurité (Fanny Koenig et al., 2022, p. 3). Les actifs opérationnels incluent la gestion de l'événement, la sécurité et le maintien des autres performances opérationnelles, et la gestion de ces actifs est un facteur critique qui détermine le succès et les impacts de l'événement, pouvant être influencée par des situations géopolitiques. Les facteurs géopolitiques impliquent la planification et la mise en œuvre de mesures de sécurité, ainsi que diverses tâches opérationnelles telles que la maintenance, le nettoyage et la logistique des installations. Ainsi, les conditions géopolitiques peuvent avoir une incidence significative sur la planification, la gestion et les résultats des événements sportifs majeurs.

Bien que le CIO affirme être apolitique, les Jeux ont été exposés aux interventions politiques tout au long de leur histoire, et parfois ces interventions ont été considérées comme légitimes. En effet, malgré le principe de neutralité revendiqué par le CIO, il est bien connu que les considérations politiques ont souvent joué un rôle dans les processus décisionnels liés aux Jeux olympiques. Par exemple, certains États ont tenté d'influencer la reconnaissance des comités nationaux ou la sélection des villes hôtes pour les Jeux, tandis que d'autres États ont refusé d'entretenir des relations avec les athlètes d'autres pays. De telles décisions peuvent être influencées par des arguments géopolitiques qui mettent en évidence l'intersection entre la politique et le sport dans le mouvement olympique. Il est important de reconnaître et d'analyser les défis géopolitiques rencontrés lors des Jeux olympiques. En reconnaissant ces questions et en tirant des leçons fondamentales, il devient évident que, malgré les revendications de neutralité du CIO, la politique et la stratégie sont étroitement liées à l'événement sportif (Giblin, 2024). Cette réalité montre que les Jeux ne sont pas simplement un événement sportif, mais aussi une plateforme qui reflète les relations internationales et les luttes de pouvoir géopolitiques. Les Jeux olympiques de Paris 2024 offrent des opportunités à la fois économiques et géopolitiques à la France. Les efforts de la France pour accroître son prestige international et atteindre ses objectifs stratégiques à travers cet événement sportif majeur seront façonnés par les conditions géopolitiques et la dynamique politique.

Les tensions politiques entre l'Ukraine et la Russie ou la Biélorussie se reflètent également dans le domaine du sport. Cependant, d'un point de vue géopolitique, il est indiqué que les athlètes russes et biélorusses pourraient participer aux Jeux olympiques et paralympiques sous un drapeau neutre tant qu'ils ne soutiennent pas l'occupation de l'Ukraine et n'ont aucun accord avec leurs armées (Pierre Godon & Clément Parrot, 2024). Cela reflète les efforts du sport pour se distancer des conflits politiques. S'il est permis aux athlètes de

participer aux compétitions, il est précisé qu'ils ne défileront pas lors de la cérémonie d'ouverture sous le drapeau de leur équipe nationale. Cette décision pourrait être perçue comme un geste symbolique visant à éviter les controverses politiques potentielles pendant l'événement. Un tel comportement peut être considéré comme un effort visant à minimiser les tensions politiques dans les événements sportifs internationaux et comme une mesure visant à mettre en avant l'identité individuelle de l'athlète et le caractère universel du sport.

Les Jeux sont des plateformes qui mettent l'accent sur le pouvoir fédérateur et les valeurs universelles du sport. Garder le sport à l'écart des conflits politiques renforce les messages de coopération internationale et de paix. Dans ce contexte, la participation d'athlètes russes et biélorusses sous drapeau neutre s'inscrit dans le cadre des efforts visant à préserver ce caractère universel du sport.

Les responsables gouvernementaux ont exprimé leur engagement à travailler sans interruption tout au long de l'été pendant les Jeux olympiques. Cet engagement souligne l'importance d'une gouvernance fluide, de la sécurité et des mesures de cyber sécurité lors de grands événements sportifs internationaux (Nicolas Lepeltier, 2023). Les responsables gouvernementaux, dont le ministre de l'Intérieur Gérald Darmanin et la ministre des Sports Amélie Oudéa-Castéra, ont souligné la nécessité de se concentrer sur leurs missions et responsabilités pour assurer le bon déroulement des Jeux olympiques (le Quai d'Orsay, 2024-a). Les collègues du ministre des Transports, Patrice Vergriete, ont assuré qu'ils n'effectueraient pas de voyages de loisirs sur les zones côtières pendant les Jeux olympiques. Cependant, tandis que certains ministres semblent recevoir des instructions concernant leurs rôles et engagements pendant les Jeux olympiques, d'autres semblent toujours attendre des orientations du bureau du Premier ministre (Matignon) (Pierre Godon & Clément Parrot, 2024). Cette incertitude montre qu'il est probable que le gouvernement coordonne et communique des directives plus spécifiques à mesure que l'événement approche. Cela est nécessaire pour assurer une gestion et une coordination efficaces pendant les Jeux olympiques. En particulier, le fait que les responsables gouvernementaux expriment clairement leur engagement et soulignent la nécessité de se concentrer sur leurs missions et responsabilités pour assurer le bon déroulement des Jeux olympiques peut transmettre un message à la communauté internationale. Les Jeux revêtent une grande importance pour la France en termes de diplomatie numérique et de géopolitique. L'engagement des responsables gouvernementaux à travailler sans interruption envoie un message fort à la communauté internationale et montre que la France est prête à gérer avec succès cet

événement majeur. Cela renforcera la position de la France à l'international et consolidera sa réputation de pays hôte fiable pour les futurs grands événements.

En tant que responsable de la sécurité numérique de l'État, ANSSI réunit les décideurs clés pour aborder les questions numériques liées aux Jeux olympiques et paralympiques de Paris (Élysée, 2023b). Dans ce cadre, il pratique une tâche cruciale dans la sensibilisation aux risques, la discussion des mesures préventives et l'évaluation des rapports de progrès. Vincent Strubel, désigné par le Premier ministre pour superviser la cyber sécurité des Jeux olympiques, déploie des efforts importants pour garantir les mesures de sécurité pendant la phase de préparation (Élysée, 2023e).

L'ANSSI est directement affiliée à l'Élysée. L'ANSSI est l'autorité nationale chargée d'assurer la sécurité des systèmes d'information de la France et est rattachée stratégiquement à l'Élysée (Élysée, 2022). Cela montre que l'ANSSI a une grande importance en termes de politiques de sécurité nationale et de stratégies de cyber sécurité. Les efforts de cyber sécurité de l'ANSSI pratique une tâche essentielle pour garantir le bon déroulement des Jeux. Un budget légèrement supérieur à 10 millions d'euros a été alloué pour effectuer des contrôles de sécurité conformément à la loi sur les Jeux olympiques (Untersinger, 2023). Des audits de sécurité sont effectués dans les stades, les sites événementiels et les systèmes numériques pour garantir des mesures de sécurité solides. Des réunions hebdomadaires sont organisées entre ANSSI et le comité d'organisation pour coordonner efficacement les efforts de sécurité. De plus, divers exercices collaboratifs sont menés pour simuler différents scénarios. Ces exercices pratiquent une tâche cruciale dans le test des capacités d'intervention et l'observation des interactions entre les parties prenantes. Parmi les menaces cybernétiques, on trouve les attaques par déni de service, le vol d'identité, la fraude financière, l'espionnage et les escroqueries en ligne. Il convient également de prendre en compte la possibilité que des acteurs soutenus par des États, comme la Russie, lancent des attaques cybernétiques pour compromettre la sécurité nationale. Pour faire face à ces défis, il est crucial que les décideurs prennent les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et maintenir la fiabilité des événements sportifs internationaux.

La cyberattaque survenue lors des Jeux olympiques d'hiver de Pyeongchang en 2018 a mis en évidence la vulnérabilité des grands événements tels que les Jeux olympiques aux menaces cybernétiques et la possibilité que de telles attaques entraînent des perturbations graves (Florian Reynaud & Pauline Croquet, 2022). Cette attaque a provoqué la panique et des dysfonctionnements en ciblant les composants de logiciels malveillants, entraînant des

problèmes dans les systèmes de stades et l'impression de billets. Initialement attribuée au groupe Lazarus, supposément lié à la Corée du Nord, des recherches ultérieures ont rendu cette attribution incertaine, et finalement les États-Unis ont accusé l'unité de renseignement militaire russe 74455. Le logiciel malveillant appelé "*Olympic Destroyer*" a été enregistré comme l'une des attaques numériques les plus graves ayant affecté les Jeux olympiques. Alors que Paris se prépare pour les Jeux olympiques de 2024, les responsables de la cyber sécurité se concentrent sur les leçons tirées de l'incident de 2018 et travaillent à renforcer les mesures de sécurité pour prévenir de futurs incidents similaires (Élysée, 2024b). En particulier, l'attention se porte sur les scénarios où l'équipement des stades pourrait être ciblé. La nature internationale des Jeux olympiques pourrait également conduire à des activités d'espionnage visant non seulement les événements eux-mêmes, mais aussi les journalistes couvrant l'événement. Les tentatives d'exploiter les vulnérabilités techniques telles que les applications sur les téléphones ou les réseaux Wi-Fi utilisés par les journalistes suscitent des inquiétudes. Avec la hausse des attaques de *ransomwares* ces dernières années, la menace de cybercriminalité est une préoccupation majeure pour assurer le bon déroulement des Jeux olympiques. Ainsi, il est crucial que des mesures de cyber sécurité soient mises en place et continuellement mises à jour de manière efficace.

Les kits d'exercice développés par l'ANSSI sont une initiative visant à faciliter les exercices de gestion de crise cybernétique (Élysée, 2023c). Des kits d'exercices développés par l'ANSSI ont pour objectif de faciliter les exercices de gestion de crise cyber et d'accroître la sécurité lors de l'événement. Ces kits sont utilisés pour organiser et stocker des exercices qui imitent le cadre de planification opérationnelle conjointe (JOP). La stratégie de l'ANSSI consiste notamment à élargir le soutien aux acteurs privés et publics afin qu'un large éventail d'institutions et d'organisations puissent participer aux exercices de cyber sécurité. Ces kits offrent la possibilité de choisir parmi un total de 12 modèles de demandes, enregistrés sous quatre types de secteurs et trois niveaux de sophistication. Les kits d'exercice comprennent divers éléments qui simplifient l'organisation, tels que des stimuli, des fichiers de scénario, des modèles de briefing pour les joueurs ou les facilitateurs, et une grille RETEX (Élysée, 2023d). Le contenu est facilement accessible et peut être rapidement mis en œuvre sur le terrain. De plus, les kits d'exercice comprennent des modèles d'outils de gestion de crise, tels que des manuels de terrain et de suivi, pour la préparation cybernétique. Cela aide les innovateurs sur le terrain à mieux se préparer aux situations de crise. Les kits d'exercice de l'ANSSI offrent un ensemble complet d'outils pour organiser et mener des exercices de

gestion de crise cybernétique (Élysée, 2020a). Ils peuvent aider les acteurs des secteurs public et privé à renforcer leur préparation aux crises cybernétiques. Les Jeux offrent à la France une plate-forme importante pour atteindre ses objectifs en matière de diplomatie numérique et géopolitiques. Les efforts de cyber sécurité de l'ANSSI pratique une tâche essentielle dans cette démarche. Des objectifs stratégiques tels que le renforcement de la confiance, la supériorité technologique et la coopération internationale aideront la France à renforcer sa position dans les relations internationales et à pratiquer une tâche de premier plan lors des futurs événements majeurs.

4.3.2. Paris 2024 dans la Perspective d'une Diplomatie Numérique: Analyse du Langage Universel du Sport

Depuis la renaissance du mouvement olympique à la fin du XIXe siècle, le sport a joué un rôle de plus en plus politique et international (Fabius, 2014, p. 71). Cette évolution peut être retracée jusqu'à des événements majeurs tels que l'utilisation des Jeux olympiques de Berlin en 1936 par l'Allemagne nazie comme plateforme politique (Grasso et al., 2015, p. ii). Après la Seconde Guerre mondiale, la rivalité entre les États-Unis et l'Union soviétique s'est manifestée dans les compétitions sportives, reflétant les tensions politiques plus larges de l'époque (Grasso et al., 2015, p. vi). Cet esprit de compétition s'est étendu au-delà des conflits militaires pour atteindre le domaine sportif, mettant en lumière la division idéologique entre les deux superpuissances. Avec ces références du passé, les Jeux sont l'occasion pour l'Élysée de mettre en œuvre des stratégies de diplomatie numérique et de renforcer sa position dans les relations internationales. Elle peut renforcer la confiance dans la communauté internationale en démontrant que les mesures de sécurité et de cyber sécurité sont efficacement mises en œuvre tout au long des Jeux olympiques. Elle peut renforcer ses relations diplomatiques en coopérant avec d'autres pays et en développant des projets communs pendant les Jeux. Le Quai d'Orsay jouera un rôle actif dans le renforcement de la politique étrangère et des relations internationales de la France pendant les Jeux olympiques. Le ministère peut accroître la visibilité diplomatique de la France en s'engageant auprès des dirigeants internationaux pendant les jeux. Dans d'éventuelles situations de crise, le ministère peut gagner la confiance de la communauté internationale grâce à une stratégie de gestion de crise efficace.

Les effets du prestige perçu sur la réputation nationale conduisent certains acteurs du monde sportif à plaider en faveur d'une intervention étatique afin de renverser les tendances

négligées observées dans le domaine du sport. Les États pratiquent une tâche importante dans l'élaboration des programmes sportifs d'élite. Ils reconnaissent le rôle essentiel du sport dans l'identité et la réputation nationales et attachent donc une grande importance à l'entraînement et à la préparation des athlètes. Le succès des athlètes lors d'événements majeurs tels que les Jeux Olympiques peut accroître le prestige du pays et accroître la valeur nationale (Callède, 2002, p. 441). Les déceptions lors des Jeux Olympiques passés ont mis en évidence la nécessité de mieux préparer les événements futurs. Les États tentent de relever ce défi en créant des institutions et des programmes spécialisés pour améliorer les performances des athlètes. Les déceptions des sportifs français aux Jeux olympiques de Stockholm au 20^e siècle ont souligné la nécessité d'améliorer les performances sportives avant les Jeux olympiques de Berlin à venir (Raymond Guasco, 1913, p. 6). L'Élysée et le Quai d'Orsay tentent d'orienter l'impact du sport sur la réputation nationale en utilisant les outils de la diplomatie numérique dans un sens géopolitique. Cela se produit via les réseaux sociaux, les sites Web, le contenu vidéo et d'autres canaux de communication. La diplomatie numérique est utilisée comme un outil important dans ce processus, et nous pouvons voir que les responsables français travaillent consciemment sur cette question.

Il est important de reconnaître que les activités menées par les organisations sportives internationales ont contribué à accroître la prévalence des programmes ou des réflexions sur le « sport et l'environnement » au sein des organisations de la société civile et d'autres institutions internationales (Bayeux, 2021, p. 42). Cela montre que les efforts et les initiatives des organisations sportives pour promouvoir la durabilité environnementale ne sont pas isolés, mais font partie d'un mouvement plus large impliquant divers intervenants. Les initiatives du CIO dans le domaine du sport et de l'environnement sont mentionnées, de même que le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), qui pratique une tâche importante dans la promotion du développement durable. Depuis 2003, le PNUE a adopté une stratégie axée sur l'intersection du sport et de l'environnement, en harmonie avec les efforts du CIO.

Lors de la conférence COP24 en 2018, divers acteurs du monde sportif ont lancé le cadre « Sport pour l'action climatique », soulignant que la nécessité de lutter contre le changement climatique était de plus en plus reconnue au sein de la communauté sportive (Comité International Olympique, 2018). Cet effort commun entre les organisations sportives et les accords internationaux met en évidence l'engagement à réduire l'impact environnemental des événements sportifs. En collaboration avec la Convention-Cadre des

Nations Unies sur les Changements Climatiques, le CIO a publié deux documents directeurs : « La contribution du sport à l'action climatique » et « Méthodologie de l'empreinte carbone pour les Jeux Olympiques et Paralympiques ». Ces publications fournissent des outils et des cadres pratiques pour mesurer et réduire l'empreinte carbone des grands événements sportifs, démontrant ainsi une approche proactive en matière de durabilité environnementale dans le secteur du sport. En collaborant avec des acteurs du sport français tels que le Fonds Mondial pour la Nature (WWF), le Ministère des Sports et Paris 2024, les organisations environnementales soulignent les partenariats mettant en lumière les préoccupations liées à la pollution découlant des Jeux Olympiques de Paris 2024 (Alyce, 2020). La géopolitique française est un enjeu important dans le contexte des Jeux. Cet événement majeur permet à la fois de façonner l'image internationale de la France et de souligner son engagement en faveur de la durabilité environnementale. Le village olympique conçu pour les JO de Paris 2024 a été construit avec des bâtiments respectueux de l'environnement et des structures bas carbone. Il y a des parasols et des systèmes anti-chaleur dans chaque bâtiment. L'urine des athlètes sera recyclée et utilisée comme engrais. Cela fait partie de l'engagement en faveur de la durabilité. Certaines des épreuves aquatiques des Jeux olympiques se dérouleront sur la Seine, souvent polluée. Cela a été critiqué par les écologistes. La maire de Paris, Anne Hidalgo, affirme que la Seine sera rendue baignable avant le début des Jeux olympiques. Le président français Emmanuel Macron a également promis de se baigner dans la rivière (Ouest-France, 2024).

La création de la Maison des Fiertés pendant les Jeux constitue une étape importante dans la lutte contre la discrimination et la visibilité accrue des personnes LGBTI+ dans le sport. Cette initiative, officialisée par la collaboration entre l'association Fier-Play et Paris 2024, a été annoncée par le président de Paris 2024, Tony Estanguet, à l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie (Olympics.com, 2023b). Des initiatives telles que la Maison des Fiertés, qui a pris des mesures importantes pour lutter contre la discrimination et accroître la visibilité des personnes LGBTI+ dans le sport à Paris 2024, pratiquent une tâche importante dans le renforcement de l'image mondiale et des relations diplomatiques de la France. La Maison des Fiertés vise à créer une société plus inclusive et égalitaire en utilisant le pouvoir du sport pour lutter contre les discriminations sociales. De telles initiatives peuvent sensibiliser à l'égalité et à l'inclusion au sein de la communauté internationale grâce à la diplomatie numérique et contribuer à promouvoir des initiatives similaires dans d'autres pays. Par conséquent, en plus d'initiatives

telles que la Maison des Fiertés, Paris 2024 prévoit de participer au projet Maison des Fiertés pour créer un espace d'échange et de célébration pour les personnes LGBTQ+ et leurs familles en 2024 (Olympics.com, 2024). La France pratique une tâche de premier plan dans le domaine des droits humains internationaux en défendant les droits des personnes LGBTQ+ à travers des initiatives telles que la Maison des Fiertés. Cela accroît le prestige mondial de la France et constitue un exemple pour les autres pays. Elle accroît son influence à l'international en mettant en œuvre des stratégies de soft power à travers la Maison des Fiertés. De telles initiatives permettent d'utiliser les valeurs sociales comme outils diplomatiques (Olympics.com, 2024). Les stratégies géopolitiques de la France s'appuient sur des politiques innovantes et progressistes. La Maison des Fiertés se présente dans le cadre de ces stratégies, intégrées au changement social et aux innovations technologiques. La France pratique une tâche de premier plan sur la scène mondiale en promouvant l'innovation technologique et sociale à travers des initiatives telles que la Maison des Fiertés.

L'Élysée pratique une tâche pour garantir la réalisation en toute sécurité de Paris 2024. Les succès de la France en matière de sécurité lors d'événements tels que l'Euro, le Tour de France et la COP 21 constituent une référence importante pour les Jeux Olympiques. L'Élysée a établi et renforcé ses relations avec les responsables du CIO pour démontrer que Paris est une ville hôte idéale pour les Jeux olympiques de 2024. Des relations diplomatiques solides ont été développées pour convaincre les responsables du CIO et garantir que Paris soit choisie comme hôte. L'expérience de la France dans l'organisation de grands événements internationaux dans des conditions de sécurité optimales revêt une importance capitale, notamment compte tenu des préoccupations mondiales liées au terrorisme (Élysée, 2016). Les succès passés dans l'accueil d'événements tels que l'Euro, le Tour de France et la COP 21 ont démontré sa capacité à faire face aux défis sécuritaires avec préparation et détermination. Le Quai d'Orsay utilise les stratégies de diplomatie numérique pour communiquer auprès d'un public mondial les valeurs fondamentales de Paris 2024 et l'engagement de la France à préserver ces valeurs. Valeurs olympiques : Les valeurs fondamentales des Jeux Olympiques - excellence, amitié et respect - sont compatibles avec la compétence et la vision de la France en matière d'accueil. Ces valeurs sont communiquées à la communauté mondiale à travers la diplomatie numérique.

Le président Emmanuel Macron a exprimé son espoir d'accueillir un sommet international lié aux Jeux Olympiques, soulignant l'importance d'utiliser le sport comme un outil pour la collaboration et le progrès sur les questions mondiales (Élysée, 2024c). Ce

sommet abordera diverses questions mondiales en utilisant le pouvoir du sport et encouragera les initiatives visant à offrir un meilleur avenir aux jeunes. L'Élysée française, sous la direction d'Emmanuel Macron, pratique une tâche cruciale dans la promotion de l'utilisation du sport pour aborder des questions mondiales. Le Quai d'Orsay pratique une tâche clé dans la facilitation des partenariats internationaux et la coordination des efforts diplomatiques pour soutenir les objectifs du sommet. En utilisant le sport comme outil de diplomatie, la France peut promouvoir la paix et la stabilité internationales. Les initiatives liées au sport peuvent être utilisées pour encourager la compréhension mutuelle et la coopération entre les nations, renforçant ainsi la sécurité mondiale.

CONCLUSION

Nous avons examiné les développements liés au rôle politique et international du sport tout au long de l'histoire, ainsi que l'importance de la diplomatie sportive et l'impact du sport sur la durabilité environnementale. De plus, nous avons souligné les effets des Jeux sur la France et la communauté internationale, ainsi que leurs dimensions sociales, environnementales et économiques. En conclusion, l'utilisation du sport comme plateforme politique et internationale est un développement historiquement important. Cependant, aux côtés de ce potentiel, il existe également divers défis, notamment dans les domaines de la sécurité, de la durabilité environnementale et de l'inclusion sociale. De plus, l'engagement de Paris 2024 en faveur de la durabilité environnementale et de l'inclusion sociale démontre comment le sport peut être utilisé pour des objectifs sociaux plus larges. Ces efforts soulignent le potentiel du sport à apporter des changements positifs et des développements en utilisant sa puissance de manière plus holistique. Les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 offrent une opportunité de démontrer le pouvoir unificateur et transformateur du sport sur le schéma mondial, tout en mettant en avant l'importance de la durabilité sociale, environnementale et économique.

Nous pouvons dire que les aspects saillants des Jeux olympiques de Paris sont d'ordre économique et culturel. Cependant, la dimension géopolitique gagne également en importance dans une certaine mesure, mais nous remarquons dans les textes cités que cette dimension est moins soulignée. Nous avons abordé les impacts économiques et les opportunités des Jeux. Nous nous concentrons notamment sur la revitalisation des activités économiques telles que le secteur de la construction et du tourisme. De plus, nous avons mis

en évidence les effets des organisations sportives sur le développement économique et l'emploi. Nous avons également mentionné comment Paris va mettre en valeur sa richesse culturelle et ses valeurs en accueillant les Jeux olympiques. Nous soulignons que les grands événements sportifs peuvent fonctionner comme une plateforme pour la culture et l'art, offrant ainsi à un pays l'opportunité de promouvoir son identité culturelle à la mesure mondiale. Cela montre que les Jeux olympiques de Paris auront un impact particulièrement important sur le plan économique et culturel, et que ces impacts sont mis en avant.

Le rôle de l'Élysée et du Quai d'Orsay est très varié. Le fait que la France accueillant des événements internationaux majeurs tels que les Jeux olympiques de Paris, cela offre une opportunité de renforcer la réputation du pays à la mesure mondiale et de renforcer ses relations internationales. L'Élysée prend un rôle de leadership dans la planification et la coordination de tels événements, tandis que le Quai d'Orsay gère les relations internationales et gère les relations avec les autres pays sur la façon dont ces événements sont perçus et interagissent à la mesure mondiale. L'Élysée et le Quai d'Orsay collaborent avec d'autres pays pour assurer la sécurité des événements et renforcer la coopération internationale lors de l'organisation des Jeux olympiques de Paris. De plus, l'organisation de tels événements offre une opportunité de promouvoir la richesse culturelle et économique de la France à la mesure mondiale. Par conséquent, l'Élysée et le Quai d'Orsay pratiquent des rôles clés dans la planification, la coordination et l'exécution d'événements internationaux tels que les Jeux olympiques de Paris, et gèrent l'impact de ces événements sur l'image internationale de la France.

L'Élysée et le Quai d'Orsay utilisent divers moyens pour la gestion et l'interaction des événements internationaux tels que les Jeux olympiques de Paris. À travers les relations diplomatiques et la communication, la France collabore avec d'autres pays par le biais de relations diplomatiques. Le Quai d'Orsay assure une coopération en matière de sécurité, de logistique et d'autres sujets en rencontrant les responsables d'autres pays. De plus, l'Élysée et le Quai d'Orsay fournissent des informations sur les Jeux olympiques de Paris à travers les médias internationaux et les moyens de communication, assurant ainsi la promotion de l'événement à la mesure mondiale. Avec la coordination de la sécurité, l'Élysée et le Quai d'Orsay collaborent avec les agences de sécurité d'autres pays pour assurer la sécurité pendant l'événement. La lutte contre le terrorisme, la cyber sécurité et d'autres questions de sécurité nécessitent une coopération internationale.

La richesse culturelle et la diversité de la France sont mises en valeur à travers des expositions, des concerts, des événements gastronomiques et des spectacles d'art. Avec les relations économiques et commerciales, des événements internationaux tels que les Jeux olympiques de Paris offrent une plateforme pour promouvoir le potentiel économique de la France et les opportunités commerciales à la mesure mondiale. L'Élysée et le Quai d'Orsay facilitent le développement des relations commerciales en réunissant des délégations commerciales et d'affaires lors des événements. Enfin, avec le développement durable et la coopération environnementale, L'Élysée et le Quai d'Orsay encouragent le développement durable et la coopération environnementale à travers des événements internationaux tels que les Jeux olympiques de Paris. La coopération internationale et les projets environnementaux sont soutenus pour réduire l'impact environnemental des événements. Ces diverses approches montrent le rôle de l'Élysée et du Quai d'Orsay dans la gestion et l'interaction des événements internationaux tels que les Jeux olympiques de Paris.

Les Jeux de Paris 2024 ont offert à la France une opportunité unique de renforcer sa marque nationale et sa réputation internationale en intégrant ses stratégies de diplomatie publique, de diplomatie sportive et de diplomatie numérique. L'Élysée et le Quai d'Orsay, en tant qu'acteurs majeurs dans ce processus, ont réussi à accroître l'influence internationale de la France en adoptant diverses stratégies diplomatiques. Les stratégies de diplomatie publique de la France sont d'une importance cruciale pour renforcer la marque de l'image nationale et développer les relations internationales. Paris 2024 a fourni une plateforme unique pour présenter la richesse culturelle de la France, ses succès sportifs et son engagement en faveur de la coopération internationale. La diplomatie sportive, dans ce contexte, a été utilisée comme un outil puissant pour promouvoir le dialogue et la coopération internationale. Les Jeux Olympiques ont permis à la France de se rendre plus visible sur la scène internationale et de renforcer ses relations avec différents pays par le biais du sport.

La diplomatie numérique a permis à la France d'atteindre des audiences plus larges et de communiquer de manière efficace sur la scène internationale. L'Élysée et le Quai d'Orsay ont utilisé les plateformes numériques de manière efficace pour transmettre les messages de la France à un public mondial. La diplomatie numérique est devenue un outil crucial pour promouvoir la marque nationale de la France et renforcer l'interaction mondiale. Les médias sociaux, les campagnes numériques et les événements en ligne ont été utilisés pour mettre en avant les succès culturels et sportifs de la France. Les efforts en matière de

cyber sécurité de l'ANSSI et les innovations numériques ont démontré la supériorité technologique de la France. Cela a permis de construire la confiance au sein de la communauté internationale et de consolider le leadership de la France en matière de diplomatie numérique.

Les Jeux ont renforcé l'image internationale de la France et approfondi ses relations diplomatiques. L'Élysée et le Quai d'Orsay ont intégré les stratégies de *nation branding* avec la diplomatie sportive et la diplomatie numérique, augmentant ainsi l'influence globale de la France. Les Jeux Olympiques ont offert à la France l'opportunité de montrer sa richesse culturelle, ses succès sportifs et son engagement en faveur de la coopération internationale. Cela a rehaussé le prestige et la réputation de la France sur le schéma mondial. Grâce aux Jeux Olympiques, la France a renforcé ses relations diplomatiques avec de nombreux pays. La diplomatie sportive a favorisé la coopération internationale, approfondissant ainsi les relations globales de la France.

Les stratégies de diplomatie publique, de diplomatie sportive et de diplomatie numérique adoptées par l'Élysée et le Quai d'Orsay avant et pendant les Jeux ont considérablement renforcé la réputation et l'influence internationales de la France. Ces stratégies ont permis à la marque nationale de la France de toucher un public plus large et de créer une image positive sur le schéma mondial. L'intégration réussie de la diplomatie publique, de la diplomatie sportive et de la diplomatie numérique a accru l'influence et la réputation internationales de la France. Cette intégration stratégique a consolidé le leadership mondial de la France. La France peut maintenir ses succès de Paris 2024 lors de futurs événements internationaux. Cette étude a examiné en détail l'efficacité et les résultats des stratégies diplomatiques adoptées par la France dans le contexte des Jeux. Les points de convergence entre la diplomatie publique, la diplomatie sportive et la diplomatie numérique ont joué un rôle crucial dans la définition de la marque nationale et de l'influence internationale de la France. Les stratégies de l'Élysée et du Quai d'Orsay ont renforcé le prestige et la réputation de la France sur le schéma mondial, consolidant son leadership mondial. Paris 2024 a solidifié la position de la France en tant que leader sur le schéma mondial et a établi un modèle pour les futures initiatives diplomatiques.

Si nous l'envisageons d'un point de vue néolibéral, même si les engagements pris par la diplomatie numérique française lors de la préparation des jeux semblent globalement optimistes, on craint au sein de sa propre nation que les jeux nuisent à l'environnement et à l'économie. Dans cette période qui mène aux Jeux de Paris 2024, nous verrons quels seront

les coûts écologiques des événements et la facturation de ces coûts à travers les outils de la diplomatie numérique. Il existe de nombreux réseaux d'information dans le cadre de la diplomatie numérique, et nous savons que les jeux reçoivent des critiques de la part de la société à travers ces réseaux. Plus concrètement, la question de l'éloignement des sans-abri de Paris. De telles critiques se projettent sur les dimensions socio-économiques des jeux. Bien que les jeux contribuent à la diplomatie d'influence française en termes de la réputation internationale, il n'y a pas une tout à fait bonne perception dans la société. Si Ellyse et le Quai d'Orsay parviennent à maintenir après les Jeux leurs engagements culturels, économiques, géopolitiques, écologiques et en matière de droits de l'homme, il y aura une satisfaction tant au niveau national qu'international.

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 suscite de nombreuses discussions, notamment sur les engagements pris par la diplomatie numérique française et leurs impacts potentiels. La diplomatie numérique française, en préparation des Jeux de Paris 2024, a affiché des ambitions élevées. Les objectifs incluent la promotion de l'image de la France, l'amélioration des relations internationales et la mise en avant des innovations technologiques et culturelles du pays. Les événements sportifs d'une telle envergure sont souvent critiqués pour leurs impacts environnementaux. L'afflux de touristes et les constructions temporaires peuvent augmenter les émissions. La construction de nouvelles infrastructures peut perturber les habitats naturels. L'éloignement des sans-abri de Paris pour "nettoyer" la ville est une pratique controversée. Les coûts de l'organisation peuvent peser lourdement sur les finances publiques, avec des implications sur les services sociaux et les infrastructures locales. Les Jeux de Paris 2024 représentent une opportunité majeure pour la diplomatie numérique française, mais ils ne sont pas exempts de critiques, notamment en matière d'environnement et de justice sociale. La clé du succès résidera dans la capacité à équilibrer ces préoccupations avec les ambitions diplomatiques et à répondre de manière transparente et responsable aux attentes de la société.

Dans le cadre des engagements pris lors de la préparation des JO de Paris 2024, la plupart de nos hypothèses commenceront à être testées 15 jours après notre soutenance de thèse, soit le 26 juillet (jour du début des Jeux Olympiques) et se poursuivront jusqu'à la fin du 8 septembre (jour de fin des Jeux Paralympiques). Si les engagements culturels, économiques et géopolitiques pris par l'Élysée et le Quai d'Orsay dans la préparation des JO ont suscité des critiques parmi les Français, ils ont élargi la portée de la diplomatie d'influence numérique française en contribuant à la réputation internationale. Si les

engagements numériques pris pour la phase de préparation et au-delà aboutissent, notre hypothèse sera confirmée et un élément de référence numérique fort sera créé dans la diplomatie sportive des futurs jeux.



RÉFÉRENCE

- Abdallah, M. H. (2000). « L'effet Zidane », ou le rêve éveillé de l'intégration par le sport. *Hommes & Migrations*, 1226(1), 5-14. <https://doi.org/10.3406/homig.2000.3539>
- AFP. (2023). *Jeux Olympiques de Paris 2024 | J-365 | Emmanuel Macron : « La France sera prête pour les JO »*—Eurosport. Eurosport. https://www.eurosport.fr/jeux-olympiques/paris-2024/2024/jeux-olympiques-de-paris-2024-j-365-emmanuel-macron-la-france-sera-prete-pour-les-jo_sto9717768/story.shtml
- Alethawy, M. (2022). Digital Diplomacy and Cybersecurity. *Ahi Evran Akademi*, 3(1), Article 1.
- Alyce, A. (2020, janvier 13). M. Besson (WWF) : « Le sport peut nous aider à transformer la société ». *ECOFOOT.FR*. <https://www.ecofoot.fr/interview-mael-besson-wwf-france-rse-football-4777/>
- Ambassade de France au Laos. (2016). *Infographie : Les grands axes de la diplomatie sportive*. La France au Laos. <https://la.ambafrance.org/Infographie-les-grands-axes-de-la-diplomatie-sportive>
- Amnesty France. (2024). *JO 2024 : Pourquoi la vidéosurveillance algorithmique pose problème*. Amnesty France. <https://www.amnesty.fr/liberte-d-expression/actualites/pourquoi-la-videosurveillance-algorithmique-pose-probleme-cameras-technologies>
- Anderson, P. M., Blackshaw, I. S., Siekmann, R. C. R., & Soek, J. (2011). *Sports Betting : Law and Policy*. Springer Science & Business Media.
- Andranovich, G., & Burbank, M. J. (2011). Contextualizing Olympic Legacies. *Urban Geography*, 32(6), 823-844. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.32.6.823>
- André SUCHET, Christophe GIBOUT, & Olivier BESSY. (2024). *Les paris des Jeux ! Géographie olympique et sportive. Hommage à Jean-Pierre Augustin – AFRAPS*. <https://afraps.org/2024/03/07/les-paris-des-jeux-geographie-olympique-et-sportive-hommage-a-jean-pierre-augustin/>

Andreas Sandre. (2013, août 15). *Twitter for Diplomats—Diplo Resource*. <https://www.diplomacy.edu/resource/twitter-for-diplomats/>

Appert, M. (2012, janvier). *Les JO 2012 à Londres : Un grand événement alibi du renouvellement urbain à l'est de la capitale* (ISSN : 2492-7775) [Document]. Géoconfluences; École normale supérieure de Lyon. <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/urb1/MetropScient10.htm>

Arthur A. Raney & Jennings Bryant. (2006). *Handbook of Sports and Media*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Handbook-of-Sports-and-Media/Raney-Bryant/p/book/9780805851892>

Athlete 365. (2024, mai 3). *Protection à Paris 2024 : Vos droits et responsabilités*. Athlete365. <https://olympics.com/athlete365/fr/integrite/protection-a-paris-2024-vos-droits-et-responsabilites/>

Balzacq, T., Charillon, F., & Ramel, F. (Éds.). (2020). *Global Diplomacy : An Introduction to Theory and Practice*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-28786-3>

Barbara J. Keys. (2006). *Globalizing Sport*. Harvard University Press. <http://eds.b.ebscohost.com.lproxy.yeditepe.edu.tr/eds/ebookviewer/ebook?sid=793a3f7c-6258-4387-9b6e-d646f40d9c16%40sessionmgr101&vid=21&rid=1&format=EB>

Basketball Reference. (2016). *2016 NBA Finals—Cavaliers vs. Warriors* | Basketball-Reference.com. <https://www.basketball-reference.com/playoffs/2016-nba-finals-cavaliers-vs-warriors.html>

Bayeux, P. (2021, mars 25). *SPORT MONDIALISÉ : LES DÉFIS DE LA GOUVERNANCE* Iris. Décideurs du Sport par Patrick Bayeux. <https://patrickbayeux.com/rapports/sport-mondialise-les-defis-de-la-gouvernance-iris/>

Bayeux, P. (2024, mai 9). *L' #IA protégera les athlètes des JOP #Paris2024 contre les abus en ligne*. Décideurs du Sport par Patrick Bayeux. <https://patrickbayeux.com/actualites/l-ia-protegera-les-athletes-des-jop-paris2024-contre-les-abus-en-ligne/>

Beatrice, B. (2002). Sport et entreprise : Des logiques convergentes ? *L'Année sociologique*, 52. <https://doi.org/10.3917/anso.022.0391>

Beck-Burridge, M., & Walton, J. (2001). *Sports Sponsorship and Brand Development : The Subaru and Jaguar Stories*. Springer.

Berg, E. (2022). Frédéric Charillon : Guerres d'influence – Les États à la conquête des esprits ; Odile Jacob, 2022 ; 346 pages. *Revue Défense Nationale*, 853(8), 127-128. <https://doi.org/10.3917/rdna.853.0127>

Bjola, C., & Zaiotti, R. (s. d.). *Digital Diplomacy and International Organisations : Autonomy, Legitimacy and Contestation*. Routledge & CRC Press. Consulté 11 mars 2024, à l'adresse <https://www.routledge.com/Digital-Diplomacy-and-International-Organisations-Autonomy-Legitimacy-and-Contestation/Bjola-Zaiotti/p/book/9780367469993>

Blair, R. D. (2011). *Sports Economics*. Cambridge University Press.

Bongiovi, J. R. (2019). The Age of Surveillance Capitalism : The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. *Social Forces*, 98(2), 1-4. <https://doi.org/10.1093/sf/soz037>

Bouhier, F. (2024, mai 9). *JO de Paris 2024 : Le calendrier du football et comment acheter des billets*. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/infos/jo-paris-2024-calendrier-football>

Bradley Schultz & Edward Arke. (2016). *Sports Media : Reporting, Producing, and Planning*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Sports-Media-Reporting-Producing-and-Planning/Schultz-Arke/p/book/9781138902831>

Brett Hutchins & David Rowe. (2012). *Sport Beyond Television : The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Sport-Beyond-Television-The-Internet-Digital-Media-and-the-Rise-of-Networked/Hutchins-Rowe/p/book/9780415734202>

Brinder Rault. (2021). *L'Inde, un territoire d'opportunités pour les exportateurs français de la filière sport*. Business France. <https://www.businessfrance.fr/export-s-informer/Inde-opportunites-pour-les-exportateurs-francais>

Brohm, J.-M. (1992). *Sociologie politique du sport*. Presses universitaires de Nancy.

Burlacu, R. S. (2022). *La pratique diplomatique à l'ère des médias sociaux : Une analyse exploratoire de l'approche canadienne* [Phd, École nationale d'administration publique (ENAP)]. <https://espace.enap.ca/id/eprint/340/>

Business France & Élysée. (2018). *Les nouveaux terrains de sport*. <https://www.businessfrance.fr/export-home>. <https://www.businessfrance.fr/les-nouveaux-terrains-de-sport-afrique-asie-proche-et-moyen-orient>

Business France & Élysée. (2019). *Pourquoi les French tech sont-elles attendues au SXSW d'Austin ?* SXSW Business France / La French Tech. <https://www.businessfrance.fr/sxsw2020>

Business France & Élysée. (2020). *Meet French Sport Africa : Une 1ère opération digitale sur les marchés du sport en Côte d'Ivoire et au Sénégal !* https://www.businessfrance.fr/Meet_French_Sport_Africa_Une_1ere_operation_digitale_sur_les_march%C3%A9s_du_sport_en_Cote_d_Ivoire_et_au_Senegal

Business France & Élysée. (2022a). *Cap vers l'Inde pour Corporate Sport Organisation*. <https://www.businessfrance.fr/corporate-sport-organisation-investit-3000-pour-prospecter-le-marche-tres-prometteur-de-la-billetterie-en-inde>

Business France & Élysée. (2022b). *Les RIGES s'exportent pour la première fois en Côte d'Ivoire sous le haut patronage du Premier Ministre*. https://www.businessfrance.fr/RIGES-Afrique-Abidjan_2022

Byers, T., Hayday, E. J., Mason, F., Lunga, P., & Headley, D. (2021). Innovation for Positive Sustainable Legacy From Mega Sports Events : Virtual Reality as a Tool for Social Inclusion Legacy for Paris 2024 Paralympic Games. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.625677>

Cadot, M. (2020). Préparer les jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 : Une véritable course de fond. *Administration*, 268(3), 54-56. <https://doi.org/10.3917/admi.268.0054>

Caillat, M. (1989). *L'idéologie du sport en France depuis 1880 : (Race, guerre et religion)*. Editions de la Passion.

Callède, J.-P. (2002). Les politiques du sport en France. *L'Année sociologique*, 52(2), 437-457. <https://doi.org/10.3917/anso.022.0437>

Camara, A. (2022, mars 10). *L'internationalisation des musées : Entre stratégies de marques et diplomatie d'influence*. SFSIC. <https://www.sfsic.org/publication/linternationalisation-des-musees-entre-strategies-de-marques-et-diplomatie-dinfluence/>

Carole Gomez. (2022). *Jeux olympiques : Le sport comme vecteur de puissance géopolitique*. IRIS. <https://www.iris-france.org/164492-jeux-olympiques-le-sport-comme-vecteur-de-puissance-geopolitique/>

Carpentier, J., Lebrun, F., & Carpentier, E. (2000). *Histoire de France*. Seuil.

Castex, J. (2020). *ESS 2024 | 3 questions à Jean Castex*. <https://ess2024.org/2020/07/03/3-questions-a-jean-castex/>

Chappelet, J.-L. (2008). Olympic Environmental Concerns as a Legacy of the Winter Games. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 1884-1902. <https://doi.org/10.1080/09523360802438991>

Chappelet, J.-L. (2021). *Entre réalités et espoirs, quel héritage pour les Jeux Olympiques*. 105-117.

Chartron, G. (2022). Inflation des données, renégociations des cadres, opportunités pour la recherche en SHS ? *Questions de communication*, 41, Article 41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.28334>

Chaubet, F. (2022). Les industries culturelles françaises et le pouvoir d'influence. *Annales des Mines - Réalités industrielles*, Février 2022(1), 21-25. <https://doi.org/10.3917/rindu1.221.0021>

Christian Lequesne. (2022). *PressReader.com—Digital Newspaper & Magazine Subscriptions*. <https://www.pressreader.com/france/diplomatie/20220101/281913071497967>

Christophe Dubi. (2024, mai 15). *Une étude indépendante révèle que les Jeux Olympiques de Paris 2024 sont économiquement bénéfiques pour la région hôte*. Olympics.com. <https://olympics.com/cio/news/une-etude-independante-revele-que-les-jeux-olympiques-de-paris-2024-sont-economiquement-benefiques-pour-la-region-hote>

CNIL. (2023). *Jeux olympiques et paralympiques 2024 : La CNIL publie son avis sur le projet de loi*. <https://www.cnil.fr/fr/jeux-olympiques-et-paralympiques-2024-la-cnil-publie-son-avis-sur-le-projet-de-loi>

- CNIL. (2024). *Les contrôles de la CNIL en 2024 : Données des mineurs, Jeux Olympiques, droit d'accès et tickets de caisse dématérialisés*. <https://www.cnil.fr/fr/les-contrôles-de-la-cnil-en-2024-donnees-des-mineurs-jeux-olympiques-droit-dacces-et-tickets-de>
- Collinet, C., & Schut, P.-O. (2020). L'héritage social des Jeux olympiques. *Movement & Sport Sciences - Science & Motricité*, 107(1), 1-2. <https://doi.org/10.1051/sm/2020005>
- Collins, N., & Bekenova, K. (2019). Digital diplomacy : Success at your fingertips. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0087-1>
- Côme, T., & Raspaud, M. (2018). La diplomatie sportive, enjeu stratégique pour le Qatar. *Hermès, La Revue*, 81(2), 169-175. <https://doi.org/10.3917/herm.081.0169>
- Comité International Olympique. (2018, décembre 11). *Le CIO prend les rênes de l'initiative des Nations Unies « le sport au service de l'action climatique »—Actualité Olympique*. Olympics.com. <https://olympics.com/cio/news/le-cio-prend-les-renes-de-l-initiative-des-nations-unies-le-sport-au-service-de-l-action-climatique>
- Conversation, C. (2020, septembre 11). Les Jeux Olympiques et Paralympiques à l'heure des villes globales. Analyse des candidatures ratées puis réussies de Paris et Tokyo [Billet]. *cybergeogeo conversation*. <https://doi.org/10.58079/nfyl>
- Corneliu Bjola & James Pamment. (2019). *Countering Online Propaganda and Extremism : The Dark Side of Digital Diplomacy*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Countering-Online-Propaganda-and-Extremism-The-Dark-Side-of-Digital-Diplomacy/Bjola-Pamment/p/book/9781138578630>
- Dawson, D. P. (2009). *Great Athletes : Olympics*. Salem Press. <https://store.salempress.com/products/9781587654879>
- Delaney, T., & Madigan, T. (2021). *The Sociology of Sports : An Introduction, 3d ed.* McFarland.
- Delcorde, R. (2019). La diplomatie d'influence. *Revue Défense Nationale*, 823(8), 57-63. <https://doi.org/10.3917/rdna.823.0057>
- desjeuxsporttous.fr. (2024). *Micromag-dijop*. <https://desjeuxpourtous.fr/2>

Douzet, F. (2014). La géopolitique pour comprendre le cyberspace. *Hérodote*, 152-153(1-2), 3-21. <https://doi.org/10.3917/her.152.0003>

Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). *Sports Economics : Theory, Evidence and Policy*. Elsevier Science & Technology Books.

Dubinsky, Y. (2023). *Nation Branding and Sports Diplomacy : Country Image Games in Times of Change*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-32550-2>

Dufasne, M. (2022). Les dispositifs participatifs dans un monde de communication. *Questions de communication*, 41, Article 41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.28849>

Duncombe, C. (2017). Twitter and transformative diplomacy : Social media and Iran–US relations. *International Affairs*, 93. <https://doi.org/10.1093/ia/iix048>

Élysée. (2016, août 5). *Entretien de M. François Hollande, Président de la République, dans « Le Parisien » du 5 août 2016, sur la candidature de Paris pour les Jeux olympiques de 2024*. elysee.fr. <https://www.elysee.fr/francois-hollande/2016/08/05/entretien-de-m-francois-hollande-president-de-la-republique-dans-le-parisien-du-5-aout-2016-sur-la-candidature-de-paris-pour-les-jeux-olympiques-de-2024>

Élysée. (2017, décembre 15). *Prononcé le 15 décembre 2017—Point de presse de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des af* | vie-publique.fr. <http://www.vie-publique.fr/discours/204503-point-de-presse-de-m-jean-yves-le-drian-ministre-de-leurope-et-des-af>

Élysée. (2020a). *Organiser un exercice de gestion de crise cyber* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/publications/organiser-un-exercice-de-gestion-de-crise-cyber>

Élysée. (2020b, avril 15). *Ambassadeur pour le numérique Rapport activité 2019* | vie-publique.fr. <http://www.vie-publique.fr/rapport/277724-ambassadeur-pour-le-numerique-rapport-activite-2019>

Élysée. (2022). *Le modèle français de cybersécurité et de cyberdéfense* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/le-modele-francais-de-cybersecurite-et-de-cyberdefense>

Élysée. (2023a). *French Cybersecurity Agency* | cyber.gouv. <https://cyber.gouv.fr/en/about-french-cybersecurity-agency-anssi>

Élysée. (2023b). *Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 : L'ANSSI dans les starting-blocks* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/actualites/jeux-olympiques-et-paralympiques-de-paris-2024-lanssi-dans-les-starting-blocks>

Élysée. (2023c). *JOP 2024 : L'ANSSI met à disposition un kit d'exercice « JOP massif »* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/actualites/jop-2024-lanssi-met-disposition-un-kit-dexercice-jop-massifie>

Élysée. (2023d). *Le kit d'exercice « JOP massif », spécifiques au contexte des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/le-kit-dexercice-jop-massifie-specifiques-au-contexte-des-jeux-olympiques-et-paralympiques-2024>

Élysée. (2023e). *Un niveau élevé de cybermenaces en 2022* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/actualites/un-niveau-eleve-de-cybermenaces-en-2022>

Élysée. (2023f, avril 7). *Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 (étude d'impact)*. Sénat. <https://www.senat.fr/leg/etudes-impact/pjl22-220-ei/pjl22-220-ei.html>

Élysée. (2023g, avril 19). *Déplacement à Muttersholtz, dans le Bas-Rhin*. elysee.fr. <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2023/04/19/deplacement-mathis-muttersholtz-alsace>

Élysée. (2024a). *Disinfo*. <https://beta.gouv.fr/startups/disinfo.html>

Élysée. (2024b). *L'ANSSI publie le Panorama de la cybermenace 2023* | ANSSI. <https://cyber.gouv.fr/actualites/lanssi-publie-le-panorama-de-la-cybermenace-2023>

Élysée. (2024c, avril 15). *J-100 Paris 2024 : Interview du Président Emmanuel Macron sur RMC et BFMTV*. elysee.fr. <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/04/15/j-100-paris-2024-interview-du-president-emmanuel-macron-sur-rmc-et-bfmtv>

Élysée & Business France. (s. d.-a). *Lancement des « Business France Rugby Clubs »*. Consulté 18 mars 2024, à l'adresse <https://www.businessfrance.fr/presse-cp-lancement-des-business-france-rugby-clubs>

Élysée & Business France. (s. d.-b). *RELANCE EXPORT TOUR FILIERE SPORT RIGES & GLOBAL SPORTS WEEK*. Consulté 18 mars 2024, à l'adresse https://www.businessfrance.fr/RELANCE_EXPORT_TOUR_FILIERE_SPORT_RIGES_GLOBAL_SPORTS_WEEK

Élysée & Business France. (2022a). *Retour de la Paris Game Week après 2 ans d'absence*. <https://www.businessfrance.fr/decouvrir-la-france-actualite-retour-de-la-paris-game-week-apres-2-ans-d-absence>

Élysée & Business France. (2022b). *Sport et Nautisme : Planifiez vos actions à l'international en 2023*. Business France. <https://www.businessfrance.fr/sport-nautisme-agenda-export>

Élysée & Business France. (2023a). *L'ARABIE SAOUDITE, LA DESTINATION DU SPORT DU FUTUR*. https://www.businessfrance.fr/L_ARABIE_SAOUDITE_LA_DESTINATION_DU_SPORT_DU_FUTUR

Élysée & Business France. (2023b). *LE MARCHE DE LA FILIERE SPORT AU MEXIQUE*. https://www.businessfrance.fr/LE_MARCHE_DE_LA_FILIERE_SPORT_AU_MEXIQUE

Élysée & Business France. (2023c). *RIGES 2023, le Grand retour : Tour d'échauffement avant les JO de Paris 2024 !* <https://www.businessfrance.fr/RIGES-2023-Sport-Export>

Élysée & Business France. (2023d). *VivaTech devient le premier salon technologique au monde*. <https://www.businessfrance.fr/decouvrir-la-france-actualite-vivatech-devient-le-premier-salon-technologique-au-monde>

Élysée & Business France. (2024). *Qui sommes-nous ?* <https://www.businessfrance.fr/qui-sommes-nous>

Élysée & G7 France. (2019, avril 7). *Conclusions de la réunion des ministres des Affaires Étrangères du G7*. elysee.fr. <https://www.elysee.fr/g7/2019/04/07/conclusions-de-la-reunion-des-ministres-des-affaires-etrangeres-du-g7>

Emilie Beckmann. (2023, mars 10). *Emilie Beckmann [Bpifrance] : « Participer au SXSW est une opportunité exceptionnelle de découvrir les tendances qui dessineront le monde de*

demain ». La French Touch. <https://www.la-frenchtouch.fr/participer-au-sxsw-est-une-opportunite-exceptionnelle/>

Emma Baretts. (2024, avril 19). Paris 2024 : Les boutiques officielles à la fête avant les Jeux olympiques. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/04/19/paris-2024-les-boutiques-officielles-a-la-fete-avant-les-jeux-olympiques_6228769_3242.html

Emmanuel Bayle. (2023, avril). DE L'UTILITÉ DES JEUX OLYMPIQUES DE PARIS 2024. *jurisport*, 240. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_B45517E2D40A.P001/REF.pdf

ESO. (2004). *La conquête d'une nouvelle frontière—ESO*. doczz.fr. <https://doczz.fr/doc/1860091/la-conqu%C3%AAtre-d-une-nouvelle-fronti%C3%A8re---eso>

Etoa, S. (2023). L'image et le son ? Le déploiement de la surveillance algorithmique dans l'espace public. *Cahiers de la recherche sur les droits fondamentaux*, 21, Article 21. <https://doi.org/10.4000/crdf.8849>

Explore France. (2024). *Découvrez les sites olympiques des JO 2024*. FRANCE.FR. <https://www.france.fr/fr/article/jo-paris-2024-sites-olympiques/#chateauroux-un-centre-national-de-tir-sportif-qui-fait-mouche-a-2h-de-train-de-paris-4>

Fabius, L. (2013). La France dans la bataille de la diplomatie économique. *Géoéconomie*, 65(2), 7-18. <https://doi.org/10.3917/geoec.065.0007>

Fabius, L. (2014). Le rayonnement sportif : Un enjeu pour la politique étrangère de la France. *Revue internationale et stratégique*, 94(2), 71-75. <https://doi.org/10.3917/ris.094.0071>

Fanny Koenig, Geoffroy Richard, Lauriane Morel, & Alexandre Denis. (2022). *Les événements sportifs de grande envergure comme catalyseurs pour l'innovation ? Le cas des Jeux olympiques de Paris 2024*. Master Pic. <https://masterpic.fr/les-echos-de-1039innov/les-evenements-sportifs-de-grande-envergure-comme-catalyseurs-pour-linnovation-le-cas-des-jeux-olympiques-de-paris-2024/>

Fast, A. (2024, avril 17). *J-100 avant les JO de Paris 2024 : Ce qu'il ne faut pas rater sur Olympics.com avant le début des Jeux Olympiques*. Olympics.com.

<https://olympics.com/fr/infos/paris-2024-j-100-informations-importantes-a-savoir-olympics-com-avant-debut-jeux-olympiques>

Faure, A. (2021). *The impact of Paris 2024 on the construction of the Grand Paris Express : A hidden extra cost of the Olympic*. <https://hal.science/hal-03253557>

Ferrari, M. V. (2022). Test, swarm, normalize : How surveillance technologies have infiltrated Paris 2024 Olympic Games. *Cadernos Metrópole*, 25, 75-96. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2023-5603>

FIFA. (s. d.). *Brazil v Germany | Semi-finals | 2014 FIFA World Cup Brazil™ | Full Match Replay | Stream with FIFA+*. FIFA+. Consulté 10 janvier 2024, à l'adresse <https://www.plus.fifa.com/en/content/brazil-v-germany-semi-finals-2014-fifa-world-cup-brazil-full-match-replay/cc73fff8-76dc-4c31-9cc3-a5c6d49cbb93>

Florian Maussion. (2023, septembre 20). *JO 2024 : Comment Paris prépare l'événement sportif du siècle*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/jo-2024-comment-paris-prepare-levenement-sportif-du-siecle-1980021>

Florian Reynaud & Pauline Croquet. (2022, décembre 14). *JO 2024 : Comment le comité d'organisation se prépare aux cyberattaques*. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/12/14/jo-2024-comment-le-comite-d-organisation-se-prepare-aux-cyberattaques_6154323_4408996.html

France Bleu. (2024, janvier 25). *CARTE - JO Paris 2024 : Où se trouvent les sites qui accueillent les épreuves olympiques en France ?* - France Bleu. ici par France Bleu et France 3. <https://www.francebleu.fr/sports/tous-les-sports/carte-jo-paris-2024-ou-se-trouvent-les-sites-qui-accueillent-les-epreuves-olympiques-en-france-9472323>

Frédéric Cano. (2023, décembre 8). *Paris 2024 : Emploi, santé, environnement : le retour sur investissement des JO estimé par le Centre de Droit et d'Économie du Sport*. France 3 Nouvelle-Aquitaine. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/haute-vienne/limoges/paris-2024-emploi-sante-environnement-le-retour-sur-investissement-des-jo-estime-par-le-centre-de-droit-et-d-economie-du-sport-2884493.html>

Fridenson, P. (1989). Les ouvriers de l'automobile et le sport. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 79(1), 50-62. <https://doi.org/10.3406/arss.1989.2906>

G7 France Biarritz. (2019). *Initiative pour des normes dans le cyberspace Synthèse des enseignements tirés et des bonnes pratiques*.

G7 Information Centre. (2019). *Dinard Declaration on the Cyber Norm Initiative*. <http://www.g8.utoronto.ca/foreign/190406-cyber.html>

Garry Whannel. (2000). Sport and the Media. In *The Handbook of Sports Studies* (p. 291-309). SAGE Publications.

Gasparini, W. (2007). Le sport, entre communauté et communautarisme. *Diversité*, 150(1), 77-84. <https://doi.org/10.3406/diver.2007.2785>

Gasparini, W. (2008). L'intégration par le sport. Genèse politique d'une croyance collective. *Sociétés contemporaines*, 69(1), 7-23. <https://doi.org/10.3917/soco.069.0007>

Gasparini, W. (2012). Penser l'intégration et l'éducation par le sport en France : Réflexions sur les catégories d'analyse sociale et politique. *Movement & Sport Sciences - Science & Motricité*, 78, Article 78. <https://doi.org/10.1051/sm/2012018>

Gay, J.-C. (1997). Le sport : Une mise en limites de l'activité physique. *L'Espace géographique*, 26(4), 327-340. <https://doi.org/10.3406/spgeo.1997.1098>

Geffroy, D., Oliver, R., Juran, L., & Skuzinski, T. (2021). Projecting the Metropolis : Paris 2024 and the (re)scaling of metropolitan governance. *Cities*, 114, 103189. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103189>

Giblin, B. (2024). Éditorial. Géopolitique de l'Olympisme. *Hérodote*, 192(1), 3-10. <https://doi.org/10.3917/her.192.0003>

Giess-Stueber, P., & Blecking, D. (2008). *Sport – Integration – Europe. Widening Horizons of Intercultural Education*.

Gignon, A., & Delaplace, M. (2021a). Préparation de Paris 2024—Tourisme et image des quartiers populaires en Seine-Saint-Denis. *Bulletin de la Société Géographique de Liège*. <https://popups.uliege.be/0770-7576/index.php?id=6305/1000>

Gignon, A., & Delaplace, M. (2021b). Préparation de Paris 2024—Tourisme et image des quartiers populaires en Seine-Saint-Denis. *Bulletin de la Société Géographique de Liège*. <https://popups.uliege.be/0770-7576/index.php?id=6305/1000>

- Gillabert, M. (2017). Diplomatie culturelle et diplomatie publique : Des histoires parallèles ? *Relations internationales*, 169(1), 11-26. <https://doi.org/10.3917/ri.169.0011>
- Gonick, S. (2011). Disciplining the Metropolis : Grand Paris, Immigration, and the Banlieue. *Berkeley Planning Journal*, 24, 26-45. <https://doi.org/10.5070/BP324111863>
- Gouguet, J.-J. (2015). L'avenir des grands événements sportifs : La nécessité de penser autrement. *Revue juridique de l'environnement, spécial*(HS15), 95-115.
- Grasso, J., Mallon, B., & Heijmans, J. (2015). *Historical Dictionary of the Olympic Movement*. Rowman & Littlefield.
- Groupe Caisse des Dépôts. (2024). *Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024*. Groupe Caisse des Dépôts. <https://www.caissedesdepots.fr/jeux-olympiques-et-paralympiques-de-paris-2024>
- Guéraiche, W. (2021). Diplomatie d'influence et culture au Quai d'Orsay. Article inédit, mis en ligne le 9 juillet, 2021. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 21/3A(S1), 41-51. <https://doi.org/10.3917/enic.hs10.0041>
- Hadrien Ghomi & Hubert Julien-Laferrière. (2023, juin 28). *Mission d'information sur la géopolitique du sport* | vie-publique.fr. <https://www.vie-publique.fr/rapport/290633-mission-d-information-sur-la-geopolitique-du-sport>
- Hedling, E., & Bremberg, N. (2021). Practice Approaches to the Digital Transformations of Diplomacy : Toward a New Research Agenda. *International Studies Review*, 23(4), 1595-1618. <https://doi.org/10.1093/isr/viab027>
- Henkel, R. (2020). *Des forces réunies : Voici comment Salomon lance la production de chaussures 4.0 en France*. <https://www.ispo.com/fr/tendances/des-forces-reunies-voici-comment-salomon-lance-la-production-de-chaussures-40-en-france>
- Imbo, W. (2024, avril 16). *Paris 2024 : La flamme olympique allumée lors d'une cérémonie spectaculaire*. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/infos/paris-2024-flamme-olympique-allumee-ceremonie-spectaculaire>

info.gouv.fr. (2024). *Délégation interministérielle aux jeux olympiques et paralympiques (DIJOP)*. info.gouv.fr. <https://www.info.gouv.fr/organisation/delegation-jeux-olympiques-paralympiques-paris-2024>

IOC. (2022, novembre 14). *La mascotte de Paris 2024*. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/olympic-games/paris-2024/mascot>

Jay Coakley, Eric Dunning. (2000). Editors' Introduction. In *Handbook of Sports Studies* (p. 241-248). SAGE Publications.

Jay Coakley & Eric Dunning. (2000). *Handbook of Sports Studies* | SAGE Publications Ltd. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/handbook-of-sports-studies/book205070>

Jean-Marc Pambet & Lucie Andre. (s. d.). *Première Usine Automatisée de Chaussures de Sport en France* | Salomon. Consulté 21 mars 2024, à l'adresse <https://www.salomon.com/fr-fr/stories-guides/trail-running/automated-shoe-factory-grand-opening-france>

Jennings Bryant and Andrea M.Holt. (2006). A Historical Overview of Sports and Media in the United States. In *Handbook of Sports and Media* (p. 22-47). Lawrence Erlbaum Associates.

Jones, Z. M., & Ponzini, D. (2018). Mega-events and the Preservation of Urban Heritage : Literature Gaps, Potential Overlaps, and a Call for Further Research. *Journal of Planning Literature*, 33(4), 433-450. <https://doi.org/10.1177/0885412218779603>

Joseph Maguire. (2000). Sport and Globalization. In *Handbook of Sports Studies* (p. 356-370). SAGE Publications.

Karche, T., & Soulé, B. (2023). La sécurisation des fan zones : Le modèle de l'interconnexion à l'épreuve des faits lors de la Coupe du monde de rugby à Saint-Etienne. *Management & Organisations du Sport*. <https://hal.science/hal-04273849>

Keira Ndoumbe. (2022). LA DIPLOMATIE NUMÉRIQUE COMME OUTIL D'AMÉLIORATION DES ACTIVITÉS DIPLOMATIQUES : OPPORTUNITÉS, DÉFIS ET PERSPECTIVES. *Nkafu Policy Institute*. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://nkafu.org/wp->

content/uploads/2022/03/LA-DIPLOMATIE-NUMERIQUE-COMME-OUTIL-DAMELIORATION-DES-ACTIVITES-DIPLOMATIQUES.pdf

Keller, F. B., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2020). Political Astroturfing on Twitter : How to Coordinate a Disinformation Campaign. *Political Communication*, 37(2), 256-280. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661888>

Koch, O. (2022). La « diplomatie publique digitale » des États-Unis, nouvel art de gouvernement des publics étrangers en ligne. *Questions de communication*, 41, Article 41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.28800>

KRISTIN ANABEL E GGELING & REBECCA A DLER-NISSEN. (2021). The Synthetic Situation in Diplomacy : Scopic Media and the Digital Mediation of Estrangement. *Global Studies Quarterly*, 1(1-14).

La Mission laïque française. (2023, novembre 28). Notre histoire. *Mission laïque française*. <https://www.mlfmonde.org/qui-est-la-mission-laique-francaise/notre-histoire/>

La Rédaction. (2023, janvier 10). *Sécurité des JO 2024 de Paris : Les réserves de la CNIL | vie-publique.fr*. <https://www.vie-publique.fr/en-bref/287776-securite-des-jo-2024-de-paris-les-reserves-de-la-cnil>

Langin, K. (s. d.). *Fake news spreads faster than true news on Twitter—Thanks to people, not bots*. Consulté 16 mars 2023, à l'adresse <https://www.science.org/content/article/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots>

Las Vegas Motion Pictures. (2022). *Tony Zale Vs Marcel Cerdan Boxing Match 1948 Las Vegas Motion Pictures—YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=xnsMP_OZges

Lauermann, J. (2016). Temporary projects, durable outcomes : Urban development through failed Olympic bids? *Urban Studies*, 53(9), 1885-1901. <https://doi.org/10.1177/0042098015585460>

Laura Welfringer. (2017, juillet 10). *JO 2024 : Six raisons de se réjouir de la désignation de Paris*. Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/les-jeux-olympiques/paris-2024/jo-2024-six-raisons-d-etre-a-fond-derriere-la-candidature-de-paris_2270547.html

Laurent Perrin. (2021). *Les dix ans du Qatar au PSG en dix chiffres*. <https://www.leparisien.fr/sports/football/psg/les-dix-ans-du-qatar-au-psg-en-dix-chiffres-30-06-2021-M5ZG63OC25DZBDPQROTOVM2QQA.php>

Le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2024a). *Harcèlements*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/harcelements-53>

Le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2024b). *Jeux Olympiques et Paralympiques 2024*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/jeux-olympiques-et-paralympiques-2024-2304>

Le Monde & AFP. (2024a, avril 18). La vidéosurveillance algorithmique va faire l'objet de deux nouveaux tests ce week-end en région parisienne. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2024/04/18/la-videosurveillance-algorithmique-va-faire-l-objet-de-deux-nouveaux-tests-ce-week-end-en-region-parisienne_6228507_4408996.html

Le Monde & AFP. (2024b, avril 26). JO 2024 : La flamme olympique remise par la Grèce aux organisateurs français, Florent Manaudou premier porteur. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/04/26/jo-2024-la-flamme-olympique-attendue-a-marseille-le-8-mai-a-ete-remise-par-la-grece-aux-organismateurs-francais_6230160_3242.html

Le Parisien. (2024, mars 12). *JO Paris 2024 : Un relais entre les ambassades françaises du monde entier pour promouvoir les Jeux*. leparisien.fr. <https://www.leparisien.fr/sports/jo-paris-2024-un-relais-entre-les-ambassades-francaises-du-monde-entier-pour-promouvoir-les-jeux-12-03-2024-KZVY45NJGNB5ZNWY2QBUO3XQCQ.php>

le Quai d'Orsay. (s. d.-a). *Communiqué conjoint de la ministre des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques et du ministre délégué chargé de l'Europe (09.05.24)*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté 11 mai 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-sportive/evenements/article/communiqu%C3%A9-conjoint-de-la-ministre-des-sports-et-des-jeux-olympiques-et-paralympiques-et-du-ministre-d%C3%A9l%C3%A9gu%C3%A9-charg%C3%A9-de-l-europe>

le Quai d'Orsay. (s. d.-b). *Cybersécurité : Appel de Paris du 12 novembre 2018 pour la confiance et la sécurité dans le cyberspace*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et

des Affaires étrangères. Consulté 14 avril 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-numerique/les-domaines-d-action-de-la-diplomatie-numerique-francaise/garantir-la-securite-internationale-du-cyberespace-a-travers-le-renforcement-de/article/cybersecurite-appel-de-paris-du-12-novembre-2018-pour-la-confiance-et-la>

le Quai d'Orsay. (s. d.-c). *France Diplomatie*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté 4 mars 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-numerique/les-domaines-d-action-de-la-diplomatie-numerique-francaise/>

le Quai d'Orsay. (s. d.-d). *La France et la cybersécurité*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté 11 mars 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/securite-desarmement-et-non-proliferation/lutter-contre-la-criminalite-organisee/la-france-et-la-cybersecurite/>

le Quai d'Orsay. (s. d.-e). *L'Appel de Christchurch, une initiative ambitieuse au service d'un internet ouvert, libre et sûr*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté 5 mars 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-numerique/article/l-appel-de-christchurch-une-initiative-ambitieuse-au-service-d-un-internet>

le Quai d'Orsay. (s. d.-f). *Paris Call for Trust and Security in Cyberspace*. France Diplomacy - Ministry for Europe and Foreign Affairs. Consulté 5 mars 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/france-and-the-united-nations/multilateralism-a-principle-of-action-for-france/alliance-for-multilateralism/article/paris-call-for-trust-and-security-in-cyberspace>

le Quai d'Orsay. (s. d.-g). *Plus de 120 ambassades ont rejoint le programme Terre de Jeux 2024—Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères*. Consulté 3 mai 2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-sportive/evenements/article/plus-de-120-ambassades-ont-rejoint-le-programme-terre-de-jeux-2024>

le Quai d'Orsay. (s. d.-h). *Rapport d'activité 2020 de l'ambassadeur pour le numérique*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Consulté 11 mars

2024, à l'adresse <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-numerique/la-mission-de-l-ambassadeur-pour-le-numerique/article/rapport-d-activite-2020-de-l-ambassadeur-pour-le-numerique>

le Quai d'Orsay. (2024). *Un ambassadeur au service de la diplomatie sportive française*. France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-sportive/un-ambassadeur-au-service-de-la-diplomatie-sportive-francaise/>

Lebeau, B. (2018). Les Jeux olympiques de 2024 : Une chance pour le Grand Paris ? *EchoGéo*. <https://doi.org/10.4000/echogeo.15202>

Legifrance & Élysée. (2018). *Arrêté du 14 septembre 2018 fixant les règles de sécurité et les délais mentionnés à l'article 10 du décret n° 2018-384 du 23 mai 2018 relatif à la sécurité des réseaux et systèmes d'information des opérateurs de services essentiels et des fournisseurs de service numérique—Légifrance*. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000037444012/>

Lequesne, C. (2022). La diplomatie publique au service de l'influence des États. *Diplomatie*, 113, 32-37.

L'Équipe. (2024). *JO Paris 2024 - Tirages du football : À quelle heure et sur quelle chaîne suivre les tirages?* L'Équipe. <https://www.lequipe.fr/Jo-2024-paris/Football/Actualites/Jo-paris-2024-tirage-du-football-a-quelle-heure-et-sur-quelle-chaine-suivre-le-tirage/1455839>

Lim, T. W. (2019). *Industrial Revolution 4.0, Tech Giants, and Digitized Societies*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-7470-8>

LOI n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'Etat, 2010-873 (2010).

LOI n° 2018-202 du 26 mars 2018 relative à l'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, 2018-202 (2018).

L'Olympiade des Olympiades. (2024). *Opéra Nice Côte d'Azur—L'OLYMPIADE DES OLYMPIADES*. <https://www.opera-nice.org/fr/evenement/1044/l-olympiade-des-olympiades>

- Lopez, C. (2022). Chapitre 3. Sport, géopolitique et diplomatie sportive dans un monde globalisé. In *Marketing international du sport* (p. 65-108). De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.desbo.2022.01.0065>
- Lord, C. (2005). Diplomatie publique et soft power. *Politique américaine*, 3(3), 61-72. <https://doi.org/10.3917/polam.003.0061>
- Lorenzini, P. <1993>. (2018). *Knowledge Management and Transfer of Olympic Games : Road to Paris 2024*. <http://dspace.unive.it/handle/10579/13283>
- Louis Duvernois. (2023, avril 3). *Pour une nouvelle stratégie de l'action culturelle extérieure de la France : De l'exception à l'influence*. Sénat. <https://www.senat.fr/rap/r04-091/r04-091.html>
- Mace, G., & Petry, F. (2017). *Guide d'élaboration d'un projet de recherche, 3e édition revue et augmentée*.
- Machemehl, C., & Robène, L. (2014). L'olympisme et la ville. De la candidature à l'héritage. *Staps*, 105(3), 9-21. <https://doi.org/10.3917/sta.105.0009>
- Manchester City FC. (2024). *Manchester City F.C | Man City ESPORTS*. <https://www.mancity.com/esports>
- Mangan, J. A. (2004). *Militarism, Sport, Europe : War Without Weapons*. Routledge.
- Manor, I. (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>
- Manzoor, M., & Vimarlund, V. (2018). Digital technologies for social inclusion of individuals with disabilities. *Health and Technology*, 8(5), 377-390. <https://doi.org/10.1007/s12553-018-0239-1>
- Marie-Aude Roux. (2024, mai 2). A Nice, avec « L'Olympiade des olympiades », la musique baroque s'invite sur la promenade des Anglais. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/culture/article/2024/05/02/a-nice-avec-l-olympiade-des-olympiades-la-musique-baroque-s-invite-sur-la-promenade-des-anglais_6231189_3246.html

Martel, F. (2013). Vers un « soft power » à la française. *Revue internationale et stratégique*, 89(1), 67-76. <https://doi.org/10.3917/ris.089.0067>

Martin Jahns. (2017). *ISPO Academy France : How France sees the future of retail*. <https://www.ispo.com/en/know-how/ispo-academy-france-how-france-sees-future-retail>

Masterman, G. (2009). *Strategic Sports Event Management*. Routledge.

Mehdi Chouiten. (2022). *JO Paris 2024 : Quatre applications d'intelligence artificielle qui seront au rendez-vous !* - Forbes France. <https://www.forbes.fr/technologie/jo-paris-2024-quatre-applications-dintelligence-artificielle-qui-seront-au-rendez-vous/>

Mehmet Tunçkol & Yaşar Şahin. (2010). CARL DIEM AND THE OLYMPICS. *Ovidius University Annals, Series Physical Education and Sport*, 2.

Melissen, J., & Caesar-Gordon, M. (2016). “Digital diplomacy” and the securing of nationals in a citizen-centric world. *Global Affairs*, 2(3), 321-330. <https://doi.org/10.1080/23340460.2016.1239381>

MERLI, M. (s. d.). *Faculté de Droit et Science Politique - L'internationalisation des musées : Entre stratégies de marques et diplomatie d'influence*. Appel à articles. MARIE MERLI. Consulté 11 novembre 2022, à l'adresse <https://tls-droit.ut-capitole.fr/accueil/recherche/actualites-scientifiques/publications/linternationalisation-des-musees-entre-strategies-de-marques-et-diplomatie-dinfluence-appel-a-articles>

Mignon, P. (2000). Sport, insertion, intégration. *Hommes & Migrations*, 1226(1), 15-26. <https://doi.org/10.3406/homig.2000.3540>

Milza, P. (1984). *Sport et relations internationales* / [P. Milza... [Et al.]. Relations internationales. <https://library.olympics.com/Default/doc/SYRACUSE/50118/sport-et-relations-internationales-p-milza-et-al>

Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. (2024). *Partenariats Public-Privé numériques et topics numériques dans les clusters*. Horizon-europe.gouv.fr. <https://www.horizon-europe.gouv.fr/partenariats-public-privé-numeriques-et-topics-numeriques-dans-les-clusters-28304>

Ministère des Armées. (2023, juin 15). *Commandement de la cyberdéfense* | Ministère des Armées. <https://www.defense.gouv.fr/comcyber>

Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2019). *Lancement du label Terre de Jeux 2024*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/lancement-du-label-terre-de-jeux-2024-679>

Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2024a). *Réussir nos grands événements sportifs internationaux*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/reussir-nos-grands-evenements-sportifs-internationaux-2125>

Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2024b). *Un sport influent*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/un-sport-influent-2098>

Moutiez, J. (2021). Se baigner à nouveau dans la Seine : L'héritage promis par les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. *Projets de paysage. Revue scientifique sur la conception et l'aménagement de l'espace*, 25, Article 25. <https://doi.org/10.4000/paysage.24706>

Murray, S. (2018). *Sports diplomacy: Origins, theory and practice* / Stuart Murray. Routledge. <https://library.olympics.com/Default/doc/SYRACUSE/174954/sports-diplomacy-origins-theory-and-practice-stuart-murray>

Mustapha Kessous. (2024a, mai 1). Paris 2024 : Recours à l'intelligence artificielle pour essayer de protéger les athlètes du cyberharcèlement. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/05/01/paris-2024-l-intelligence-artificielle-pour-essayer-de-protoger-les-athletes-du-cyberharcèlement_6230934_3242.html

Mustapha Kessous. (2024b, mai 1). « T'es une merde ma gueule » : Les athlètes de Paris 2024 face à la haine sur les réseaux sociaux. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/05/01/t-es-une-merde-ma-gueule-les-athletes-de-paris-2024-face-a-la-haine-sur-les-reseaux-sociaux_6230931_3242.html

Nicolas Lepeltier. (2023, novembre 21). Paris 2024 : Comment les tensions internationales pourraient s'inviter aux Jeux olympiques. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2023/11/21/les-jeux-de-paris-2024-epicentre-des-tensions-internationales_6201528_3242.html

- Nicolas Lepeltier. (2024, avril 30). Paris 2024 : L'Etat lance un guide d'accessibilité des Jeux pour les personnes en situation de handicap. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/04/30/paris-2024-l-etat-lance-un-guide-d-accessibilite-des-jeux-pour-les-personnes-en-situation-de-handicap_6230719_3242.html
- Nivet, B. (2013). La puissance ou l'influence ? Un détour par l'expérience européenne. *Revue internationale et stratégique*, 89(1), 83-92. <https://doi.org/10.3917/ris.089.0083>
- Nobre, E. A. C. (Éd.). (2017). *Sports Mega-Events and Urban Legacies : The 2014 FIFA World Cup, Brazil*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-44012-5>
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power : The Means To Success In World Politics*. PublicAffairs.
- Olympics.com. (2023a, février 23). Paris 2024 choisit de s'associer avec le designer Mathieu Lehanneur pour créer ses torches et vasques olympiques et paralympiques. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/infos/paris-2024-torche-olympique-paralympique-designer-mathieu-lehanneur>
- Olympics.com. (2023b, mai 17). Fier-Play et Paris 2024 officialisent la 24e Pride House pour les prochains Jeux Olympiques et Paralympiques. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/infos/fier-play-paris-2024-officialise-24e-pride-house>
- Olympics.com. (2024). Paris 2024—Paris 2024 annonce la Maison des Fiertés. <https://olympics.com/fr/paris-2024/les-jeux/celebration/maison-des-fiertes>
- Osmond, G., & Phillips, M. G. (2015). *Sport history in the digital era* (p. 282).
- Ouest-France. (2024, février 29). JO 2024. Emmanuel Macron répond à l'invitation d'Anne Hidalgo, il ira se baigner dans la Seine. Ouest-France.fr. <https://www.ouest-france.fr/politique/emmanuel-macron/jo-2024-emmanuel-macron-repond-a-linvitation-danne-hidalgo-il-ira-se-baigner-dans-la-seine-ad3ae31e-d6fe-11ee-a613-258427ffa9f5>
- PAEZ, M. (s. d.). *Le Décodé - La « diplomatie sportive » : Les intérêts stratégiques derrière les événements sportifs internationaux*. MARC PAEZ. Consulté 28 mai 2024, à l'adresse <https://ledecode.ut-capitole.fr/accueil/rubriques/international/la-«-diplomatie-sportive-»-les-interets-strategiques-derriere-les-evenements-sportifs-internationaux>

Pamment, J. (2016). Digital diplomacy as transmedia engagement : Aligning theories of participatory culture with international advocacy campaigns. *New Media & Society*, 18(9), 2046-2062. <https://doi.org/10.1177/1461444815577792>

Pamment, J. (2018). Communication at the Crossroads of Development, Public Diplomacy and Soft Power. In J. Pamment & K. G. Wilkins (Éds.), *Communicating National Image through Development and Diplomacy : The Politics of Foreign Aid* (p. 23-49). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-76759-8_2

Paris 2024. (2024a). *Association avec le designer Mathieu Lehanneur pour la création des torches et*. <https://presse.paris2024.org/actualites/paris-2024-choisit-de-sassocier-avec-le-designer-mathieu-lehanneur-pour-creer-ses-torches-et-vasques-olympiques-et-paralympiques-4be6-e0190.html>

Paris 2024. (2024b). *Le timbre officiel des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 dévoilé*. <https://presse.paris2024.org/actualites/le-timbre-officiel-des-jeux-olympiques-et-paralympiques-de-paris-2024-devoile-9380-e0190.html>

Paris 2024. (2024c). *Olympiade Culturelle—Paris 2024*. <https://olympics.com/fr/paris-2024/les-jeux/celebration/olympiade-culturelle>

Paris 2024. (2024d). *Olympic Games | Paris 2024*. <https://olympics.com/en/paris-2024/the-games/olympic-paralympic-games/olympic-games>

Paris 2024. (2024e). *Paris 2024 Board of Directors approves balanced budget with less than two year*. <https://press.paris2024.org/news/paris-2024-board-of-directors-approves-balanced-budget-with-less-than-two-years-to-go-until-the-games-begin-c710-7578a.html>

Paris 2024. (2024f). *Rapport Héritage et Durabilité de Paris 2024*. <https://olympics.com/fr/paris-2024/nos-engagements/evaluer-notre-impact/rapport-heritage-developpement-durable>

Paris 2024. (2024g). *Stade Geoffroy-Guichard | Paris 2024*. <https://olympics.com/fr/paris-2024/sites/stade-geoffroy-guichard>

Paris 2024 & Groupe Caisse des Dépôts. (2023). *La Caisse des Dépôts devient Partenaire Officiel des Jeux Olympiques et Paraly.*

<https://presse.paris2024.org/actualites/communiqué-de-presse-la-caisse-des-depots-partenaire-officiel-des-jeux-olympiques-et-paralympiques-de-paris-2024-55ca-e0190.html>

Paris Games Week. (2023). *PGW RESTART! La Paris Games Week fait son grand retour*. <https://www.parisgamesweek.com/Espace-Presse/Communiqués-de-Presse/PGW-RESTART-!-La-Paris-Games-Week-fait-son-grand-retour>

Pascal Roger. (2021). *Le sport français joue sa reprise dans le Golfe*. Business France. <https://www.businessfrance.fr/sport-pays-du-golfe>

Patrick Clastres. (2024). La diplomatie sportive et les Jeux de Paris 2024. *Sciences Po*. <https://www.sciencespo.fr/fr/evenements/la-diplomatie-sportive-et-les-jeux-de-paris-2024>

Patrick Murphy, Ken Sheard and Ivan Waddington. (2000). Figurational Sociology and its Application to Sport. In *The Handbook of Sports Studies* (p. 92-106). SAGE Publications.

Paul Louis & Virginie Cooke. (2021). *7,3 milliards d'euros : Comment est financé le budget des Jeux olympiques de Paris 2024*. BFM BUSINESS. https://www.bfmtv.com/economie/economie-social/france/7-3-milliards-d-euros-comment-est-finance-le-budget-des-jeux-olympiques-de-paris-2024_AV-202108090225.html

Pauline Darvey. (2022). *JO 2024 à Paris : Comment les nouvelles technologies seront déployées au service de la sécurité—Le Parisien*. <https://www.leparisien.fr/sports/JO/paris-2024/jo-2024-a-paris-comment-les-nouvelles-technologies-seront-deployees-au-service-de-la-securite-26-11-2022-SSRPRUVKK5CWVNXZT3T5G7QZC4.php>

Pierre Godon & Clément Parrot. (2024, avril 17). *Paris 2024 : On répond à 100 questions sur les Jeux olympiques et paralympiques, à 100 jours de la cérémonie d'ouverture*. Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/les-jeux-olympiques/paris-2024-on-repond-a-100-questions-sur-les-jeux-olympiques-et-paralympiques-a-100-jours-de-la-ceremonie-d-ouverture_6487997.html

PLC, C. (s. d.). *F1® Esports Series 2022*. Consulté 10 janvier 2024, à l'adresse <http://f1esports.com/>

Pop, A.-M. (2021). DIGITAL DIPLOMACY APPROACHED AS A SUBTYPE OF PUBLIC DIPLOMACY. *STRATEGIES XXI - Security and Defense Faculty*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.53477/2668-2001-21-31>

QUENNEHEN, P. H. (2021, mars 18). *Drones, reconnaissance faciale... La technologie sera au cœur de la sécurité des JO de Paris en 2024*—Edition du soir Ouest-France—18/03/2021. Ouest-France.fr. <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2021-03-18/drones-reconnaissance-faciale-la-technologie-sera-au-coeur-de-la-securite-des-jo-de-paris-en-2024-e0227705-48df-4593-806a-08acf3f66a1b>

Raymond, J.-F. de. (2012). La négociation permanente : Clé de la paix et de la guerre. *Actes des congrès nationaux des sociétés historiques et scientifiques*, 136(1), 147-153.

Raymond-Guasco, J. (1888-1915). (1913). *Le Collège d'athlètes : École française de l'éducation physique et des sports*. PPN 142527386; Paris: G. Oudin, 1913. <https://www.babordnum.fr/items/show/616>

Regina Henkel. (2020). *Bundled Forces : This Is How Salomon Starts Shoe Production 4.0 in France*. <https://www.ispo.com/en/trends/bundled-forces-how-salomon-starts-shoe-production-40-france>

République Française le Gouvernement. (2024). FRANCE 2024 FAIRE MIEUX GRÂCE AUX JEUX PLAN D'HÉRITAGE POUR LES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DOSSIER DE PRESS. *République Française le Gouvernement*.

Rikap, C., & Lundvall, B.-Å. (2020). Big tech, knowledge predation and the implications for development. *Innovation and Development*, 1-28. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2020.1855825>

Robert V. Bellamy, Jr. (2006). Sports Media : A Modern Institution. In *Handbook of Sports and Media* (p. 66-80). LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.

Rofo, J. S. (2016). Sport and Diplomacy : A Global Diplomacy Framework. *Diplomacy & Statecraft*, 27(2), 212-230. <https://doi.org/10.1080/09592296.2016.1169785>

Roselli, M. (1996). Le projet politique de la langue française. Le rôle de l'Alliance française. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 9(36), 73-94. <https://doi.org/10.3406/polix.1996.1980>

Ryan Bourne. (2019, juin 17). *Is This Time Different? Schumpeter, the Tech Giants, and Monopoly Fatalism*. Cato Institute. <https://www.cato.org/publications/policy-analysis/time-different-schumpeter-tech-giants-monopoly-fatalism>

Saint-Martin, J. (2005). *L'éducation physique à l'épreuve de la nation, 1918-1939*. Vuibert.

Salomon. (2024). *Salomon va produire des chaussures en France* | Salomon. <https://www.salomon.com/fr-fr/blog/salomon-announces-footwear-factory-france>

Sandre, A. (2015). *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Rowman & Littlefield.

Sarango, E. (2022, mai 4). *Cyberharcèlement: Les sportifs, même amateurs, cibles de moqueries ou d'insultes sur les réseaux sociaux*. Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/societe/harcèlement/cyberharcèlement-les-sportifs-meme-amateurs-cibles-de-moqueries-ou-dinsultes-sur-les-reseaux-sociaux_5116912.html

Savas, C. (2020). Uluslararası İlişkilerde Yumuşak Gücün Temel Bir Birleşeni Olarak Kültürel Diplomasi ve Kültürel Etki Stratejileri. *DSJOURNAL, Diplomasi ve Strateji Dergisi*. https://www.academia.edu/43403165/Uluslararası_İlişkilerde_Yumuşak_Gücün_Temel_Bir_Birleşeni_Olarak_Kültürel_Diplomasi_ve_Kültürel_Etki_Stratejileri

Savaş, C. İ. (2019). *France dans la francosphère : Enjeux et défis de la politique francophone de la France de la ve république comme levier du soft power à la française* [doctoralThesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/87141>

Sean McAlister I. Publié le 11, S. M. I. P. le 11. (2022, novembre 11). *Retour sur les mascottes olympiques du passé*. Olympics.com. <https://olympics.com/fr/infos/retrospective-mascottes-memorables-histoire-olympique>

Smith, A. (2009). Theorising the Relationship between Major Sport Events and Social Sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 109-120. <https://doi.org/10.1080/14775080902965033>

Sodan, A. (2023). Augustin J.-P., Gillon P., 2021, Les jeux du monde. Géopolitique de la flamme olympique, Paris, Armand Colin, 220 p. *Agora débats/jeunesses*, 94(2), 156-158. <https://doi.org/10.3917/agora.094.0156>

sportanddev. (2024). *Qu'est-ce que la diplomatie sportive ?* sportanddev. <https://www.sportanddev.org/fr/domaines-thematiques/democratie/quels-sports-la-diplomatie>

Stanzel, V. (Éd.). (2018). *New realities in foreign affairs : Diplomacy in the 21st century* (Vol. 11/2018). Stiftung Wissenschaft und Politik -SWP- Deutsches Institut für Internationale Politik und Sicherheit.

Sylvain AQUATIAS, Jean-François ARNAL, Daniel RIVIÈRE, Jean BILARD, Jean-Paul CALLÈDE, Jean-Marie CASILLAS, Marie CHOQUET, Charles COHEN-SALMON, Daniel COURTEIX, Martine DUCLOS, Pascale DUCHÉ, Charles-Yannick GUEZENNEC, Patrick MIGNON, Jean-Michel OPPERT, Christian PREFAUT, Pierre ROCHCONGAR, & Anne VUILLEMIN. (2008). *Activité physique. Contextes et effets sur la santé—Inserm*. <https://www.decitre.fr/livres/activite-physique-9782855988627.html>

SYLVESTRE, M. (2023, août 1). *La diplomatie numérique : Un nouvel enjeu des relations internationales*. <https://maxencesylvestre.fr/posts/digital-diplomacy-a-new-challenge-in-international-relations/>

Sylvia Zappi. (2024, avril 23). Paris 2024 : Le Louvre et quatre grands musées parisiens veulent surfer sur les Jeux olympiques. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/04/23/paris-2024-le-louvre-et-quatre-grands-musees-parisiens-veulent-surfer-sur-les-jeux-olympiques_6229448_3242.html

Terret, T., & Faure, A. (2021). J.O. de Paris : Construire l'après-2024. *Diplomatie*, 108, 86-88.

TF1 INFO. (2024, mars 26). *Jeux Olympiques de Paris 2024 : Le timbre officiel de la compétition en vente dès aujourd'hui*. TF1 INFO. <https://www.tf1info.fr/jeux-olympiques/jeux-olympiques-de-paris-2024-photo-le-timbre-officiel-de-la-competition-2290735.html>

The New York Times. (2024, mai 18). *Les JO de Paris sous la menace des cyberattaques : "Nous n'allons pas y échapper"*. *Courrier international*. <https://www.courrierinternational.com/article/vu-des-etats-unis-les-jo-de-paris-sous-la-menace-des-cyberattaques-nous-n-allons-pas-y-echapper>

Theresa Erin Enright. (2013). *Illuminating the Path to Grand Pari(s) : Architecture and Urban Transformation in an Era of Neoliberalization—Enright—2014—Antipode—Wiley Online Library*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/anti.12048>

Thoër, C., Boisvert, S., & Niemeyer, K. (2022). La télévision à l'ère des plateformes. *Questions de communication*, 41, Article 41. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.29183>

Tom Rousset. (2024, mai 28). *JO de Paris 2024. Sommes-nous sous surveillance ? Avec l'arrivée des « caméras intelligentes », Amnesty International tire la sonnette d'alarme*. France 3 Paris Ile-de-France. <https://france3-regions.francetvinfo.fr/paris-ile-de-france/paris/jo-de-paris-2024-sommes-nous-sous-surveillance-avec-l-arrivee-des-cameras-intelligentes-amnesty-international-tire-la-sonnette-d-alarme-2976773.html>

Tomanek, M., Cieslinski, W., & Polasik, M. (2023). *Digital Business Models in Sport*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Digital-Business-Models-in-Sport/Tomanek-Cieslinski-Polasik/p/book/9781032218137>

Tony Schirato. (2023, septembre 28). *Understanding Sports Culture*. SAGE Publications Ltd. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/understanding-sports-culture/book227307>

Tzanelli, R. (2022). *Space, Mobility, and Crisis in Mega-Event Organisation : Tokyo Olympics 2020's Atmospheric Irradiations*. Taylor & Francis.

uMap. (2024). *Parcours de la flamme Olympique*. uMap. https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/parcours-de-la-flamme-olympique_1063634

Unifrance. (2024). *Nos missions—Unifrance*. <https://www.unifrance.org/corporate/missions>

Untersinger, M. (2023, juillet 6). Cybersécurité des JO de Paris 2024 : « Il y a une vraie mobilisation, et nous sommes dans les temps ». *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2023/07/06/cybersecurite-des-jo-de-paris-2024-il-y-a-une-vraie-mobilisation-et-nous-sommes-dans-les-temps_6180753_3242.html

U.S. Department of State. (2017). *21st Century Statecraft*. <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>

Verity Postlethwaite, Claire Jenkin & Emma Sherry. (2022). Sport diplomacy: An integrative review. *Sport Management Review*, Taylor & Francis Group, 26(3), 361-382. <https://doi.org/10.1080/14413523.2022.2071054>

Vicky Chahine. (2024). Qui est Mathieu Lehanneur, le designer français qui a imaginé la torche olympique ? https://www.lepoint.fr/mode-design/qui-est-mathieu-lehanneur-le-designer-francais-qui-a-imagine-la-torche-olympique-14-04-2024-2557627_265.php#11

Viegas Ferrari, M. (2022, juillet 29). *Surveillance and prevention Technologies in 'Paris 2024': What belongs to the Olympics?*

Vierhaus, C. (2019). The international tourism effect of hosting the Olympic Games and the FIFA World Cup. *Tourism Economics*, 25(7), 1009-1028. <https://doi.org/10.1177/1354816618814329>

Viersac, M., & Attali, M. (2021). Discuter l'héritage social et culturel des grands événements sportifs. Une revue de littérature internationale. *Staps*, 134(4), 113-136. <https://doi.org/10.3917/sta.pr1.0029>

Viona Rashica. (2019). Digital diplomacy: Aspects, approaches and practical use. *EUROPEAN PERSPECTIVES*, 10(1 (17)).

Wayne Wanta. (2006). The Coverage of Sports in Print Media. In *Handbook of Sports and Media* (p. 111-124). LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES.

William Audureau. (2018, novembre 23). L'ambassadeur numérique de la France, un poste atypique, méconnu et stratégique. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/11/23/les-epineuses-missions-de-l-ambassadeur-francais-du-numerique_5387646_4408996.html

William Murray & Arnd Krüger. (2003). *The Nazi Olympics: Sport, Politics, and Appeasement in the 1930s*. University of Illinois Press. <http://eds.b.ebscohost.com.lproxy.yeditepe.edu.tr/eds/ebookviewer/ebook?sid=793a3f7c-6258-4387-9b6e-d646f40d9c16%40sessionmgr101&vid=18&rid=1&format=EB>

William Vuillez. (2022, juillet 26). JO 2024: Athlètes, budget, billets... 5 chiffres impressionnants. *www.rtl.fr*. <https://www.rtl.fr/sport/autres-sports/jo-2024-athletes-budget-billets-5-chiffres-impressionnants-7900173335>

Winston Maxwell. (2021). *Winston Maxwell : Vidéo intelligente dans les trains, bus et métros : attention à l'effet « cliquet »* (Recueil Dalloz). <https://www.telecom-paris.fr/winston-maxwell-video-intelligente-trains-bus-dalloz>

Wolfe, S. D. (2023). Building a better host city? Reforming and contesting the Olympics in Paris 2024. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 41(2), 257-273. <https://doi.org/10.1177/23996544221129409>

