

kobo Sport

MAGAZINE

NUMÉRO 1
JUN 2026

Mensuel

EN COUVERTURE

PROGRAMMÉE POUR ÉCHOUER ?

L'Afrique, la Coupe du monde et
l'économie inégale du football

Une enquête sur les mécanismes invisibles
qui empêchent le continent de capturer toute
la valeur qu'il crée.

P. 04

EXTRAIT DE LIVRE

L'ATHLÈTE INVISIBLE

Ce que l'Afrique perd lorsqu'elle
ne documente pas son sport.

P. 15

GRAND FORMAT

KOBO SPORT

Le campus qui veut changer
le sport en Afrique centrale.

P. 17

COMMENTAIRE

LE PROCHAIN DÉFI

Data, institutions et l'avenir
du football africain.

P. 23

TENDANCES DU FOOTBALL AFRICAIN

Les tendances. Les
décisions. Les mouvements.

P. 24

GRAND FORMAT

LA SAPE PEUT-ELLE GAGNER LA COUPE DU MONDE ? P. 11

Quand les maillots deviennent
une industrie culturelle



INFORMER

Des informations
fiables et pertinentes.



ANALYSER

Comprendre les enjeux
et les tendances.



INSPIRER

Mettre en lumière les
idées et les initiatives.



CONSTRUIRE

Bâtir les institutions et les
infrastructures du sport africain.

PERFORMANCE

87%



VITESSE MAX

32.5 km/h



Technologie de gestion sportive

GÉREZ INTELLIGEMMENT. PERFORMEZ MIEUX.

G4T est une plateforme tout-en-un de gestion sportive conçue pour aider les clubs, les entraîneurs, les athlètes et les organisations à travailler plus intelligemment, plus rapidement et à atteindre plus—sur et en dehors du terrain.

ANALYTIQUES
INTELLIGENTESGESTION
D'ÉQUIPEDONNÉES DE
PERFORMANCEPUISSANCE
CLOUDPOUR TOUS
LES SPORTSCONÇU POUR
LES ÉQUIPESPARTOUT.
À TOUT MOMENT.

UNE PLATEFORME. DES POSSIBILITÉS INFINIES.

- Centralisez les données de vos équipes et de vos athlètes
- Planifiez, programmez et communiquez sans effort
- Suivez les performances avec des analyses en temps réel
- Prenez des décisions basées sur les données
- Gagnez du temps. Boostez votre productivité. Gagnez plus.



PRENEZ LE CONTRÔLE. MENEZ LE JEU.

Rejoignez des milliers d'équipes et d'organisations qui utilisent déjà G4T pour garder une longueur d'avance.



RÉSERVEZ UNE DÉMO GRATUITE !

Découvrez comment G4T peut transformer la façon dont vous gérez et performez.

www.g4t.com | info@g4t.com

SUIVEZ-NOUS



| @g4tplatform

SOMMAIRE

KOBO SPORT MAGAZINE

NUMÉRO 1 • JUIN 2026

kobo
sport
MAGAZINE



03



ÉDITORIAL

BIENVENUE DANS LE PREMIER NUMÉRO DE KOBO SPORT MAGAZINE

Informier. Analyser. Inspirer. Construire.
André-Michel Essoungou, Rédacteur en chef

04-10

DOSSIER DE COUVERTURE

PROGRAMMÉE POUR ÉCHOUER ?

L'Afrique, la Coupe du monde et
l'économie inégale du football

Une enquête sur les mécanismes invisibles qui
empêchent le continent de capturer toute la
valeur qu'il crée.



- 04 Ouverture : Programmée pour échouer ?
- 05 Le paradoxe de l'abondance
- 06 Où l'Afrique perd de la valeur
- 07 Les compensations FIFA et le footballeur invisible
- 08 Qui profite du football africain ?
- 09 Comment l'Afrique peut gagner davantage
- 10 Après la Coupe du monde

11-16

GRAND FORMAT

LA SAPE PEUT-ELLE GAGNER LA COUPE DU MONDE ?

Quand les maillots deviennent
une industrie culturelle



- 11 Le jour où la SAPE est entrée à la Coupe du monde
- 12 La SAPE : un patrimoine mondial qui ne dit pas son nom
- 13 Le maillot n'est plus un uniforme
- 14 Pourquoi l'Afrique crée les récits mais perd souvent les revenus
- 15 La RDC pourrait-elle créer une économie SAPE x Football ?
- 16 Le prochain avantage compétitif de l'Afrique

11-22



EXTRAIT DE LIVRE

L'ATHLÈTE INVISIBLE CHAPITRE 2

Ce que l'Afrique perd lorsqu'elle ne
documente pas son sport

Traduit en français par Kobo Sport.
Édition française disponible en
septembre 2026.

- 17 Présentation du livre
- 18 L'écart de valorisation
- 19 L'hémorragie des paiements de solidarité
- 20 Le piège des matières premières
- 21 Les données comme infrastructure
- 22 Le sport africain peut-il devenir bancable ?



23-27



GRAND FORMAT

KOBO SPORT LE CAMPUS QUI VEUT CHANGER LE SPORT EN AFRIQUE CENTRALE

Une plongée dans un projet qui veut réunir sport
de haut niveau, éducation, santé, technologie et
économie du sport.

- 23 Ouverture : Le campus qui veut changer le sport en Afrique centrale
- 24 Le paradoxe de l'Afrique centrale
- 25 Construire un écosystème
- 26 Plus qu'une académie
- 27 Pourquoi Kinshasa ?



28



COMMENTAIRE

LE PROCHAIN DÉFI

Data, institutions et l'avenir du football africain
Une analyse prospective sur le prochain
avantage compétitif du continent.



29



ACTUALITÉS

L'ESSENTIEL DU FOOTBALL AFRICAIN

- Le Maroc fait du football une cause nationale
- La Coupe du monde à 48 change l'équation commerciale
- La nouvelle cartographie du football de clubs en Afrique
- La course aux infrastructures est lancée



30



À PROPOS

KOBO SPORT

Construire l'écosystème sportif africain de demain
Découvrez la mission de Kobo Sport, de Kobo Sport Magazine
et des initiatives de formation, de médias et d'innovation
qui les accompagnent.



“

EN COUVERTURE CE MOIS-CI

Le football africain ne manque pas de talent.
Il manque parfois des systèmes capables de le protéger,
de le documenter et de le valoriser.

”



BIENVENUE DANS LE PREMIER NUMÉRO DE KOBO SPORT MAGAZINE

Analyser. Inspirer. Construire. C'est notre mission.

Kobo Sport Magazine est né d'un constat simple mais urgent : le sport africain regorge de talents, d'histoires et d'initiatives extraordinaires, mais souffre d'un manque de visibilité, de données fiables et d'espaces d'analyse de qualité. Trop souvent, nos réussites en dehors des terrains restent invisibles, nos défis ignorés et nos solutions sous-documentées.

Ce magazine est notre réponse.

Chaque mois, nous explorerons un enjeu central qui façonne l'avenir du sport en Afrique — en profondeur, avec rigueur et indépendance. Des talents qui manquent à l'appel aux systèmes qui les freinent, des opportunités économiques aux innovations qui transforment la performance : nous mettons les faits au cœur du débat.

Dans ce premier numéro, nous avons ouvert plusieurs grands chantiers : la (petite) place de l'Afrique sur l'échiquier économique du football mondial alors que se déroule la Coupe du monde 2026, l'invisibilité des athlètes africains dans les systèmes de données mondiaux, la construction d'un écosystème intégré à Kinshasa avec le projet Kobo Sport, mais aussi le rôle grandissant des maillots et des identités visuelles comme nouveaux leviers culturels et économiques du football africain.

Ce ne sont pas seulement des sujets d'actualité. Ce sont les fondations d'un avenir plus juste et plus compétitif.

Kobo Sport Magazine s'inscrit dans la mission plus large de Kobo Sport : bâtir des infrastructures, des institutions et des réseaux de savoirs et d'informations qui permettront au sport africain de créer davantage de valeur économique sur le continent. Mettre en lumière les problèmes n'est que la première étape. Les comprendre, en parler et proposer des solutions en est une autre.

Nous croyons à un sport africain professionnel, transparent, inclusif et durable. Un sport où chaque acteur — athlète, club, fédération, investisseur, éducateur, médecin ou supporter — est partie prenante du changement.

Bienvenue et merci de nous accompagner dans cette nouvelle aventure.

Vos idées et vos critiques nourriront ce magazine et, nous l'espérons, contribueront à transformer notre écosystème.

**Le meilleur du sport africain reste à écrire.
Écrivons-le ensemble.**



André-Michel Essoungou

André-Michel Essoungou
RÉDACTEUR EN CHEF



NOTRE MISSION



INFORMER

Fournir une information fiable, vérifiée et pertinente sur le sport en Afrique.



ANALYSER

Décrypter les enjeux, les tendances et les données qui façonnent notre futur.



INSPIRER

Mettre en lumière les personnes, les idées et les initiatives qui ouvrent la voie.



CONSTRUIRE

Contribuer à bâtir des systèmes, les institutions et les infrastructures dont le sport africain a besoin pour prospérer.

RENDEZ-VOUS CHAQUE MOIS



Un sujet principal.
Une analyse approfondie.
Des données. Des solutions.
Un impact.

Kobo Sport Magazine,
votre rendez-vous mensuel
avec l'avenir du sport africain.

€ \$ £

DOSSIER

127

PROGRAMMÉE POUR ÉCHOUER ?

L'Afrique, la Coupe du monde et
l'économie inégale du football

Alors que le monde du football se rassemble pour la Coupe du monde 2026, l'Afrique se retrouve une fois encore au centre du spectacle. Ses joueurs façonneront le tournoi, ses supporters feront vibrer l'atmosphère et ses talents domineront de nombreuses grandes équipes. Pourtant, le continent ne capture toujours qu'une part modeste de la valeur économique générée autour du football. Des transferts aux mécanismes de compensation, en passant par la diffusion et les données, le jeu mondial reste profondément inégal. Mais l'inégalité n'est pas une fatalité.



OÙ L'AFRIQUE PERD DE LA VALEUR

Quatre fuites invisibles dans l'économie mondiale du football

Même lorsque le football africain réussit, une grande partie de la valeur économique générée quitte souvent le continent.

Le football moderne récompense plus que le talent. Il récompense la visibilité, la documentation, la sophistication juridique, les données et le pouvoir de négociation.

Ensemble, quatre fuites majeures façonnent l'inégale économie politique du football.

1 DES TALENTS ACHETÉS À BAS PRIX, RÉSULTATS À PRIX FORT

De nombreux clubs africains vendent tôt parce qu'ils n'ont pas le choix. Au moment où un joueur devient un actif de 50 ou 100 millions d'euros, l'écosystème qui l'a développé n'a peut-être capté qu'une petite fraction de la valeur finale.

2 DES PAIEMENTS DE SOLIDARITÉ QUI S'ÉVAPORENT

Le mécanisme de solidarité de la FIFA a été conçu pour redistribuer la richesse aux clubs formateurs. Mais beaucoup d'académies africaines ne parviennent pas à prouver la formation des joueurs à cause de l'absence de passeport électronique du joueur et de systèmes d'enregistrement incomplets. Des millions d'euros restent ainsi non réclamés chaque année.

3 DES LIGUES QUI LUTTENT POUR SURVIVRE

De nombreuses ligues africaines peinent à sécuriser des droits médias significatifs. La visibilité reste faible, ce qui limite l'attractivité commerciale, l'engagement des supporters et la capacité des clubs à générer des revenus durables. Un cercle vicieux qui maintient les championnats dans une position fragile.

4 LES DONNÉES : LA NOUVELLE FRONTIÈRE

Dans le football moderne, les données déterminent la valeur. Les clubs, les ligues et les fédérations qui ne collectent pas, n'analysent pas et ne valorisent pas leurs données laissent le pouvoir entre les mains des autres.

Sans infrastructure numérique, l'Afrique reste invisible dans une économie devenue hautement informationnelle.

“ L'inégalité dans le football mondial n'est pas une fatalité. C'est le résultat de règles, de structures et d'investissements. ”

LE PARADOXE AFRICAIN EN CHIFFRES



> 260 MILLIONS

de passionnés de football en Afrique.



1ER

fournisseur mondial de joueurs dans les 5 grands championnats européens.



< 3%

des revenus mondiaux du football captés par l'Afrique.



30-40 M€

valeur moyenne des meilleurs clubs africains (vs plusieurs centaines de millions pour les clubs européens de milieu de tableau).



L'AFRIQUE PRODUIT
LES TALENTS.
LE MONDE
INDUSTRIALISE
LA VALEUR.

LA FUITE DES PAIEMENTS DE SOLIDARITÉ

Le coût du silence

Alors que l'écart de valorisation représente une opportunité manquée, la perte des paiements de solidarité de la FIFA constitue une hémorragie financière active. Cet argent, nous le gagnons, mais nous ne le percevons pas.

LE MÉCANISME

Le Mécanisme de solidarité de la FIFA prévoit que 5 % de chaque indemnité de transfert international doit être redistribué aux clubs qui ont formé le joueur entre 12 et 23 ans.

EXEMPLE :

TRANSFERT	5 % POUR LA SOLIDARITÉ	3 ANS DE FORMATION (12-13-14 ANS)	BUDGET ANNUEL TYPIQUE D'UNE ACADEMIE LOCALE
50 M€	2,5 M€	≈ 250 000 €	< 20 000 €
			

Pour de nombreuses académies africaines, 250 000 € ne sont pas qu'un revenu : c'est un capital générationnel. C'est la différence entre survie et expansion, entre terrain en terre et terrain synthétique.

POURQUOI CET ARGENT S'ÉVAPORE-T-IL ?

Pour réclamer ce paiement, le club formateur doit fournir une preuve d'enregistrement : le « passeport électronique du joueur », un document vérifié indiquant précisément quand le joueur a rejoint et quitté le club.

Dans un environnement mature en matière de données, cela prend un clic. En Afrique, cette simple exigence administrative devient un mur infranchissable.

“ DES MILLIONS D'EUROS RESTENT AINSI **NON RÉCLAMÉS** CHAQUE ANNÉE EN AFRIQUE. ”



SANS EMPREINTE NUMÉRIQUE,
PAS DE JUSTIFICATIF, PAS DE PAIEMENT.

LES OBSTACLES AFRICAINS



ABSENCE D'ENREGISTREMENT CENTRALISÉ

Le joueur n'a jamais été enregistré dans une base de données nationale ou fédérale à l'âge de 12 ans. Aucune « empreinte numérique » à produire.



SYSTÈMES ADMINISTRATIFS FRAGILES

Les clubs manquent de digitalisation, de procédures standardisées et de personnel formé pour constituer des dossiers conformes.



LOURDEURS ET DÉLAIS

Les processus sont complexes, longs et coûteux, décourageant les petites structures de déposer des réclamations.



ARGENT LAISSÉ SUR LA TABLE

Des millions d'euros qui devraient financer l'infrastructure, l'éducation et la protection des jeunes talents restent ainsi non réclamés d'année en année.



LEÇON CLÉ

Sans données fiables, les règles du jeu ne profitent pas à ceux qui jouent le jeu. L'infrastructure numérique n'est donc pas une option : c'est une condition de justice économique.

L'ÉCONOMIE MONDIALE DU FOOTBALL

Pourquoi l'Afrique reste en marge

Le football moderne ne se limite plus au terrain. C'est une industrie mondiale qui connecte droits TV, transferts, sponsoring, données, paris, tourisme, technologie et marques nationales.

Dans cet écosystème complexe, la valeur se crée à plusieurs niveaux. Certains acteurs ont appris à s'y positionner. D'autres restent à la périphérie.

LES MOTEURS DE L'ÉCONOMIE DU FOOTBALL



DROITS MÉDIAS

Les championnats européens génèrent des milliards grâce à des contrats de diffusion mondiaux.



TRANSFERTS ET INTERMÉDIATION

Les clubs et agents captent une grande partie de la valeur lors des transferts internationaux.



SPONSORING ET PARTENARIATS

Les marques paient pour l'accès à des audiences mesurables et engagées.



DONNÉES ET ANALYTIQUE

Les données alimentent la performance, la décision et la monétisation.



TOURISME ET ÉVÉNEMENTS

Les compétitions attirent les visiteurs, les investissements et les opportunités.



MARQUES NATIONALES

Le succès sportif renforce l'influence, l'attractivité et la diplomatie d'un pays.



**L'AFRIQUE
PRODUIT LE TALENT.
D'AUTRES CAPTENT
LA VALEUR.**

**LE FOOTBALL EST DEvenu
UNE INDUSTRIE MONDIALE.**

**L'AFRIQUE EN EST
ENCORE SPECTATRICE.**

Le défi n'est plus de produire du talent. Le défi est de participer pleinement à l'économie qui l'entoure.



L'AFRIQUE DANS LES CHIFFRES (ESTIMATIONS)



> 1,5 MILLIARD



< 3 %

des revenus mondiaux du football captés par le continent.



< 2 %

des revenus mondiaux de droits médias pour les ligues africaines.



1ER

fournisseur mondial de joueurs dans les 5 grands championnats européens.

“

Le football aujourd'hui récompense ceux qui possèdent les systèmes, pas seulement ceux qui possèdent les joueurs.

”

LE DÉFI N'EST PLUS DE PRODUIRE DU TALENT

Mais de construire des économies du football durables

Le football africain n'a jamais manqué de talent.

Le défi a toujours été systémique.

Le défi aujourd'hui est institutionnel.

L'avenir de la richesse footballistique ne dépendra pas seulement des joueurs produits, mais des écosystèmes capables de les protéger, de les développer, de les documenter et de les valoriser.

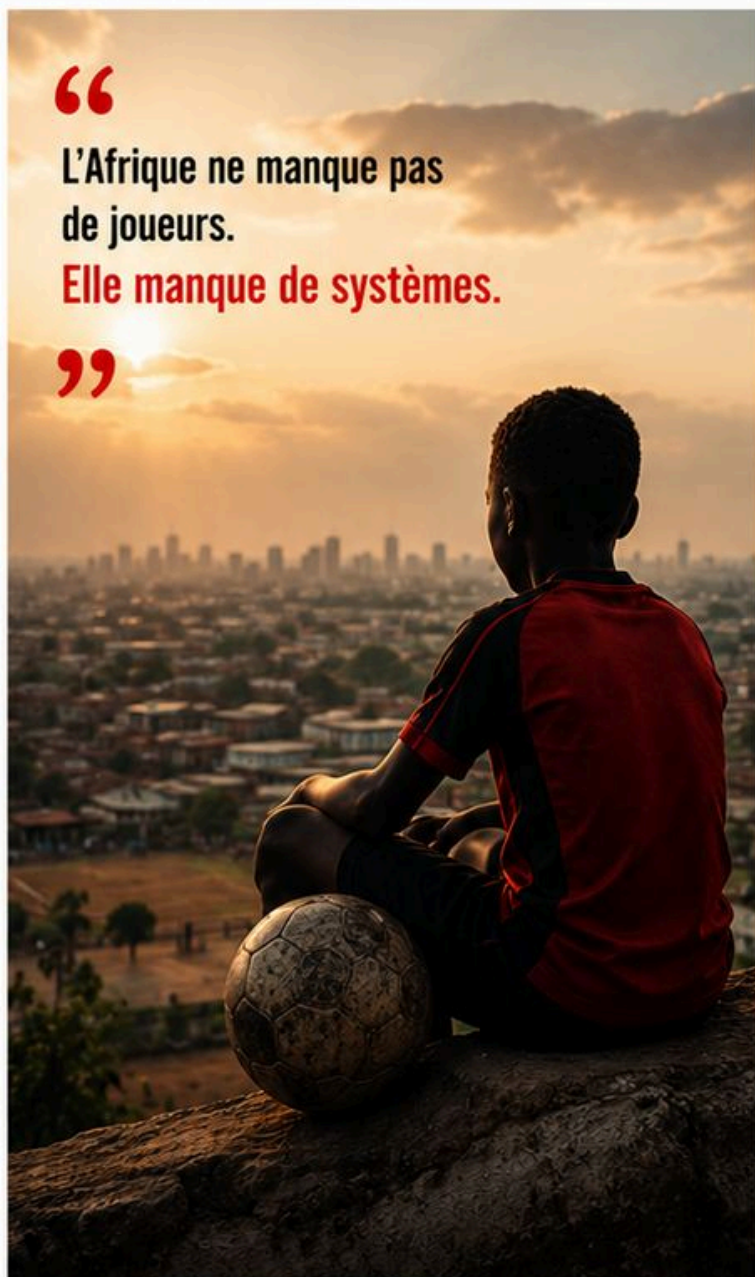
Cela nécessite des choix courageux :

- Investir dans l'infrastructure physique et numérique.
- Renforcer la gouvernance et la transparence.
- S'appropriier les données et les utiliser.
- Négocier collectivement pour augmenter la valeur.
- Protéger les jeunes athlètes grâce à l'éducation et à des parcours clairs.



LA COUPE DU MONDE 2026 SERA UNE NOUVELLE FOIS LA VITRINE DU TALENT AFRICAIN.

La véritable question est de savoir si ce moment historique sera également le début d'une nouvelle ère économique pour le continent.



“

L'Afrique ne manque pas de joueurs.

Elle manque de systèmes.

”

LES SOLUTIONS EXISTENT

À travers le continent, des initiatives montrent la voie. L'enjeu est désormais de les scaler, de les connecter et de les institutionnaliser.



INFRASTRUCTURES INTÉGRÉES

Centres de formation, académies résidentielles, complexes sportifs, centres médicaux.



TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Passeports électroniques, plateformes de données, analyse de performance, billetterie et droits TV.



ÉDUCATION ET DOUBLE CARRIÈRE

Programmes scolaires, formations professionnelles et accompagnement à la reconversion.



COLLABORATION RÉGIONALE

Liges fortes, compétitions attractives, négociation collective des droits.



INVESTISSEMENT PRIVÉ

Partenariats, fonds d'investissement, sponsoring et entrepreneuriat sportif.



GOVERNANCE ET TRANSPARENCE

Institutions solides, règles claires, reddition de comptes et éthique.

MESSAGE CLÉ



L'inégalité du football mondial n'est pas une fatalité. C'est le résultat de choix politiques, économiques et institutionnels.

L'AFRIQUE PEUT CHOISIR UN AUTRE FUTUR.

Votre carte VISA Prépayée Okapi à **Prix réduit !**

- Pour des usages multiples -



10\$

Profitez d'une recharge rapide
et simplifiée via RAKKACash

UNE CARTE, DES POSSIBILITÉS ILLIMITÉES



ACHATS EN LIGNE

Payez en toute sécurité
sur vos sites préférés.



VOYAGES ET DÉPLACEMENTS

Réservez, payez
et voyagez léger.



ÉTUDES À L'ÉTRANGER

Gérez vos dépenses
en toute tranquillité.



RETRAITS D'ESPÈCES

Retirez de l'argent
dans le monde entier.



CADEAUX ET SOUTIENS

Offrez et recevez
en toute simplicité.



SÉCURISÉE
ET FIABLE

BGFI Bank RDC. SA



www.groupebgfibank.com



BGFI Bank

Votre partenaire pour l'avenir

LA SAPE PEUT-ELLE GAGNER LA COUPE DU MONDE ?

QUAND LES MAILLOTS DEVIENNENT UNE INDUSTRIE CULTURELLE

En 2026, le retour historique de la RDC à la Coupe du monde n'a pas seulement remis les Léopards sur la carte du football mondial. Il a révélé quelque chose de plus profond : la puissance économique encore largement inexploitée de la créativité africaine. Des costumes inspirés de la SAPE aux maillots identitaires du Maroc, du Sénégal ou de la Côte d'Ivoire, une nouvelle bataille se joue loin des terrains. Celle de la propriété culturelle, des industries créatives et de la valeur économique.

Par la rédaction de Kobo Sport

52 ANS APRÈS ZAÏRE 74

Le retour d'un géant. Un nouveau chapitre s'écrit.



01 LE JOUR OÙ LA SAPE EST ENTRÉE À LA COUPE DU MONDE

Le 12 juin 2026, les Léopards de la RDC descendent de leur avion à Houston. Ils ne portent pas seulement des costumes. Ils portent une histoire.

Vestes noires rehaussées de motifs léopard, accessoires élégants, lignes inspirées des grands sapeurs congolais : l'arrivée de la délégation ressemble davantage à une déclaration culturelle qu'à une opération de communication sportive.

En quelques heures, les images font le tour du monde.

Mais derrière les applaudissements se cache une interrogation plus importante.

Qui profite économiquement de cette visibilité ?

02 LA SAPE : UN PATRIMOINE MONDIAL QUI NE DIT PAS SON NOM

La SAPE est une esthétique, une philosophie et une manière de raconter le Congo au monde.

Née dans l'histoire coloniale, popularisée par des figures comme Papa Wemba, elle est devenue une forme de résistance culturelle où le vêtement affirme la dignité, l'élégance et l'indépendance d'esprit.

Dans beaucoup de pays, un tel patrimoine aurait déjà donné naissance à une véritable industrie : collections officielles, licences, événements internationaux, produits dérivés, collaborations.

En RDC, le potentiel existe mais demeure largement dispersé.

La Coupe du monde 2026 a démontré que le lien entre football et SAPE est naturel. Il reste à lui donner une structure économique.

“
Le maillot africain n'est plus seulement un uniforme. Il devient une industrie culturelle.”



03 LE MAILLOT N'EST PLUS UN UNIFORME. C'EST UNE MARQUE.

Le maillot est devenu un objet hybride : une partie sport, une partie mode, une partie affirmation identitaire.

Le Maroc intègre le zellige et l'héritage amazigh. Le Sénégal célèbre les Cars Rapides et la culture urbaine. La Côte d'Ivoire affiche la puissance de l'éléphant.

La RDC, elle, possède l'un des récits les plus riches du continent : le léopard, la SAPE, Papa Wemba, Zaire 74 et une diaspora mondiale.



Le léopard, la SAPE et 52 ans d'histoire.

Zellige, amazighité et fierté nationale.

Cars Rapides, culture urbaine et créativité.

L'éléphant, symbole de force et d'unité.

04 L'AFRIQUE RACONTE LES HISTOIRES. D'AUTRES CAPTURENT LES REVENUS.

Les équipementiers contrôlent la production. Les plateformes étrangères dominent la distribution. Le marché parallèle profite de la contrefaçon. Les créateurs locaux restent à la périphérie.

Pourtant, le maillot du Nigeria en 2018 a prouvé qu'un maillot africain pouvait devenir un produit culturel mondial.

La diaspora représente un marché immense.

Encore faut-il disposer d'une stratégie.

LE CYCLE DE VALEUR D'UN MAILLOT



CRÉATION
Design, identité culturelle, récit



PRODUCTION
Fabrication, innovation textile



DISTRIBUTION
Réseaux mondiaux, e-commerce, retail



ROYALTIES
Licences, droits d'image, réinvestissement

PAR LES CHIFFRES

- 52** ans depuis Zaire 74
- 10** équipes africaines au Mondial 2026
- 2** milliards USD mobilisés par CANEX pour les industries créatives
- 3** millions de précommandes pour le maillot du Nigeria en 2018
- 1,4** milliard de consommateurs potentiels avec la ZLECAf

05 ET SI LA RDC INVENTAIT LE MODÈLE SAPE X FOOTBALL ?

- ✓ Capsule Léopards 74-2026 avec des créateurs congolais
- ✓ Merchandising local : mode, accessoires, lifestyle
- ✓ Pop-up stores dans les hubs de la diaspora
- ✓ Plateformes e-commerce et éditions limitées
- ✓ Tourisme culturel : football, musique, mode, histoire



06 LE PROCHAIN AVANTAGE COMPÉTITIF DE L'AFRIQUE

L'Afrique peut exporter des récits, des créations, des marques. Des institutions comme Afreximbank, l'AFD ou les programmes de l'économie créative ouvrent la voie. Le prochain avantage compétitif du football africain ne sera peut-être pas la découverte d'un nouveau talent. Il sera peut-être la capacité du continent à transformer sa créativité en richesse collective.



L'AFRIQUE N'A PAS SEULEMENT DES TALENTS À EXPORTER. ELLE POSSÈDE DES HISTOIRES, DES SYMBOLES ET DES ESTHÉTIQUES CAPABLES DE DEVENIR DES INDUSTRIES. LA COUPE DU MONDE 2026 A MONTRÉ QUE LE MONDE ÉTAIT PRÊT À REGARDER. RESTÉ MAINTENANT À CONSTRUIRE LES SYSTÈMES CAPABLES DE TRANSFORMER CETTE ATTENTION EN RICHESSE.

02 LA SAPE : UN PATRIMOINE MONDIAL QUI NE DIT PAS SON NOM

Née entre Brazzaville et Kinshasa, la Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes (SAPE) est bien plus qu'un style. C'est une esthétique, une philosophie et une manière de raconter le Congo au monde.

UNE ESTHÉTIQUE NÉE DE LA RÉSISTANCE

Dans l'histoire coloniale, les Congolais s'approprient les codes européens pour les réinterpréter avec audace. Le vêtement devient une arme symbolique de dignité et d'affirmation.

★ PAPA WEMBA, PIONNIER CULTUREL

Star planétaire de la rumba, il popularise la SAPE et en fait un message universel : élégance, fierté et liberté.

PATRIMONIALISATION EN COURS

La SAPE est inscrite au patrimoine culturel de la RDC. Des musées, expositions et archives lui sont consacrés.

UN MOUVEMENT MONDIALISÉ

La SAPE influence la mode, la musique, le cinéma et le lifestyle. Elle dispose d'une diaspora active et d'une communauté créative mondiale prête à consommer des produits porteurs de sens.

ÉLÉGANCE
FIERTÉ
LIBERTÉ

“ Au Congo, le football, la musique et l'élégance racontent la même histoire.

LA SAPE EN CHIFFRES

 **+80**
années d'histoire

 **Millions**
de passionnés dans le monde

 **100+**
défilés et événements chaque année

 **1**
inscription au patrimoine culturel de la RDC

 Présence dans
+40 pays

03 DES MAILLOTS QUI PARLENT AU MONDE

Les sélections africaines utilisent leur maillot comme un support narratif puissant. Chaque motif, chaque couleur porte une histoire, un territoire et une ambition.

RDC



LE LÉOPARD, ADN NATIONAL

Le léopard est au cœur de l'identité congolaise. Le motif, les couleurs et la SAPE traduisent une fierté, une mémoire et un retour historique.

MAROC



ZELLIGE ET AMAZIGH

Le maillot marocain célèbre le patrimoine architectural et culturel du pays, entre tradition andalouse et identité amazighe.

SÉNÉGAL



CARS RAPIDES ET CULTURE URBAINE

Le Sénégal intègre l'univers coloré des Cars Rapides, symbole de créativité populaire, de mouvement et d'énergie.

CÔTE D'IVOIRE



L'ÉLÉPHANT, PUISSANCE SYMBOLE

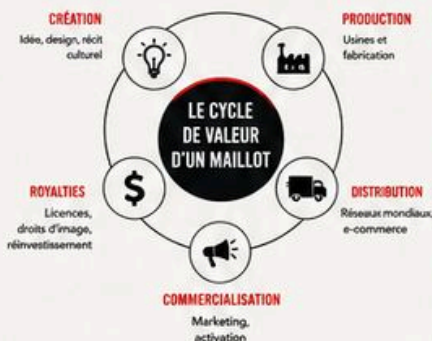
Couleurs nationales, force et unité. L'éléphant incarne la résilience et la grandeur ivoirienne.

LE MAILLOT : UN OBJET HYBRIDE

-  **SPORT**
Un uniforme sur le terrain
-  **MODE**
Porté au quotidien, sur toutes les scènes
-  **IDENTITÉ**
Affirmation culturelle et fierté nationale
-  **ÉCONOMIE**
Achats, licences, dérivés, investissements

04 POURQUOI L'AFRIQUE CRÉE LES RÉCITS MAIS PERD SOUVENT LES REVENUS

L'Afrique produit des récits puissants, mais la chaîne de valeur économique reste trop souvent captée par des acteurs étrangers.



- ✓ Les équipementiers (Nike, Adidas, Puma...) contrôlent la production et une grande partie de la distribution.
- ✓ Les créateurs locaux sont peu intégrés à la chaîne de valeur.
- ✓ Le marché parallèle et la contrefaçon pèsent lourdement.
- ✓ Le précédent du Nigeria 2018 montre le potentiel : plus de 3 millions de précommandes mondiales avant le lancement.
- ✓ La diaspora représente un marché colossal, particulièrement en Europe et en Amérique du Nord pour le Mondial 2026.

05 LA RDC POURRAIT CRÉER UNE ÉCONOMIE SAPE X FOOTBALL

Un scénario possible pour transformer la visibilité mondiale en valeur économique locale.

-  **CAPSULE LÉOPARDS 74-2026**
Co-design officiel avec des créateurs congolais. Collections maillots, vestes, accessoires inspirés de la SAPE.
-  **PRODUCTION LOCALE**
Ateliers congolais labellisés ICC. Qualité, emplois, savoir-faire.
-  **DISTRIBUTION GLOBALE**
Pop-up stores dans les hubs de la diaspora : Paris, Bruxelles, Londres, Montréal, New York...
-  **E-COMMERCE ET DIASPORA**
Ventes en ligne, éditions limitées, précommandes exclusives.
-  **CULTURE, MUSIQUE, TOURISME**
Événements, concerts, expositions, contenus audiovisuels. Une expérience globale.



KOBO SPORT IDEA LAB

Et si le prochain sponsor des Léopards était la créativité congolaise elle-même ?



“

Le potentiel existe. Les talents sont là. Ce qu'il manque, c'est un système. Construisons-le.”



06 LES INSTITUTIONS S'ACTIVENT. MAIS LA CONNEXION MANQUE ENCORE

Des acteurs majeurs investissent désormais dans les industries créatives africaines. Le défi est de relier ces ressources à l'écosystème du football.



AFREXIMBANK – CANEX

Le Fonds CANEX pour les industries créatives africaines mobilise 2 milliards USD pour soutenir mode, musique, cinéma, sport et patrimoine culturel. Le sport, et notamment le football, est identifié comme un levier majeur de visibilité et de revenus.



AFD – AFRIQUE CRÉATIVE

L'AFD accompagne des programmes visant à structurer les ICC : formation, financement, incubateurs, chaînes de valeur créatives et internationales.



ZLECAF – UN MARCHÉ INTÉGRÉ

Avec 1,4 milliard de consommateurs potentiels, la ZLECAF offre un cadre pour développer une production africaine et des échanges intra-continentaux de biens culturels.



“ Les histoires africaines sont prêtes à conquérir le monde. Les systèmes, eux, doivent l'être aussi. ”

POUR PASSER À L'ÉCHELLE



COORDINATION

Fédérations, ministères, créateurs et entreprises doivent travailler ensemble.



PROPRIÉTÉ CULTURELLE

Protéger les récits, les designs et les symboles pour assurer des revenus locaux.



PRODUCTION LOCALE

Investir dans la fabrication textile, la qualité et les chaînes d'approvisionnement locales.



DISTRIBUTION ET DIGITAL

Maîtriser la distribution mondiale et l'e-commerce pour capter la valeur.



MARKETING CULTUREL

Créer des campagnes qui racontent l'histoire africaine au-delà du match.

07 LE CYCLE DE VALEUR D'UN MAQUILLAGE CULTUREL

Transformer un récit en richesse nécessite une chaîne de valeur maîtrisée.



CRÉATION

Idee, inspiration culturelle, récit identitaire.



CONCEPTION

Design, co-création avec des artistes et créateurs locaux.



PRODUCTION

Fabrication locale et montée en qualité.



DISTRIBUTION

Réseaux mondiaux, retail, e-commerce, pop-up stores.



ACTIVATION

Événements, contenus, diaspora, marketing d'influence.



ROYALTIES

Revenus réinvestis dans le sport, la culture et les communautés.

08 LE FOOTBALL AFRICAIN A UN AVENIR QUI NE SE JOUE PAS QUE SUR LE TERRAIN

Le Mondial 2026 a offert une scène mondiale. Le prochain défi est de construire des économies durables à partir de cette visibilité.

- ✓ L'Afrique possède des talents sportifs d'exception.
- ✓ Elle possède aussi des patrimoines culturels uniques.
- ✓ La fusion des deux peut créer des industries à fort impact économique et social.
- ✓ Le football peut devenir le plus grand accélérateur des industries créatives africaines.
- ✓ Mais cela exige une vision, des partenariats et des investissements à long terme.

“ L'Afrique n'a pas seulement des talents à exporter. Elle possède des histoires, des symboles et des esthétiques capables de devenir des industries. ”



LE MAQUILLAGE DES IDENTITÉS

Quatre nations, quatre récits, une ambition.



RDC

LE LÉOPARD, LA SAPE, L'HÉRITAGE

Un symbole national puissant, une élégance mondiale, une diaspora engagée.



MAROC

ZELLIGE ET DAWLA AMAZIGH

Un patrimoine ancien revisité avec fierté et modernité.



SÉNÉGAL

CARS RAPIDES ET CULTURE URBAINE

Énergie populaire, créativité graphique et identité vibrante.



CÔTE D'IVOIRE

L'ÉLÉPHANT ET LA FIERTÉ NATIONALE

Force, unité et une passion qui traverse les générations.

LE COUPE DU MONDE 2026 A MONTRÉ QUE LE MONDE ÉTAIT PRÊT À REGARDER.

Reste maintenant à construire les systèmes capables de transformer cette attention en richesse. ”

08 LE FOOTBALL AFRICAIN A UN AVENIR QUI NE SE JOUE PAS QUE SUR LE TERRAIN

Le Mondial 2026 a offert une scène mondiale à l'Afrique. Le prochain défi est de convertir cette visibilité en valeur durable. Le football peut devenir le plus grand accélérateur des industries créatives du continent.

- ✓ L'Afrique possède des talents sportifs d'exception.
- ✓ Elle possède aussi des patrimoines culturels uniques.
- ✓ La fusion des deux peut créer des industries à fort impact économique et social.
- ✓ Les investisseurs mondiaux s'y intéressent.
- ✓ Les plateformes de distribution existent.
- ✓ Les consommateurs sont prêts à payer.
- ✓ Il manque encore des systèmes et une vision commune.

LES LEVIERS D'UN NOUVEAU CYCLE



CRÉER
des récits
authentiques et
maîtriser leur
narration.



PROTÉGER
les identités
culturelles et
les droits
associés.



PRODUIRE
localement avec
qualité et
compétitivité.



DISTRIBUER
mondialement
via des réseaux
structurés.



CAPTURER
la valeur par des
modèles
économiques
durables.

“ L'avenir du football africain
ne se joue pas seulement dans les centres
de formation.
Il se joue aussi dans les ateliers,
les studios et les maisons de création.

KOBO SPORT IDEA LAB

ET SI LE PROCHAIN SPONSOR DES LÉOPARDS ÉTAIT LA CRÉATIVITÉ CONGOLAISE ELLE-MÊME ?



Une marque collective « Léopards Création ».

Des licences gérées localement.

Des royalties réinvesties dans le sport
et les communautés.

✓ Une alliance entre créateurs, équipementiers
et investisseurs africains.

✓ Un modèle qui inspire tout le continent.



LE POTENTIEL ÉCONOMIQUE DES INDUSTRIES CRÉATIVES EN AFRIQUE

Les études convergent : les industries créatives
représentent l'un des secteurs les plus dynamiques
et porteurs pour le continent.



4,2 % du PIB africain
apport des industries culturelles
et créatives en 2023 (UNESCO).



Plus de 50 millions d'emplois
actuels et potentiels dans les ICC d'ici 2030
(Afreximbank – Rapport ICC 2023).



2 milliards USD
mobilisés par le Fonds CANEX d'Afreximbank
pour soutenir les ICC africaines.



1,4 milliard
de consommateurs potentiels accessibles
via la ZLECAF.



Le marché mondial du maillot
est estimé à plus de 5 milliards USD
par an et continue de croître.

FEUILLE DE ROUTE POUR TRANSFORMER LA VISIBILITÉ EN RICHESSE

- 01** Élaborer des stratégies nationales
de valorisation des récits culturels
liés au football.
- 02** Créer des cadres juridiques pour
protéger les identités et capter
les revenus.
- 03** Soutenir les créateurs locaux
(designers, stylistes, artisans,
studios) et structurer les filières.
- 04** Développer des partenariats
public-privé avec des marques
africaines et internationales.
- 05** Mobiliser la diaspora comme marché,
ambassadrice et investisseuse.
- 06** Mesurer, documenter et amplifier l'impact
culturel et économique.

CONCLUSION L'HEURE EST À LA CONSTRUCTION

La Coupe du monde 2026 a montré que le monde était prêt à regarder. Les maillots africains ont captivé l'attention. Les arrivées inspirées de la SAPE ont marqué les esprits. Les récits culturels ont trouvé un écho global. Reste maintenant à construire les systèmes capables de transformer cette attention en richesse pour nos nations, nos clubs et nos communautés.

“ L'Afrique n'a pas seulement
des talents à exporter.
Elle possède des histoires,
des symboles et des esthétiques
capables de devenir des industries.

LA SAPE PEUT-ELLE GAGNER LA COUPE DU MONDE ?

Oui, si nous transformons
la créativité en économie. ”

SOURCES

- UNESCO – Rapport Mondial sur les ICC 2023
- Afreximbank – Creative Africa Nexus (CANEX) Rapport 2023
- AFD – Afrique Créative 2022
- Goal.com, BBC Sport, The Guardian, BellaNaija
- Kinkiese.com, Jeune Afrique, France 24
- FIFA – Communications officielles 2026

SUIVEZ L'ACTUALITÉ DE L'ÉCONOMIE ET DE L'INNOVATION SPORTIVES EN AFRIQUE

f i x l n y | @kobosportmag

M

Création
Africa
RDC

**PENSER LA MODE
EN AFRIQUE**

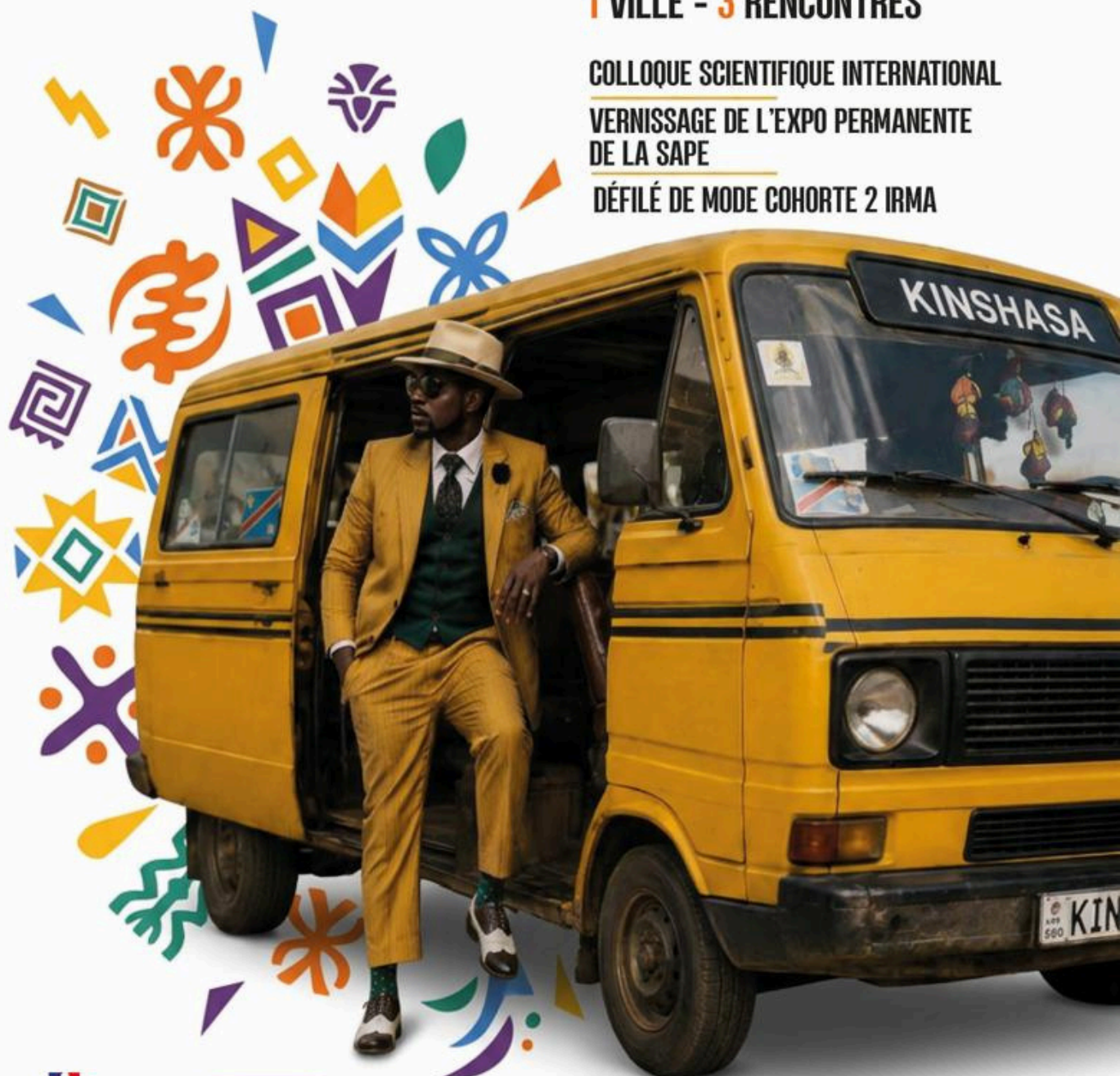
**24
25
2026** **SEPTEMBRE**
KINSHASA

1 VILLE - 3 RENCONTRES

COLLOQUE SCIENTIFIQUE INTERNATIONAL

VERNISSAGE DE L'EXPO PERMANENTE
DE LA SAPE

DÉFILÉ DE MODE COHORTE 2 IRMA



AMBASSADE
DE FRANCE
EN RÉPUBLIQUE
DÉMOCRATIQUE
DU CONGO

MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES

INSTITUT
FRANÇAIS

Kobo hub

IRMA Institut
régional
du savoir
en Afrique



Êtes-vous intéressé?
Inscrivez-vous dès
maintenant sur notre
site.

www.irma-rdc.com
hello@irma-rdc.com
+243 844 892 581

EXTRAIT DU LIVRE

L'ATHLÈTE INVISIBLE

Ce que l'Afrique perd lorsqu'elle
ne documente pas son sport

Talent universel. Preuve absente.
L'Afrique alimente l'économie sportive mondiale,
mais son talent reste invisible. Sans données,
pas de preuve. Sans preuve, pas de valeur.
Sans valeur, pas d'avenir.

DANS CET EXTRAIT :



Pourquoi les géants africains
restent des nains financiers



L'hémorragie des paiements
de solidarité FIFA



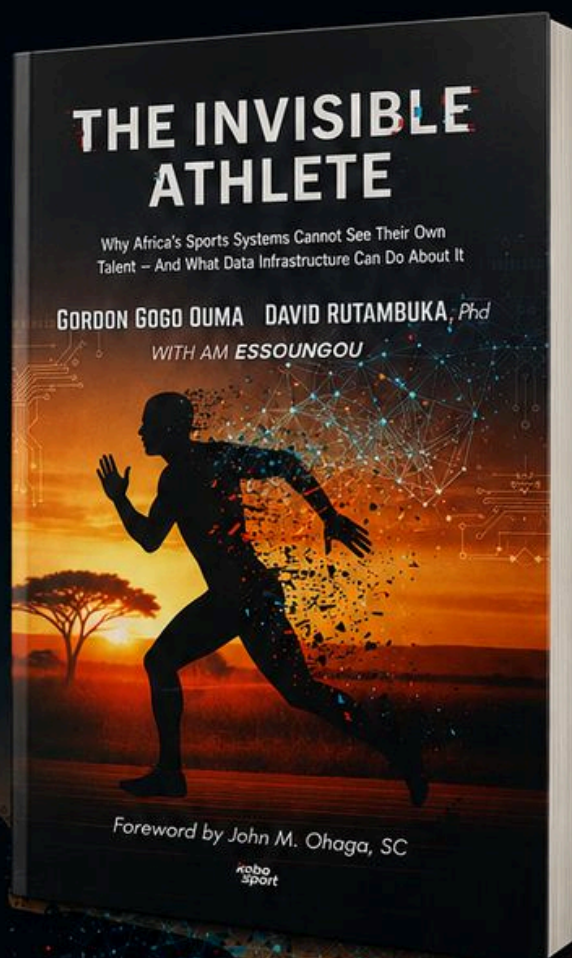
Le piège des matières premières :
exporter le talent brut,
importer la valeur



Les données comme quatrième
facteur de production



Le blocus de l'investissement :
pourquoi le sport africain
est jugé « non bancable »



Cet extrait exclusif du livre
The Invisible Athlete
a été traduit en français
par **Kobo Sport**.



L'édition complète du livre
sera disponible en français
en **septembre 2026**.

LES AUTEURS



Gordon Gogo Ouma

Avocat spécialisé en droit du sport
et fondateur de GMA Global Sports
and Business, expert en gouvernance
des sports émergents. Basé à
Nairobi, Kenya.



David Rutambuka, (PhD)

Professeur assistant en analyse
de données et en IA à Paris
(France), et ancien footballeur
professionnel, première division
au Rwanda.



André-Michel Essoungou

Cofondateur de Goëti Sports Tech
et Kobo Sport, basé à Kinshasa
(RDC). Ancien journaliste/correspondant
étranger (RFI & BBC), conseiller
à l'ONU à New York et en Afrique.



COMMANDER VOTRE EXEMPLAIRE
DÈS MAINTENANT !



@kobosport

www.kobosport.com

CHAPITRE 2

L'ATHLÈTE INVISIBLE

Ce que l'Afrique perd lorsqu'elle ne documente pas son sport

2.1 L'ÉCART DE VALORISATION : POURQUOI LES GÉANTS AFRICAINS RESTENT DES NAINS FINANCIERS

Le sport en Afrique est souvent évoqué en termes de passion, de potentiel et de talent brut. Ces qualificatifs, bien que véridiques, masquent la réalité économique fondamentale : en tant que secteur, le sport africain pèse bien moins lourd que ce que son potentiel laisserait penser. Il détient un potentiel transformateur en tant que secteur capable de générer des emplois, de stimuler le développement des infrastructures, de dynamiser le tourisme et d'attirer des investissements directs étrangers. Pourtant, ce potentiel demeure largement théorique.

L'illustration la plus frappante de cet échec est le plafond de valorisation qui emprisonne même les entités sportives les plus performantes du continent. Pour comprendre le coût du déficit de données, il faut regarder au sommet du football africain. Des clubs comme Mamelodi Sundowns en Afrique du Sud et Al Ahly en Égypte représentent la référence absolue en matière de gestion du football africain. Ils dominent leurs championnats nationaux, se disputent chaque année les honneurs continentaux et bénéficient de la fidélité de millions de supporters.

Cependant, lorsqu'on les examine à travers le prisme de l'économie sportive mondiale, ces géants restent des nains financiers. Les valorisations de ces clubs de premier plan africains se situent dans une fourchette de 30 à 40 millions d'euros. Des montants impressionnants dans un contexte local, mais dérisoires à l'échelle mondiale. Ils sont écrasés non seulement par l'élite européenne, mais aussi par des clubs de milieu de tableau du Championship anglais ou de la Ligue 1 française — des clubs qui produisent peut-être moins de talent sur le terrain et remportent moins de trophées, mais qui bénéficient de valorisations commerciales incomparablement supérieures.

Pourquoi un tel écart ? Ce n'est pas un manque de supporters. Al Ahly dispose d'une base de fans estimée à plus de 50 millions de personnes, probablement supérieure à celle de nombreux cadors européens. Ce n'est pas un manque de succès sportifs. Ce déséquilibre est structurel, et il prend racine dans les données.



“

Les meilleurs clubs africains se valorisent entre 30 et 40 millions d'euros. Des montants dérisoires à l'échelle mondiale.



LE PROBLÈME N'EST PAS LE
TALENT NI LA PASSION.
LE PROBLÈME,
C'EST LES DONNÉES.

La valorisation moderne du sport est tirée par la capacité à monétiser une audience, pas seulement par la vente de billets.

Un club comme le Real Madrid, qui a généré plus d'1 milliard d'euros de revenus lors de la saison 2023/24, ne le fait pas principalement en vendant des billets pour le Santiago Bernabéu. Il le fait en vendant un accès vérifié à une audience mondiale.

Il peut dire à un sponsor exactement qui sont ses fans, où ils vivent, ce qu'ils achètent et comment ils s'engagent en ligne. Son « fan » est un point de données, une unité vérifiable, accessible et monétisable.

En revanche, le fan d'un club africain est largement anonyme. Al Ahly peut compter 50 millions de supporters, mais si ces supporters regardent les matchs sur des télévisions communautaires, achètent des maillots contrefaits et participent à des conversations sur les réseaux sociaux non mesurées, ils restent économiquement invisibles pour le sponsor mondial.

Un sponsor ne peut pas acheter ce qu'il ne peut pas mesurer. Sans l'infrastructure numérique permettant de capturer, segmenter et analyser cette base de fans, les clubs africains sont contraints de s'appuyer sur la forme de revenu la plus basique : les recettes de billetterie.

Ils se piègent dans une économie physique, tandis que le reste du monde du sport est passé à une économie numérique.

La conséquence de cette cécité des données a été cruellement visible lors de la Ligue africaine de football (LAFC) inaugurale (et aujourd'hui disparue) en 2024.

Ce tournoi a été conçu avec des standards de données modernes : diffusion centralisée, métriques vérifiées et packages commerciaux transparents.

Mamelodi Sundowns a gagné 4 millions de dollars en remportant la traditionnelle Ligue des champions de la CAF, un tournoi entaché d'opacité des données.

Pour avoir remporté la LAFC, un tournoi plus court reposant sur de meilleures infrastructures de données, la prime et l'écosystème commercial ont généré une valeur nettement plus élevée, le tournoi ayant distribué des sommes considérables.

La leçon est sans équivoque : les capitaux à haute valeur ne circulent que là où les données (démographie de l'audience, métriques d'engagement et statistiques de performance) sont transparentes. Les clubs africains restent pauvres non pas parce qu'ils manquent de soutien, mais parce qu'ils ne peuvent pas le prouver.

2.2 L'HÉMORRAGIE DES PAIEMENTS DE SOLIDARITÉ FIFA : CALCULER LE COÛT DU SILENCE

Si l'écart de valorisation représente une opportunité manquée, la perte des paiements de solidarité de la FIFA constitue une hémorragie financière active. Ce n'est pas de l'argent que nous pourrions gagner ; c'est de l'argent que nous gagnons, mais que nous ne parvenons pas à collecter.

Le système mondial des transferts inclut un mécanisme conçu spécifiquement pour redistribuer la richesse des élites vers la base. Selon le Règlement du Statut et du Transfert des Joueurs, le Mécanisme de Solidarité de la FIFA stipule que 5 % de tout montant de transfert international doivent être prélevés et distribués aux clubs qui ont formé le joueur entre 12 et 23 ans.

La logique est saine : si un joueur est transféré d'un club français vers un club anglais pour 50 millions d'euros, la petite académie au Sénégal ou au Ghana qui l'a découvert à 12 ans et formé jusqu'à 15 ans a droit à une part précise de ce montant.

EXEMPLE DE CALCUL

		
TRANSFERT	5 % DE SOLIDARITÉ	3 ANS DE FORMATION (12, 13, 14 ANS)
50 M€	2,5 M€	≈ 250 000 €

Pour un transfert de 50 millions d'euros, le pot de solidarité total est de 2,5 millions d'euros. Une académie de base ayant droit à seulement trois années de formation (âges 12, 13 et 14) devrait recevoir environ 250 000 euros.

Dans le contexte de nombreuses académies africaines, dont les budgets de fonctionnement annuels peuvent être inférieurs à 20 000 euros, cette somme n'est pas seulement un revenu — c'est un legs générationnel. C'est la différence entre la survie et l'expansion, entre un terrain en terre et un terrain synthétique.



CETTE SOMME N'EST PAS SEULEMENT UN REVENU — C'EST UN LEGS GÉNÉRATIONNEL.

Pourtant, année après année, les académies africaines laissent cet argent sur la table.

Le mécanisme de cette perte est bureaucratique. Pour prétendre au paiement de solidarité, le club formateur doit fournir une preuve d'enregistrement. Il doit soumettre le « Passeport électronique du joueur » — un document vérifié indiquant précisément quand le joueur a rejoint et quitté le club.

Dans un environnement où les données sont matures, il suffit d'un clic. La base de données de la Fédération anglaise peut générer instantanément l'historique de n'importe quel joueur, datée et vérifiée.

Dans le contexte africain, cette simple exigence administrative devient un mur infranchissable. Comme le joueur n'a jamais été enregistré dans une base de données centrale à 12 ans, il n'existe aucune « empreinte numérique » à imprimer.

L'académie peut présenter des certificats papier, des lettres de recommandation ou des témoignages, mais la FIFA exige la preuve numérique.

Résultat : l'académie ne reçoit rien.

Les fonds, qui devraient revenir dans la communauté, restent dans le système ou sont redirigés vers des entités capables de prouver ce qu'elles valent.

C'est un impôt invisible sur le talent africain.

Les millions qui pourraient financer les infrastructures, les salaires des entraîneurs et l'éducation des jeunes sont perdus dans les limbes de l'absence de données.

Le silence administratif coûte plus cher que n'importe quel déficit budgétaire.



**PAS DE DONNÉES,
PAS DE PREUVE,
PAS DE PAIEMENT.**

Des millions d'euros quittent l'Afrique chaque année non pas par manque de talent, mais par manque de données.

2.3 LE PIÈGE DES MATIÈRES PREMIÈRES : EXPORTER LE TALENT BRUT, IMPORTER LA VALEUR

L'Afrique a été assignée au rôle de fournisseur mondial de matières premières sportives.

Comme les pays riches en pétrole exportent du pétrole brut pour importer de l'essence raffinée, l'Afrique exporte des athlètes bruts pour importer des victoires prêtes à l'emploi.

Ce modèle est économiquement désastreux et structurellement injuste.

Prenons l'exemple du football. L'Afrique produit les attaquants, les milieux de terrain et les défenseurs les plus rapides, les plus forts et souvent les plus techniques au monde. Ces joueurs sont formés dans des académies locales à une fraction infime du coût de leur formation en Europe.

Le coût de formation d'un joueur en Afrique peut être estimé à quelques milliers d'euros par an. Le coût d'un joueur dans un centre de formation européen peut atteindre plusieurs centaines de milliers d'euros par an.

Lorsque ces joueurs sont vendus, l'Afrique ne vend pas un produit fini ; elle vend du « brut ».

Sud : Coût de formation = 5 000 € / an

Nord : Coût de formation = 200 000 €+ / an



L'Afrique assume tous les risques et tous les coûts de la phase la plus critique : l'identification, la socialisation et le développement de base.

L'Europe intervient à la fin du processus, ajoute la touche finale de l'entraînement et de l'exposition médiatique, puis vend le joueur à un prix exponentiel.

Nous exportons les graines et importons les jardins entiers.



**L'AFRIQUE ASSUME TOUS LES RISQUES
ET TOUS LES COÛTS DE LA PHASE
LA PLUS CRITIQUE, MAIS CAPTURE
LA MOINDRE PARTIE DE LA VALEUR.**

2.4 LES DONNÉES COMME QUATRIÈME FACTEUR DE PRODUCTION : POURQUOI LE CAPITAL NE VIENT PAS

Depuis la révolution industrielle, les économistes s'accordent sur trois facteurs de production essentiels : la terre, le travail et le capital. Au XXI^e siècle, une nouvelle économie a émergé, fondée sur les données.

Les données sont la terre de l'économie moderne. Le travail est l'engagement des fans et des athlètes. Le capital est l'argent des investisseurs. Sans terre, aucun des autres facteurs ne peut produire de récolte.

Les données sportives répondent à la même logique. Sans données, le travail des athlètes (la prestation sur le terrain) et l'argent des investisseurs ne peuvent s'unir pour générer une valeur durable.

Les investisseurs institutionnels et les grandes marques opèrent selon un principe fondamental : la réduction des risques. Ils ne parient pas sur la passion ; ils investissent dans des actifs prévisibles et traçables. Pour investir 100 millions d'euros dans une ligue ou un club africain, un fonds d'investissement exige des projections.

Ces projections dépendent entièrement de la qualité des données.

Un investisseur demandera : « Quel est votre taux de rétention des spectateurs ? Quel est le profil démographique de votre audience ? Combien vaut votre inventaire numérique ? Quelle est la valeur à vie de votre fan ? ». Si l'organisation ne peut pas fournir ces chiffres avec précision, la réponse de l'investisseur est immédiate : trop risqué.

C'est pourquoi les investisseurs se tournent vers d'autres marchés émergents, même plus petits, où les données sont disponibles.

LES DONNÉES : LE 4^e FACTEUR DE PRODUCTION



TERRE
LES DONNÉES



TRAVAIL
L'ENGAGEMENT
DES FANS ET
DES ATHLÈTES



CAPITAL
L'ARGENT DES
INVESTISSEURS



PRODUCTION
VALEUR
DURABLE



Sans données, le travail et le capital ne peuvent s'unir pour générer une **valeur durable**.

Ils iront au Vietnam, en Indonésie ou au Canada, où les systèmes de billetterie et de diffusion numérique permettent de mesurer la demande réelle.

L'écart n'est donc pas lié à la stabilité politique ou à la taille du marché ; il est lié à l'asymétrie de l'information.

L'organisation africaine possède le produit (le match, le joueur, la passion), mais l'investisseur ne peut pas vérifier la qualité du produit sans les données. L'organisation est forcée de vendre à bas prix parce qu'elle ne peut pas prouver son véritable prix.

L'absence de données ne se limite pas au marketing ; elle affecte l'efficacité opérationnelle.

Sans données de performance (analyses, GPS, suivi de la charge d'entraînement), les clubs africains gaspillent leurs ressources. Ils ne savent pas quels joueurs risquent d'être blessés, quel entraînement maximise la performance ou quel recrutement offre le meilleur rendement.

Ils sont aveugles dans leur gestion quotidienne, perdant des matches, des titres et de l'argent à cause d'une inefficacité que les données pourraient avoir prévenue.

Les données transforment les « centres de coûts » en centres de profit. Un stade sans données n'est qu'un bâtiment. Un stade avec des données est une plateforme commerciale. Un athlète sans données est un talent brut. Un athlète avec des données est un actif financier.

“

Les investisseurs ne parient pas sur la passion ;
ils investissent dans des actifs
prévisibles et traçables.



Sans données, l'Afrique n'a pas d'actif.
Sans actif, il n'y a pas de capital.
Sans capital, il n'y a pas d'avenir.

2.5 LE BLOCUS DE L'INVESTISSEMENT : POURQUOI LE SPORT AFRICAIN EST JUGÉ « NON BANCABLE »

Lorsque les investisseurs internationaux évaluent une opportunité, ils cherchent des signaux de réduction des risques.

En Europe ou en Amérique du Nord, ces signaux sont abondants : données d'audience vérifiées, projections financières historiques, notations de crédit et cadres juridiques solides.

En Afrique, ces signaux sont absents. Ce n'est pas parce que les investisseurs ignorent le potentiel ; c'est parce que leur méthodologie leur interdit d'investir lorsque les risques sont élevés et les données incomplètes.

Pour un fonds d'investissement ou une banque de développement, le sport africain est un « marché frontière » avec un risque informationnel élevé.

Le risque informationnel signifie qu'ils ne peuvent pas valider leurs hypothèses. Si un investisseur ne peut pas valider ses hypothèses, il ne peut pas modéliser le rendement. S'il ne peut pas modéliser le rendement, il ne peut pas obtenir l'approbation de son comité d'investissement.

Les données ne sont donc pas seulement une question opérationnelle ; elles sont la clé qui ouvre (ou ferme) l'accès au capital institutionnel.

Les institutions financières mondiales ne misent pas sur l'espoir. Elles misent sur les modèles.

Le sport africain ne dispose pas des données nécessaires pour satisfaire à ces modèles.

LES INVESTISSEURS CHERCHENT DES SIGNAUX, PAS DES PROMESSES.



Données d'audience
vérifiées



Projections financières
historiques



Notations de crédit



Cadres juridiques solides



**SANS CES SIGNAUX,
LE SPORT AFRICAIN RESTE « NON BANCABLE ».**

Le résultat est un cycle de sous-investissement auto-entretenu : pas de données, donc pas d'investissement ; pas d'investissement, donc pas d'infrastructure ; pas d'infrastructure, donc pas de collecte de données.

Ce cycle doit être brisé intentionnellement.

L'Afrique ne peut pas se permettre de continuer à ignorer l'économie des données. À chaque transfert non documenté, chaque fan non mesuré et chaque match non suivi, l'Afrique cède du terrain.

Le coût de cette cécité n'est pas abstrait.

Il se mesure en stades qui ne sont pas construits, en emplois qui ne sont pas créés et en générations de talents dont le plein potentiel reste inexploité.

LE CYCLE DU SOUS-INVESTISSEMENT



PAS DE DONNÉES



PAS
D'INVESTISSEMENT



PAS
D'INFRASTRUCTURE



TOUJOURS PAS
DE DONNÉES

Ce cycle ne se brisera pas de lui-même.
Il doit être brisé intentionnellement.

CONCLUSION DU CHAPITRE 2

Le talent africain n'est pas invisible.

Ce qui est invisible, ce sont les systèmes qui devraient le rendre visible.

L'Afrique n'a pas un problème de talent.
Elle a un problème de documentation.

Et tant que ce problème persistera, l'athlète africain restera invisible — pour les investisseurs, pour les sponsors et pour l'économie mondiale.



**RENDRE VISIBLE
L'ATHLÈTE AFRICAIN,
C'EST CHANGER SON DESTIN.**

LE PODCAST DE JOJO

LE FOOTBALL AFRICAIN
SANS FILTRE

Joseph Antoine Bell

**kobo
sport**



ANALYSES SANS FILTRE



REGARDS D'AFRIQUE



PASSION & ENGAGEMENT



KOBO SPORT

LE CAMPUS QUI VEUT CHANGER LE SPORT EN AFRIQUE CENTRALE



Comment Kobo Sport veut transformer le talent brut de l'Afrique centrale en une industrie sportive structurée

Depuis des décennies, l'Afrique centrale exporte des athlètes tout en important des systèmes. Kobo Sport veut croire que le continent peut faire mieux. Sur un campus de 12 hectares à Kinshasa, le projet ambitionne de combiner sport de haut niveau, éducation, santé, technologie et hospitalité dans un écosystème unique conçu pour retenir davantage de valeur à la maison.

UN PROJET NÉ DE LA NÉCESSITÉ

Certains projets naissent d'études de marché. D'autres naissent d'une frustration. Kobo Sport appartient à la deuxième catégorie.

Après des années d'observation du gaspillage systématique des talents sportifs africains, ses fondateurs sont arrivés à une conclusion simple : le continent ne souffre pas d'un manque d'athlètes. Il souffre d'un manque de structures.

L'ambition est donc plus grande que la construction d'une simple académie. L'ambition est de bâtir un écosystème.

Situé à Kinshasa, en République démocratique du Congo, Kobo Sport développe un campus sportif intégré de 12 hectares conçu pour relier la formation des talents, l'éducation, la santé, la technologie et les affaires.

L'objectif est clair : transformer l'un des bassins de talents les plus riches au monde en une économie sportive durable.



KOBO SPORT EN CHIFFRES



12
HECTARES

Un campus
intégré au cœur
de Kinshasa



2
DISCIPLINES
PHARES

Football
et basketball



5
PILIERS
COMPLÉMENTAIRES

Sport – Éducation –
Santé – Technologie –
Hospitalité



100%
VISION LOCALE

Créer de la valeur,
des emplois et des
opportunités sur
le continent



1
AMBITION

Devenir le campus
sportif de référence
en Afrique centrale

LE PARADOXE DE L'AFRIQUE CENTRALE

L'Afrique centrale possède l'une des populations les plus jeunes au monde. La région produit des footballeurs, des basketteurs et des athlètes d'une qualité exceptionnelle. Pourtant, les infrastructures qui les entourent restent souvent fragiles.



UNE POPULATION JEUNE ET UN TALENT NATUREL

La région bénéficie d'un potentiel humain immense. Les terrains de quartier révèlent chaque jour des talents bruts capables de rivaliser au plus haut niveau.



DES INFRASTRUCTURES INSUFFISANTES

Les académies résidentielles sont rares. Les terrains d'entraînement sont souvent vétustes. L'accès aux équipements modernes reste limité.



UN ACCÈS LIMITÉ À LA SANTÉ SPORTIVE

La médecine du sport, la physiothérapie et la prévention des blessures ne sont pas encore suffisamment développées. Les athlètes évoluent sans suivi adapté.



UN ACCOMPAGNEMENT SCOLAIRE IRRÉGULIER

La scolarité des jeunes sportifs manque de continuité. Le modèle sport-études reste l'exception plutôt que la norme.



DES CARRIÈRES DÉPENDANTES DES INTERMÉDIAIRES

La planification de carrière dépend souvent d'agents ou d'intermédiaires. Les opportunités reposent sur des réseaux, non sur des institutions.

“

Le modèle dominant repose souvent sur l'espoir d'un transfert plutôt que sur la construction systématique d'une carrière.

Kobo Sport propose une autre approche.
Plutôt que de se concentrer uniquement sur la formation technique, nous organisons toute la chaîne de valeur.



LE PROBLÈME AUJOURD'HUI



PARCOURS INFORMELS

Beaucoup de jeunes évoluent sans cadre structuré ni suivi institutionnel.



FAIBLE MÉDICALISATION

La médecine du sport et la prévention des blessures sont sous-développées.



PEU D'ACADÉMIES RÉSIDENTIELLES

L'offre d'internats et de centres de formation de qualité est limitée.



ACCOMPAGNEMENT SCOLAIRE IRRÉGULIER

La scolarité des jeunes sportifs manque de continuité.



CARRIÈRES DÉPENDANTES DES INTERMÉDIAIRES

Les opportunités dépendent d'agents et de réseaux, plutôt que d'institutions.

En organisant l'ensemble de la chaîne de valeur, Kobo Sport ambitionne de transformer le potentiel de la région en une **industrie sportive durable et compétitive.**

CONSTRUIRE UN ÉCOSYSTÈME

Plutôt que de se concentrer uniquement sur la formation technique, Kobo Sport veut organiser l'ensemble de la chaîne de valeur qui entoure le talent et crée de la valeur.

LES CINQ PILIERS DE KOBO SPORT



01

SPORT DE HAUT NIVEAU

Des infrastructures de football et de basketball conçues selon les standards internationaux pour développer des athlètes capables de performer au plus haut niveau.



02

ÉDUCATION ET FORMATION PROFESSIONNELLE

Un modèle sport-études pour offrir aux jeunes athlètes une formation académique et professionnelle solide, préparant leur avenir au-delà du terrain.



03

SANTÉ ET PERFORMANCE

Médecine du sport, physiothérapie, nutrition et sciences de la performance intégrées au quotidien pour prévenir les blessures et optimiser le potentiel de chaque athlète.



04

TECHNOLOGIE ET DONNÉES

Suivi digital, analyses de performance et documentation des athlètes pour améliorer la visibilité, la prise de décision et la valeur à long terme.



05

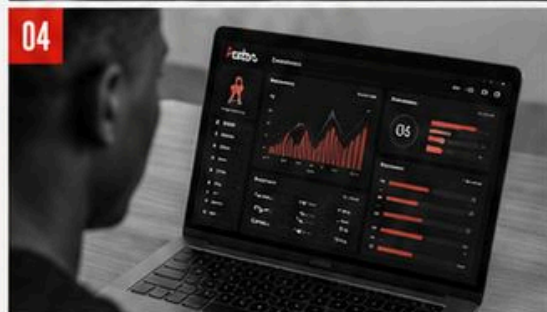
HOSPITALITÉ ET ÉCONOMIE DU SPORT

Des installations capables d'accueillir des compétitions, des événements d'entreprise et des équipes visiteuses, tout en générant des revenus récurrents pour soutenir l'écosystème.

“

NOTRE PHILOSOPHIE EST SIMPLE :

Le sport ne commence pas lorsque l'athlète entre sur le terrain.
Il commence bien avant.



PLUS QU'UNE ACADÉMIE

De nombreuses académies mesurent leur succès au nombre de transferts. Kobo Sport mesure le succès à la capacité de construire un écosystème durable.

Notre modèle intégré vise à réduire la dépendance à une seule source de revenus en combinant plusieurs activités complémentaires qui se renforcent mutuellement.

Cette diversification crée une entreprise plus résiliente et contribue au développement d'une économie sportive locale solide.



DES SOURCES DE REVENUS DIVERSIFIÉES



DÉVELOPPEMENT DES ATHLÈTES

Formation sportive de haut niveau et accompagnement complet des athlètes vers la performance et la carrière.



ÉDUCATION

Programmes scolaires et professionnels pour préparer les jeunes à une vie réussie au-delà du sport.



SERVICES MÉDICAUX

Soins, rééducation, prévention et suivi médical pour soutenir la santé et la longévité des athlètes.



ÉVÉNEMENTIEL

Organisation de tournois, de compétitions et d'événements sportifs générateurs de revenus récurrents.



HOSPITALITÉ

Hébergement, restauration et services d'accueil pour équipes, visiteurs et partenaires.



TECHNOLOGIE

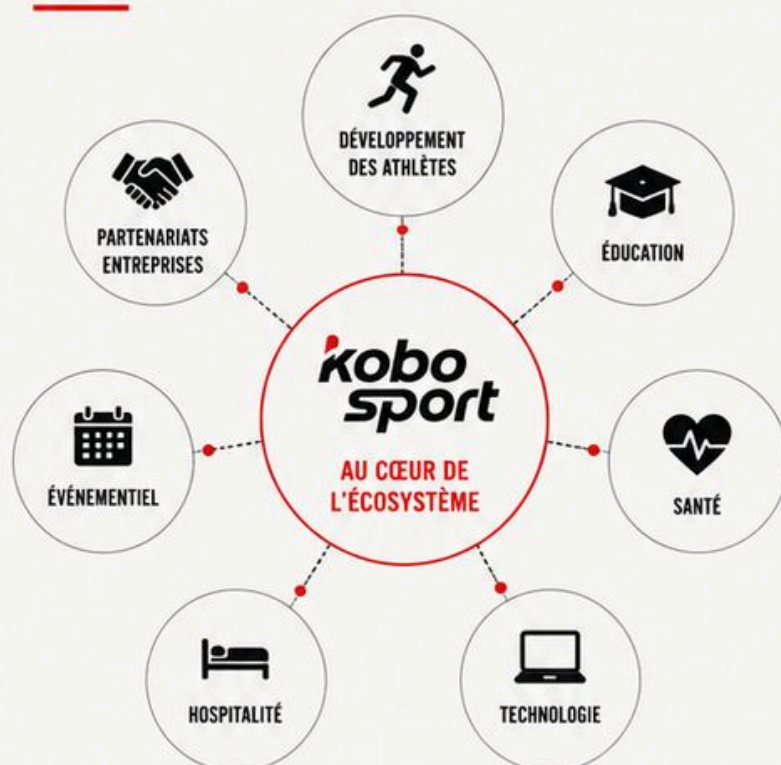
Solutions digitales, outils d'analyse et innovation au service de la performance et de la visibilité.



PARTENARIATS ENTREPRISES

Collaborations stratégiques avec des marques et institutions pour co-crée de la valeur.

L'ÉCOSYSTÈME KOBO SPORT



NOTRE AMBITION

Créer un modèle économique robuste, capable de générer de la valeur à chaque étape de la chaîne, tout en ayant un **impact positif et durable sur la société.**

POURQUOI KINSHASA ?

Peu de villes réunissent les caractéristiques démographiques et sportives de Kinshasa.

Au cœur de l'Afrique centrale, la capitale de la République démocratique du Congo offre un potentiel unique pour bâtir un écosystème sportif de classe mondiale.



UNE DES PLUS GRANDES VILLES D'AFRIQUE

Avec plus de 15 millions d'habitants dans son aire métropolitaine, Kinshasa est un marché naturel immense et en pleine croissance.



PREMIÈRE MÉTROPOLÉ FRANCOPHONE DU MONDE

Un carrefour linguistique, culturel et économique incontournable pour connecter les talents africains aux opportunités internationales.



UN RÉSERVOIR EXCEPTIONNEL DE TALENTS

Le football, le basketball et l'athlétisme y occupent une place centrale dans la culture populaire, révélant chaque année des talents de haut potentiel.



PORTE D'ENTRÉE STRATÉGIQUE DE L'AFRIQUE CENTRALE

Kinshasa est idéalement située pour rayonner sur toute la région et devenir un hub sportif majeur reliant l'Afrique au reste du monde.

“

Pour Kobo Sport, la localisation n'est pas une simple question de géographie. C'est une question de stratégie.

”

Les fondateurs croient que la ville peut devenir un hub régional connectant les talents africains aux opportunités mondiales, tout en créant **davantage de valeur sur place**.



KOBO SPORT EN CHIFFRES



LOCALISATION

Kinshasa, RDC



CAMPUS

12 hectares



PHILOSOPHIE

Sport + Éducation + Santé
+ Technologie + Business



MISSION

Transformer le talent brut
en valeur économique durable



VISION À LONG TERME

Devenir l'écosystème sportif intégré
de référence en Afrique centrale

LE PROCHAIN DÉFI

DATA, INSTITUTIONS ET L'AVENIR DU FOOTBALL AFRICAIN

UNE ANALYSE PROSPECTIVE.

“ L'avenir du football africain ne se jouera peut-être pas sur le terrain. Il se jouera peut-être dans les bases de données.

Depuis des décennies, l'Afrique aborde le football principalement comme une activité sportive. Le reste du monde le traite de plus en plus comme un business de l'information.

Les clubs modernes ne se contentent plus de recruter des joueurs. Ils collectent des données. Ils cartographient leurs audiences. Ils documentent les performances. Ils monétisent leurs communautés numériques. Ils transforment l'information en valeur financière.



L'Afrique excelle encore dans la production de footballeurs.



Mais elle peine souvent à les documenter.



Comme le montre *L'Athlète invisible*, ce déficit a un coût économique considérable : des millions d'euros de compensation de formation peuvent devenir irrécupérables lorsque les historiques des joueurs sont incomplets.



Des clubs avec des bases de supporters énormes restent sous-valorisés commercialement parce que ces audiences ne sont que partiellement mesurées.



Les investisseurs hésitent, car des systèmes informels produisent des rendements incertains.

L'ironie est que l'Afrique possède peut-être déjà l'un des plus grands avantages comparatifs du football : une population jeune et un réservoir de talents exceptionnel.

CE QUI MANQUE : L'INFRASTRUCTURE



Infrastructure administrative



Infrastructure digitale



Infrastructure institutionnelle



Pas seulement des stades



Les pays qui domineront le football africain dans la prochaine décennie ne seront peut-être pas uniquement ceux qui produisent les meilleurs joueurs. Ce seront peut-être ceux qui construisent les meilleurs systèmes autour d'eux.



Les investissements à long terme du Maroc en amont de la Coupe du Monde de la FIFA 2030 montrent comment le football peut devenir un levier stratégique plus large pour l'économie et l'infrastructure.

(Reuters)

LA LEÇON VA AU-DELÀ D'UN PAYS.

Le football africain n'a pas besoin d'imiter l'Europe. Mais il doit devenir plus visible.



UN JOUEUR AVEC UN HISTORIQUE VÉRIFIÉ est plus facile à protéger.



UN CLUB AVEC DES SUPPORTERS MESURABLES est plus facile à sponsoriser.



UNE LIGUE AVEC DES DONNÉES FIABLES est plus facile à diffuser.



UN SECTEUR SPORTIF AVEC DES ACTIFS DOCUMENTÉS est plus facile à financer.



DES DONNÉES CLAIRES, C'EST PLUS DE VALEUR, DE CONFIANCE ET D'OPPORTUNITÉS.

“ La prochaine frontière ne consiste pas à découvrir plus de talents. Le monde sait déjà que l'Afrique en regorge. ”

Le prochain avantage compétitif de l'Afrique ne sera peut-être pas la découverte de nouveaux talents, mais la construction de systèmes capables de les protéger et de les valoriser.

L'ESSENTIEL

Les tendances. Les décisions. Les mouvements. Ce qu'il faut savoir.

01 LE MAROC FAIT DU FOOTBALL UNE CAUSE NATIONALE



Alors que le football mondial se projette au-delà de la Coupe du Monde de la FIFA 2026, le Maroc accélère ses préparatifs pour le tournoi de 2030 qu'il coorganiserait avec l'Espagne et le Portugal. Les investissements dans les aéroports, les réseaux de transport et les infrastructures sportives suggèrent que le football est traité comme un projet de développement économique plutôt que comme un simple événement sportif.

Cette approche est de plus en plus perçue à travers l'Afrique comme un modèle potentiel pour lier le football au tourisme, à l'investissement et à l'image de marque nationale.

02 LA COUPE DU MONDE À 48 CHANGE L'ÉQUATION COMMERCIALE



L'expansion de la Coupe du Monde de la FIFA a fait passer le nombre de places de qualification directe de l'Afrique de cinq à neuf, avec une opportunité supplémentaire de barrage intercontinental.

Plus d'équipes africaines sur la plus grande scène du football mondial signifie une plus grande visibilité commerciale, davantage d'opportunités de parrainage et des marchés potentiellement plus vastes pour les diffuseurs et les investisseurs.

Le défi consiste désormais à transformer l'exposition médiatique du tournoi en une croissance institutionnelle durable.

03 LA NOUVELLE CARTOGRAPHIE DU FOOTBALL DE CLUBS EN AFRIQUE



La Ligue des Champions et la Coupe de la Confédération de la CAF 2025-26 ont une fois de plus démontré la diversité géographique croissante de l'élite du football africain.

Les clubs d'Afrique australe, du Nord et de l'Est continuent de renforcer leurs ambitions compétitives et commerciales, tandis que des affluences plus importantes et l'amélioration des standards de production rehaussent progressivement le profil des compétitions continentales.

Le prochain défi sera de transformer cette dynamique sportive en droits médiatiques plus conséquents à long terme.

04 LA COURSE AUX INFRASTRUCTURES EST LANCÉE



À travers le continent, les gouvernements investissent de plus en plus dans les stades, les centres d'entraînement et les réseaux de transport liés aux grands événements sportifs.

Les préparatifs du Maroc pour la CAN et la Coupe du Monde 2030 illustrent une tendance plus large : l'infrastructure footballistique est de plus en plus considérée comme faisant partie intégrante du développement urbain et de la politique économique.

Le fait que ces investissements génèrent des rendements à long terme dépendra de l'efficacité de leur intégration dans les écosystèmes locaux du football.



L'Afrique du football bouge. Les enjeux s'élargissent.

Kobo Sport Magazine reste à l'écoute et engagé aux côtés de ceux qui construisent l'avenir.

À PROPOS DE NOUS

CONSTRUIRE L'AVENIR DU SPORT EN AFRIQUE.

Kobo Sport est un écosystème sportif intégré basé en Afrique centrale et animé par une mission : **transformer le talent africain en valeur économique durable et en impact global.**

Fondé à Kinshasa, en République démocratique du Congo, Kobo Sport développe des infrastructures de classe mondiale, des académies d'élite, des services de performance sportive, des médias, des événements et des programmes éducatifs.

Nous croyons en l'Afrique. Nous investissons dans les personnes. Nous construisons pour les générations futures.

NOS CO-FONDATEURS



SIDONIE LATÈRE

Co-fondatrice

Fondatrice de Kobo Hub.
15+ ans de management organisationnel en RDC.
Expérience avérée dans le suivi des projets et le pilotage d'équipes multidisciplinaires.



ANDRÉ-MICHEL ESSOUNGOU

Co-fondateur

Co-fondateur de G4d4t Sports Tech
Journaliste d'investigation et conseiller E&N-U.N.
Master en Management du Football, Johan Cruyff Institute (Barcelone). Auteur publié sur le football, l'Afrique et les données.

MÉDIA, CONTENU ET ÉDUCATION : AU CŒUR DE L'ÉCOSYSTÈME KOBO SPORT

Informar, inspirer et autonomiser la prochaine génération de professionnels et de leaders du sport.
Kobo Sport développe des médias et des contenus éducatifs premium.

FOOTBALL BUSINESS AFRICA



FOOTBALL BUSINESS MAGAZINE AFRICA

Le magazine de référence dédié à l'économie du football en Afrique. Analyses. Données. Décryptages. Solutions.



KOBO SPORT PODCAST

Des conversations avec des leaders, des innovateurs et des acteurs du changement qui façonnent l'avenir du sport en Afrique et dans le monde.

LE PODCAST DE JOJO



Le Podcast de Jojo propose des analyses, des échanges francs, des éclairages terrain et des conseils pratiques pour les sportifs, les clubs et les entrepreneurs.

L'ÉDUCATION EST AU CŒUR DE NOTRE MISSION

Nous formons la prochaine génération de professionnels grâce à des connaissances, des outils et des certifications pour élever les standards, créer des opportunités et stimuler la durabilité du sport africain.



ÉLEVER LES STANDARDS

Professionaliser l'industrie du sport grâce à des formations et certifications de qualité.



CRÉER DES OPPORTUNITÉS

Ouvrir des portes aux jeunes talents et aux futurs leaders du sport.



FAVORISER LA DURABILITÉ

Construire des organisations sportives éthiques, solides et financièrement résilientes.



COURS AGENT FIFA

Notre programme officiel de formation en ligne prépare les candidats à l'Examen d'Agent FIFA 2026. Pratique. Complet. Conforme.

- ✓ Guide d'étude complet
- ✓ +400 questions pratiques
- ✓ Mises à jour réglementaires
- ✓ Études de cas réelles
- ✓ Ressources bilingues
- ✓ Accès en ligne, à tout moment
- ✓ Support d'experts

UN ÉCOSYSTÈME. UNE VISION. UN IMPACT SANS LIMITES.



ACADÉMIES &
INFRASTRUCTURE



SANTÉ &
PERFORMANCE



HOSPITALITÉ &
ÉVÉNEMENTS



ÉDUCATION &
CONTENU



PARTENARIATS MONDIAUX
& IMPACT

Kobo Sport. Construisons ensemble l'avenir du sport africain.

NOUVEAUTÉ

LA TACTIQUE EN FOOTBALL

**COMPRENDRE LE JEU.
CONSTRUIRE LA PERFORMANCE.**

Un manuel pratique et complet
pour analyser le jeu, élaborer
des stratégies efficaces
et développer l'intelligence
tactique à tous les niveaux.



PRATIQUE

Des situations concrètes
et des exercices
applicables sur le terrain.



ANALYTIQUE

Des clés de lecture
pour comprendre
l'organisation du jeu.



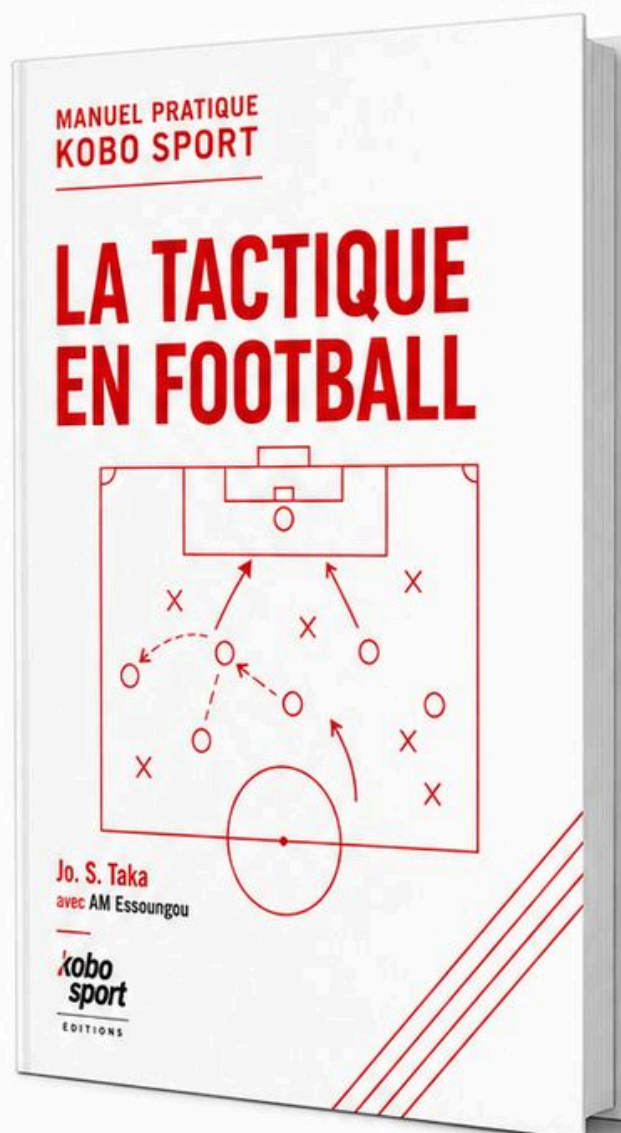
PÉDAGOGIQUE

Des principes clairs
pour former et faire
progresser.



POUR TOUS

Entraîneurs, éducateurs,
joueurs et passionnés
de football.



DISPONIBLE LE
15 SEPTEMBRE

EN LIBRAIRIE
ET SUR
kobosport.com



“ « La tactique n'est pas une formule.
C'est une façon de penser le jeu
pour mieux le maîtriser. » ”

Jo. S. Taka
Entraîneur et formateur

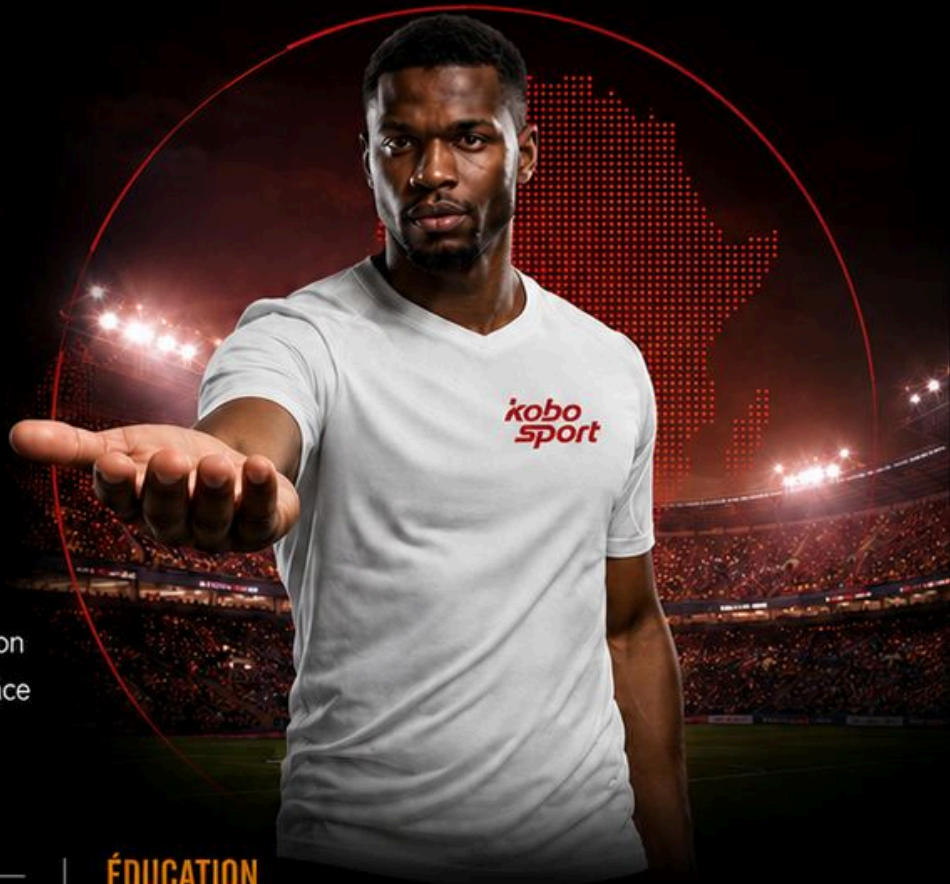
AM Essoungou
Auteur et entrepreneur

**kobo
sport**
ÉDITIONS

CONSTRUIRE L'AVENIR DU FOOTBALL EN AFRIQUE.

Football Business Africa fait partie de l'écosystème **Kobo Sport**.

Ensemble, nous informons, inspirons et donnons les moyens à la prochaine génération de professionnels et de leaders du sport grâce à des médias, à l'éducation et à des infrastructures de classe mondiale.



MÉDIAS & CONTENU



FOOTBALL BUSINESS AFRICA

Le magazine de référence dédié à l'économie du football en Afrique. Analyses. Données. Décryptages. Solutions.



KOBO SPORT PODCAST

Des conversations avec des leaders, des innovateurs et des acteurs du changement qui façonnent l'avenir du sport en Afrique et dans le monde.



LE PODCAST DE JOJO

Des analyses de terrain et des conseils pratiques pour les agents, les clubs, les athlètes et les entrepreneurs.

ÉDUCATION



COURS AGENT FIFA

Le programme de formation en ligne officiel pour préparer les candidats à l'Examen d'Agent FIFA 2026. Pratique. Complet. Conforme.

- ✓ Guide d'étude complet
- ✓ +400 questions pratiques
- ✓ Mises à jour réglementaires
- ✓ Études de cas réelles
- ✓ Ressources bilingues
- ✓ Accès en ligne, à tout moment
- ✓ Support d'experts

INFRASTRUCTURE

Le campus Kobo Sport est un hub de classe mondiale à Kinshasa, RDC, conçu pour révéler les talents, favoriser le développement et créer un impact durable.



12 HA

DE TERRAIN TITRÉ
À KINSHASA



**INSTALLATIONS
AUX NORMES
FIFA**



120

JOUEURS ACADEMIE
PROGRAMME RÉSIDENTIEL

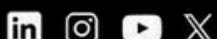


PASSERELLE

VERS L'EUROPE
TRANSFERT &
ACCOMPAGNEMENT

UN ÉCOSYSTÈME. UNE VISION. UN IMPACT SANS LIMITES.

SUIVEZ NOTRE AVENTURE



www.kobosport.com

