

# Rallye-Dakar : l'entreprise de la honte

Didier Pagès

---

Cette année encore le Rallye-Dakar a révélé sa vraie nature de course à la mort. En trois jours, sur les pistes d'Afrique de l'ouest, deux motards, deux suiveurs et une petite sénégalaise de cinq ans ont été tués dans et par cette folie qui consiste à traverser par des pistes de terre, de sable et de cailloux et cela à 180km/heure, un continent où la majorité de la population manque de tout. Cette nouvelle édition meurtrière est ici l'occasion de revenir sur l'indécence d'une entreprise qui s'étale chaque hiver au cœur de l'Afrique comme une immense caravane publicitaire dont le but est de vendre toujours plus de « 4x4 » pour « l'aventure urbaine », accessoirement de vendre le Sénégal comme destination touristique, le tout en affichant chaque jour à heure fixe à la télévision le rituel du héros occidental conquérant du monde et la domination technologique implacable du Nord sur le Sud. Chaque année, à la télévision, à la radio et dans la presse, il se trouve des journalistes pour tenter de nous convaincre des bienfaits du Rallye-Dakar pour les pays traversés, et de nous convaincre que là est bien l'aventure moderne, celle qui est capable de déplacer toute la logistique de l'entreprise au cœur du désert. Les déserts et les villages traversés deviennent ainsi le décor d'un immense spot publicitaire qui néantise l'Afrique en prétendant l'exalter.

Depuis vingt cinq ans ce « Rallye de la honte » tient une place particulière dans le monde du sport, car c'est bien de sport dont il faut parler, nous y reviendrons. D'abord il se déroule à une période, au tout début de l'année, où de nombreuses compétitions sportives sont en sommeil au creux de l'hiver, ce qui lui confère une visibilité médiatique maximum dans les programmes sportifs télévisés. La valeur sans arrêt mise en avant par les commentateurs et les participants est celle du « dépassement de soi » (au-delà du « je », au-delà du jeu...) dans des traversées de déserts et de villages où les habitants sont ravalés au rang de décor. Parfois les choses se terminent dans le décor et en vingt cinq années, une quarantaine de personnes (concurrents et habitants des pays traversés) ont laissé la vie dans ce dépassement de soi. À cet hédonisme occidental meurtrier il faut ajouter une autre dimension qui est celle de l'entreprise au sens le plus libéral du terme et qui ne tient pas au seul fait que nous sommes ici dans un sport mécanique qui met en jeu des firmes automobiles ou de motos. Ces sports mécaniques mettent en effet en avant des marques et des hommes et si le Rallye-Dakar, comme toutes ces compétitions automobiles, comporte deux classements : un des hommes et un des marques, il convient de regarder comment ce rallye, le plus médiatisé du monde, développe une constante imagerie de l'entreprise qui va de la PME au grand trust du capitalisme mondialisé. Le classement des hommes constitue la valeur d'usage, il forge la légende au profit d'une valeur d'échange rythmée par les classements des différentes marques d'automobiles, de motos ou de camions. En ce sens, le Rallye-Dakar de par sa forme, sa dénomination, sa localisation et son âge est devenu un étendard tristement incontesté de la mondialisation néo-libérale<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Il ne s'agit pas ici d'opposer mondialisation néo-libérale à mondialisation du Capital. Par mondialisation néo-libérale, j'entends la modification occidentale de la forme de convocation de la force de travail dans le processus d'accumulation capitaliste. Je reprends à mon compte l'hypothèse d'une entreprise néo-libérale qui succéderait à l'entreprise des « trente glorieuses » exposée par Thomas Coutrot dans *L'Entreprise néo-libérale, nouvelle utopie capitaliste ?*, Paris, La Découverte, 1998.

## Le Rallye-Dakar est une compétition sportive

Même si une partie de son succès médiatique fut au départ assuré par la présence dans sa horde de membres du show-biz ou du cinéma, même si cette chose peut apparaître de ce fait comme un mélange de Club-Med itinérant, de pèlerinage boy-scout et de virée d'anciens combattants en mal d'activités viriles, il s'agit bien d'une compétition sportive et les quelques « stars » qui ont participé à l'aventure ces dernières années n'étaient convoquées que pour redonner de l'audimat à l'affaire.

Ce rallye est une véritable compétition sportive répertoriée dans le calendrier sportif de l'année, une compétition sportive avec ses classements divers et variés, ses règlements complexes, ses pénalités, sa « noble incertitude du sport » (en 89, le vainqueur a été tiré à pile ou face), son audimat, ses sponsors, ses légendes, ses héros, ses retombées économiques pour les constructeurs (+ 67 % de ventes pour le modèle Lada Niva en 1983), sa page quotidienne dans *L'Équipe* pendant trois semaines, ses journalistes spécialisés. Quant aux concurrents qui meurent en route, les plus connus aident à construire la légende, la mort se fait ainsi valeur d'usage, comme la chute, la souffrance ou la mort dans le Tour de France cycliste. Ce rallye qui a fait autant de morts que les affrontements entre supporters de Turin et de Liverpool en mai 85 au stade du Heysel à Bruxelles prouve en cela qu'il est une épreuve sportive comme une autre, qu'il est régi par les mêmes règles et les mêmes rituels.

Le Rallye-Dakar c'est la « liberté d'excès ». C'est ainsi que Coubertin lui-même définissait la compétition sportive. Le Paris-Dakar est une compétition sportive qui a été inventée et mise à cette place au début du mois de janvier parce qu'à cette période le calendrier sportif avait un blanc... le football faisait relâche, il fallait combler ce manque à gagner.

Avec le Rallye-Dakar, nous sommes face à un concentré de ce dont cette « liberté d'excès » est capable. Avec le Rallye-Dakar, nous avons immédiatement sous les yeux la contradiction majeure que constitue ce festival d'arrogances jeté à la face du Tiers-monde famélique. « *Le lendemain, des enfants qui ont pu entrer au bivouac ramassent les restes du petit-déjeuner* » (extrait d'un article paru dans le journal *La Croix* en janvier 2004). Par le Rallye-Dakar, le sport devient l'expression concentrée et caricaturale des rapports Nord/Sud, que cela plaise ou non... et souvent cela ne plaît pas. En 1984, un journaliste ivoirien du quotidien *Fraternité Matin* avait qualifié le rallye de « *dernier refuge pour les nostalgiques de Lawrence d'Arabie ou de l'Africa Korps* », aujourd'hui les journalistes africains qui couvrent l'intégralité de la course (deux en 2004) sont invités par Amaury Sport Organisation (ASO) qui paye leurs déplacements. « *À l'origine, chez nous, peut être que des gens ont été contre. Maintenant personne ne dit plus rien* » déclare un des deux journalistes invités... C'est mieux ainsi, il n'y a pas de contestations là-bas donc elle est illégitime ici. L'empressement mis par les organisateurs, les pouvoirs publics, les journalistes sportifs, les gouvernements des pays traversés et toutes les institutions nationales et internationales du sport à taire les oppositions et les drames liés à cette épreuve montre une réalité difficile à défendre. De ce fait le discours du Rallye-Dakar sur lui-même est très souvent un discours d'autolégitimation et de défense face à une opposition pourtant niée.

## Le Rallye-Dakar et l'autolégitimation de la mort au tournant

La manière dont est diffusée l'information sur les accidents dans ce rallye, notamment par un journal comme *L'Équipe*, participe de la stratégie de blanchiment des organisateurs et de leur rallye.

**Mardi 11 janvier**, *L'Équipe* annonce sur 1/8<sup>e</sup> de page la mort du motard espagnol José Manuel Perez. Ce garçon est mort le 10 janvier des suites d'une chute survenue le 6 janvier. Gravement blessé à l'abdomen, il avait été opéré sur place avant d'être transféré en Espagne où il est décédé. Il faisait partie de ces jeunes patrons de PME, célébrités locales, qui se payent avec quelques sponsors « l'aventure » du Dakar. Dans le milieu sportif on appelle cela un « amateur », il paye cher pour être là (environ 30 000 euros) et bénéficie d'une assistance mécanique moyenne au regard des pilotes « d'usine » qui eux se déplacent avec une armada de camions, de matériel et de mécaniciens. Un autre de ces fondus de la vitesse explique après ce décès : « *On fait une discipline hyper dangereuse, on le sait. À chaque fois, on part tendu le matin car on ne sait pas si on va arriver le soir. C'est très dur à vivre, mais c'est l'appel du désert* » (*L'Équipe*, 11 janvier 2005).

**Mercredi 12 janvier**, *L'Équipe* titre en couverture : « *Le Dakar perd un géant* ». Fabrizio Meoni, motard italien est mort la veille à la suite d'une chute. L'information couvre trois pages dans lesquelles ce pilote est montré comme « *l'esprit du Dakar* », le *self made man*, celui qui, arrivé en « amateur », avait franchi les rudes étapes pour devenir pilote d'usine et remporter deux fois l'épreuve. Un véritable passage de la

PME aux grandes firmes. Avant le départ de l'épreuve celui-ci déclarait : « *Pour nous, il y a dix mille façon de mourir. Se tuer en course, c'est la meilleure pour nous. Mais pas pour nos familles...* ». Bien sûr, on nous explique qu'il avait donné sa prime de victoire à un missionnaire pour construire une école. L'autolégitimation sur le mode de l'aide concrète au Tiers-monde est le discours favori des meutes sportives face à un opposant qui, s'il existe, est nécessairement de mauvaise foi puisqu'il n'est pas en Afrique et qu'il n'est pas dans l'aide concrète, dans la vérité de la proximité. C'est le discours du Rallye-Dakar sur lui-même, il recèle toute la grossièreté de cette véritable entreprise : l'aumône contre le droit de tuer. Et l'éditorialiste de *L'Équipe* d'en rajouter : « *Le Dakar n'est pas très raisonnable, et c'est pour cela qu'il dure et qu'il fascine, pour le plaisir du frisson, pour le flirt permanent avec le risque. S'il avait voulu une autre mort, Meoni aurait choisi une autre vie* » et le tout sous le titre biblique : « *C'était écrit* ».

**Jeudi 13 janvier**, la course s'arrête pour un jour et dans le même journal, Cyril Despres coéquipier du pilote mort l'avant-veille déclare : « *Cela ne va pas changer ma vision. Je suis un peu fataliste, mais c'est sans doute le destin [...]. Je pense qu'on aime trop ça pour arrêter. Il nous faut un peu de tranquillité et nous repartirons de plus belle* ». Au milieu de cet océan de folie religieuse, d'invocation du destin et de dépassement de soi, le doute s'installe quand même chez le directeur sportif de la firme KTM : « *Le Rallye-raïd a beaucoup apporté à KTM, il est en train de tout nous reprendre. Franchement je n'ai plus envie d'aller tous les trois mois à l'enterrement d'un de mes pilotes. Cela vaut-il la peine d'aligner des pilotes d'usine pour leur faire prendre autant de risques ?* ». En une semaine, ces quelques lignes constitueront la seule « mise en cause » du Rallye-Dakar concédée par le quotidien sportif.

**Vendredi 14 janvier**, la course a repris et *L'Équipe* signale sur quelques lignes le décès d'une fillette heurtée par un camion d'assistance. On ne saura jamais son nom, cette mort là n'est pas digne de légende. Le journal s'empresse de nous expliquer que ce camion « *se trouvait déjà au Sénégal car il avait quitté la course depuis quelques jours* ». Après déjà deux morts, il s'agit de disculper le Rallye-Dakar, ses participants et ses organisateurs. Dans ces mêmes quelques lignes on apprend que deux motards belges sont morts percutés par un camion. Comme cela fait vraiment beaucoup, *L'Équipe* en rajoute dans la mise à distance et la déresponsabilisation du Rallye : « *Par ailleurs, et en marge de l'épreuve (c'est moi qui souligne), un groupe de touristes belges qui avait loué des motos au Sénégal pour suivre un concurrent, a été impliqué dans un accident de la route, mercredi à Mboro, un camion percutant les motards affairés à réparer une crevaison. Deux ont été tués et sept ont été blessés, dont deux grièvement* ». Le même jour *Libération* écrit cependant sous le titre « *Trois morts de plus au Dakar* » : « *le rallye raid a déploré la mort de deux motards belges, figurant parmi les suiveurs de l'épreuve [...]. Une fillette est également décédée...* ».

*L'Équipe* s'emploie donc à organiser le mensonge pour réduire le triste bilan aux seuls concurrents qui ont choisi la mort comme métier. La page a pour titre « *On the road again* ». En sous-titre on peut lire : « *Après une journée de pause, les motards ont repris la course, hier, sans Meoni. L'enthousiasme du public les a réconfortés* ». Et pour en rajouter, afin que le lecteur comprenne bien que l'Afrique aime le Rallye-Dakar, le sous-titre est suivi d'une grande photo en couleur où figurent au premier plan des femmes et des enfants d'un village qui lèvent le bras au passage d'un motard qui regarde droit devant lui. À l'arrière plan on peut voir les cases du village. Le rêve est là puisque c'est *L'Équipe* qui vous le dit. *On the road again...*

**Samedi 15 janvier**, le journal *Le Monde* fait état d'une lettre du député UMP du Gard Jean Marc Roubaud à Jean-Pierre Raffarin dans laquelle il évoque entre autre « *l'interdiction pure et simple* » du rallye-raïd. Les organisateurs répondent : « *Suite à diverses déclarations faisant état de cinq morts sur le Dakar, l'organisation du rallye tient à s'élever contre l'amalgame fait entre accidents survenus lors de la compétition et des accidents de la circulation* ».

Seuls ceux qui prennent le départ chaque matin existent, ceux qui n'en sont plus n'existent plus, une conception de l'entreprise que ne renieraient pas les managers coupeurs de têtes des grandes entreprises américaines<sup>2</sup>.

Durant ses dix premières éditions, le Rallye-Dakar, souvent mis en cause par des intellectuels, des universitaires (Simone de Beauvoir, Michel Foucault, René Dumont, Haroun Tazieff, Jean-Marie Brohm...), quelques associations et même par le Pape, s'est beaucoup employé à mettre en scène sa transfiguration en « ONG sportive » pour cacher la destruction des pistes et des ponts, la réquisition des carburants, les centaines de kilos de déchets laissés sur place après chaque étape et faire oublier les morts

---

<sup>2</sup> Loïc Wacquant, « La généralisation de l'insécurité salariale en Amérique », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 115, décembre 1996.

au tournant. La distribution de pompes à eau en Afrique de l'Ouest, le tout par des vedettes de variétés et de cinéma qui venaient s'essayer au frisson du désert en compagnie d'un pilote renommé est donc devenue l'illusion créatrice de solidarités nouvelles. La présence de ces vedettes assurait l'audience à la télévision, audience qui elle-même assurait les rentrées publicitaires et cette participation montrée sur le mode de l'aventure humanitaire venait en fait légitimer le massacre sponsorisé<sup>3</sup> et tenter de rendre impossible toute critique. C'était un peu l'époque des pompes à eau du cœur et Thierry Sabine, l'organisateur de l'époque, mort durant l'édition 1986 du rallye dans un accident d'hélicoptère, n'hésitait pas dans la déclinaison entrepreneuriale de son projet : « *Je serais par exemple, patron d'une PME de province [...], je mettrais de l'argent dans le Paris-Dakar. Parce qu'en donnant de l'argent à ce concurrent pour qu'il puisse partir, je fais rêver des milliers de gens qui vont s'attacher à lui, et par-delà à ma marque.* »<sup>4</sup>

## Toujours plus ou l'alliance de la PME et des grands trusts pour une entreprise à la conquête du monde

La participation au Rallye-Dakar est le fait d'une équipe structurée, souvent autour d'un patron de PME et l'activité dominante dans les mois qui précèdent le départ consiste à trouver des sponsors. Dans ce qui n'est plus une « équipe » mais un « *Team* », chaque séquence productive devient un nouveau projet présenté sur le mode du « Challenge ». Le patron, c'est-à-dire celui qui va conduire le véhicule pendant le rallye est montré comme l'homme qui prend des risques, à la fois financiers et sur les pistes africaines. Lui seul prend des risques, son salarié a seulement la chance d'être inscrit dans cette aventure. Ce patron est une sorte de passeur entre l'économie ancienne, celle du « *despotisme d'usine* » et une économie nouvelle dans laquelle un nouveau modèle de l'entreprise, une nouvelle coopération productive est en recherche d'universalisation.

Là, l'entreprise et le sport dans sa dimension collective deviennent la métaphore l'un de l'autre pour forger l'entreprise comme utopie libérale. Là, le « Challenge » dissimule la réalité du travail et l'économie du « juste à temps » n'est pas une modalité nouvelle de convocation de la force de travail mais un exploit pour lequel il convient de « se donner ». La référence omniprésente à la compétition sportive pour décrire les modalités de travail agit chez les travailleurs, surtout chez les plus jeunes comme un processus d'identification par lequel la force de travail se trouve idéologiquement confortée. Le jeune mécano qui travaille dur dans les semaines précédant le départ ne fait plus des heures supplémentaires, il participe à l'exploit collectif qui permettra d'être présent sur la ligne de départ. Il ne règle plus un carburateur, il « fait le Dakar ». Dans ce nouveau langage de l'entreprise c'est la réalité du travail, la réalité du rapport de domination qui est niée. Pour que cela fonctionne il faut de la vitrine et l'aventure proposée par ce rallye est cette vitrine qui fait écran à tous les sens du terme.

Pour partie le Rallye-Dakar est donc une sorte de PME en vadrouille, confortée dans son rôle par le fait qu'un pilote peut passer en quelques années de la PME aux grandes firmes (KTM, Mitsubishi etc.) comme le joueur de football africain passe du terrain de son village au Stade de France. Ce passage est donc pourvoyeur de légendes pour le sport spectacle et de légitimités pour la vitrine capitaliste qui nous montre une technologie que rien n'arrête, une vérité qui se situe désormais dans le mouvement et le changement et non plus dans la sécurité et le statut.

À l'heure où le marché de la communication devient le symbole du marché mondial libéré de toute entrave, néo-libéralisme et liberté tentent de s'identifier dans l'absence d'obstacles, et l'idée de joindre Paris ou Barcelone à Dakar le pied au plancher est représentative de cette domination sur la nature, comme l'est l'investissement de la firme Telefonica comme sponsor principal du Rallye-Dakar. Le téléphone sans fil assimilé à l'absence d'obstacles et à la domination de la technologie sur la nature pour l'ouverture d'un énorme marché.

Par ses liens entre la grande entreprise capitaliste et la culture nouvelle des PME, par son assimilation de la vitesse à la liberté, par la confusion qu'il organise entre sport spectacle et aide au développement, par la mise en scène du nouveau vocabulaire de l'entreprise qu'il identifie à l'exploit sportif, par la domination de l'Afrique qu'il perpétue en prétendant en aider les populations (le

---

<sup>3</sup> *Quel Corps ?*, n° 37, (« Paris-Dakar : Massacre sponsorisé. Le marketing de l'Africa Korps »), janvier 1989. *Quel Corps ?* fut la première revue à consacrer un numéro spécial à la critique du Rallye-Dakar.

<sup>4</sup> Jean-Marie Brohm et Michel Caillat, « Les riches et les fauchés », in *Le Monde*, 3 janvier 1985.

colonialisme du XIX<sup>e</sup> siècle disait la même chose), le Rallye-Dakar n'est plus seulement une honte occidentale en territoire occupé. Parce qu'in-contesté par les grandes organisations associatives, syndicales ou politiques, il s'est développé pour devenir non seulement le spot publicitaire de l'accroissement des ventes de « 4x4 » mais pour devenir dans le même temps une image du monde, une conception du travail et de la vie, la vitrine d'un nouveau colonialisme marchand. À l'heure où le trajet inverse du rallye peut constituer un périple de plusieurs années pour ceux qui viendront grossir en Europe les rangs des sans-papiers et de l'esclavage toléré, le Rallye-Dakar est un nouveau système du monde, celui où la notion de risque devient commune au monde du sport et à celui de l'entreprise et cela pour le plus grand risque bien réel de celui qui vit de la vente de sa force de travail et de celui qui en Afrique réalise chaque jour l'exploit de sa propre survie.

*Didier Pagès*  
*Militant de L'Émancipation*