

# **El cas del ciclisme professional de carretera: la globalització i el paper de les parts interessades en les lligues semitancades**

*Professional road cycling: Globalization and the role  
of stakeholders in the semi-closed leagues*

**Jordi Badia Perea**

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació  
de la Universitat Autònoma de Barcelona.  
[jordi.badia.perea@uab.cat](mailto:jordi.badia.perea@uab.cat)

## **El cas del ciclisme professional de carretera: la globalització i el paper de les parts interessades en les lligues semitancades**

*Professional road cycling: Globalization and the role of stakeholders in the semi-closed leagues*

### **RESUM:**

El ciclisme de carretera és un dels esports més antics i una de les primeres disciplines esportives que es van professionalitzar. El ciclisme professional de carretera té unes peculiaritats pròpies, tant pel que fa la competició —és un esport individual practicat per equips— com pel que fa a l'estructura organitzativa i de finançament, amb les principals curses organitzades per empreses privades i equips dependents del seu patrocinador. I, no obstant això, la literatura acadèmica hi ha prestat ben poca atenció. No ha estat fins a començament del segle XXI que han començat a publicar-se'n estudis. Aquest article pretén deduir si la lliga mundial semitancada que ha promogut la Unió Ciclista Internacional (UCI) des del 2005 ha aconseguit l'objectiu de globalitzar l'esport i quin paper hi han fet les diferents parts interessades (*stakeholders*) que hi intervenen.

### **PARAULES CLAU:**

UCI WorldTour, esports, ciclisme professional de carretera, globalització, lligues semitancades, Tour de França.



## **Professional road cycling: Globalization and the role of stakeholders in the semi-closed leagues**

*El cas del ciclisme professional de carretera: la globalització i el paper de les parts interessades en les lligues semitancades*

### **ABSTRACT:**

Road cycling is one of the oldest sports and one of the first sports disciplines to have been professionalized. Professional road cycling, in particular, has its own peculiarities: in terms of competition, it is an individual sport practiced by teams, and in terms of organizational structure and funding, the main races are organized by private companies and by teams dependent on their sponsors. However, academic literature has paid little attention to it. It was not until the beginning of the 21st century that studies began to be published. This paper seeks to determine whether the semi-closed world league promoted by the International Cycling Union (UCI) since 2005 has achieved its goal of globalizing the sport and what role the different stakeholders have played in it.

### **KEYWORDS:**

UCI WorldTour, sports, professional road cycling, globalization, semi-closed leagues, Tour de France.

## 1. Introducció

El ciclisme professional de carretera és un dels esports més antics i un dels primers que es va professionalitzar (Desbordes, 2006 i 2008; Mignot, 2016b; Rebergiani, 2016). És una disciplina esportiva amb unes peculiaritats pròpies (Lagae, 2016) que comprenen aspectes competitiu, organitzatiu i financers, almenys. Això el fa susceptible de ser utilitzat com a objecte d'estudi per a altres disciplines (Morrow i Idle, 2008b). És un esport individual que es practica en equip (Forster i Pope, 2004; Rebergiani i Tondani, 2006). Aquesta peculiaritat l'acosta i l'allunya alhora de disciplines per equip clàssiques, com el futbol o el bàsquet, i de purament individuals, com el tennis o el golf (Benijts, Lagae i Vanclooster, 2011).

Tot i aquestes característiques i la popularitat del Tour de França, el ciclisme ha estat poc estudiat en comparació amb altres esports com el futbol, el bàsquet, el beisbol o el rugbi (Benijts, Lagae i Vanclooster, 2011; Rebergiani i Tondani, 2006), especialment pel que fa a la ciència econòmica (Reeth, 2016b). No va ser fins a la primera dècada del 2000 que es van començar a publicar estudis científics.

Aquest article estudia la lliga mundial semitancada que la Unió Ciclista Internacional (UCI) va implantar a partir de l'any 2005 amb el propòsit de globalitzar el ciclisme. La reforma va causar un enfrontament greu entre les diferents parts interessades (*stakeholders*) que no es va tancar fins al 2016, amb un acord entre l'UCI i l'Associació Internacional d'Organitzadors de Curses Ciclistes (AIOCC) (Cunningham, 2016; Stokes, 2016). L'objectiu que perseguim és deduir quin grau d'internacionalització ha aconseguit el ciclisme amb la creació d'una lliga semitancada.

## 2. Marc teòric i contextual

### 2.1. Els dos models d'esport professional

L'estudi de l'economia de l'esport s'inicia amb l'article de Simon Rottenberg (1956) sobre el mercat laboral dels jugadors de bàsquet nord-americà. La creixent professionalització de l'esport, especialment a partir dels anys vuitanta i noranta amb la irrupció de les televisions privades i els efectes de la sentència pel cas Bosman (Andreff i Staudohar, 2000; Badia Perea, 2013), ha generat una literatura ingent (Sloane, 2006). Un dels focus de més discussió ha estat el debat entre els dos models d'esport professional: l'europeu, amb lligues obertes amb ascensos i descensos, i el model nord-americà, de lligues tancades entre franquícies amb drets territorials exclusius (Sloane, 2006 i 2015). El cor d'aquest debat han estat els conceptes *maximització de la utilitat* i *maximització del benefici* introduïts en l'article seminal de Sloane (1971).

L'evolució de l'esport professional europeu cap a un professionalisme creixent ha provocat que l'activitat esportiva s'hagi convertit en una gran indústria de l'en-

treteniment i els clubs globalitzats en multinacionals de l'oci (Ginesta, 2020). I, en conseqüència, que les principals lligues professionals europees de futbol, bàsquet, handbol i hoquei tendeixin cap a un model de lliga tancada o semitancada (Andreff i Staudohar, 2000; Hoehn i Szymanski, 1999).

També és el cas del ciclisme professional de carretera. La reforma promoguda per l'UCI a partir del 2005 per implantar una lliga mundial semitancada va provocar un conflicte intens entre les diferents parts interessades, i en especial amb l'AIOCC, la qual defensava el model europeu de competició oberta, per mantenir el seu dret a convidar a les seves curses aquells equips que més l'interessessin per raons esportives, comercials o patriòtiques (Witts, 2016).

## 2.2. Els estudis sobre el ciclisme professional de carretera

El primer estudi econòmic sobre el ciclisme professional va ser el de Benjamin D. Brewer (2002) l'any 2002. Brewer també partia d'una experiència prèvia com a ciclista *amateur* d'elit, com els sociòlegs de l'esport precursors Edward Albert (1991), Catherine Palmer (1998) i Trevor Williams (1989). Hi abordava el cas de dopatge de l'equip Festina del 1998 en ple Tour de França.

L'any 2003, el Tour de França va complir cent anys. L'efemèride va servir perquè esdevingués objecte d'estudi (Dauncey i Hare, 2003). El Tour s'ha convertit en un tema de la literatura acadèmica. Així, s'han analitzat els factors determinants per a l'èxit esportiu (Prinz, 2005), el perfeccionament dels mètodes d'elaboració de rànquings (Cherchye i Vermeulen, 2006; Rogge, Reeth i Puyenbroeck, 2013), l'impacte econòmic dels grans esdeveniments (Desbordes, 2008), els efectes de la diversitat cultural en la cohesió i l'èxit dels equips (Gueguen, 2011), l'equilibri competitiu (Andreff, 2013 i 2016; Bačik, Klobučník i Mignot, 2019; Cabaud *et al.*, 2016) o les audiències televisives (Reeth, 2019).

El següent tema d'estudi va ser la reforma de l'UCI de l'any 2005. El primer impuls a la globalització l'havia donat el president de l'UCI Heinz Verbruggen a mitjans dels anys vuitanta (Brewer, 2002). Una de les primeres aproximacions econòmiques conclouia que la implantació «del model americà de lligues tancades sembla inapropiat pel context sociocultural europeu» (Rebeggiani i Tondani, 2006: 1). En canvi, Benijts, Lagae i Vanclooster (2011: 607) resolien que la introducció de «l'UCI ProTour havia coincidit amb un increment del valor [financer] dels equips». La lliga mundial semitancada que pretenia l'UCI va generar un moviment en contra de les empreses organitzadores de les tres grans curses.

Els estudis sobre el ciclisme professional de carretera endegats des dels inicis del 2000 i a partir de la reforma de l'UCI van convergir en el llibre *The economics of professional road cycling* (Reeth i Larson, ed., 2016), amb articles sobre l'estructura organitzativa, el finançament dels equips, la globalització, l'equilibri competitiu, el dopatge o el seguiment de les audiències televisives.

De la producció acadèmica posterior, destaquen l'estudi de Rodríguez-Gutiérrez i Fernández-Blanco (2017), en què s'analitza el minut a minut de l'audiència televi-

siva de totes les etapes de la Vuelta a Espanya de l'any 2015, i l'anàlisi de Bačik, Klobučnik i Mignot (2019) sobre el perquè de l'èxit econòmic del Tour, malgrat que l'equilibri competitiu no hagi millorat des del 1947.

### 2.3. Evolució històrica del ciclisme professional de carretera

L'evolució del ciclisme es pot seqüenciar en quatre etapes: de 1890 a 1954; de 1955 a 1984; de 1985 a 2004, i de 2005 al present. Aquesta seqüència no coincideix amb les marcades per Brewer (2002) i per Mignot (2016b), els quals perioditzen la història del ciclisme en tres fases. Brewer prescindeix dels inicis i marca un segon període entre els anys 1984 i 1989, que qualifica de «la transició i la reforma» (2002: 284-285). Mignot (2016b: 14), en canvi, inicia la tercera fase el 1985 sota el títol de «la globalització» i la fa arribar fins al present.

Històricament, les quatre principals parts interessades han estat el públic, els organitzadors de les curses, els patrocinadors dels equips i els corredors (Mignot, 2016b). Malgrat que l'UCI va ser creada l'any 1900 per les federacions de França, Itàlia, Bèlgica, els Estats Units i Suïssa, no ha estat fins al tombant del segle XXI que no ha adquirit capacitat de governança (Morrow i Idle, 2008b; Rebeggiani i Tondani, 2006).

La bicicleta es va popularitzar durant la dècada dels vuitanta del segle XIX a través de la premsa esportiva com a símbol de modernitat (Mignot, 2016b; Pujadas i Martí i Santacana i Torres, 2012). Ben aviat van arribar les primeres curses ciclistes, primer en velòdroms i, tot seguit, en carreteres obertes. En aquest cas, els periòdics esportius i les companyies de bicicletes i pneumàtics van veure l'oportunitat d'invertir en l'organització de curses de llarga distància per augmentar els seus beneficis. D'una banda, els diaris esportius, amb les seves cròniques descrivint lluites èpiques entre herois moderns, atreïen i satisfien la demanda d'un públic que a peu de carretera només havia pogut apreciar una fracció ínfima de la cursa i, alhora, obtenien ingressos addicionals per la inserció de publicitat de les companyies de bicicletes i pneumàtics. I, d'una altra banda, les companyies mostraven al públic les virtuts dels nous ginys, que eren capaços de recórrer aquelles distàncies tan llargues (Mignot, 2016b).

Durant aquesta primera etapa, els diaris esportius i les empreses ciclistes es van repartir el mercat. Les companyies de bicicletes patrocinaven corredors i equips, mentre que rarament organitzaven curses per no ser acusades d'afavorir els seus ciclistes (Calvet, 1981). Alhora, els diaris esportius assumien l'organització tant de les tres grans voltes per etapes com la de les clàssiques d'un sol dia. Així, *L'Auto* va crear el Tour l'any 1903; *La Gazzetta dello Sport*, el Giro l'any 1909, i *Informaciones*, la Vuelta l'any 1935; de la mateixa manera que *L'Express* va patrocinar la Lieja-Bastogne-Lieja l'any 1892 o *Le Vélo*, la Bordeus-París l'any 1891 i la París-Roubaix l'any 1896.

Aquest esquema es va mantenir estable fins a mitjans dels anys cinquanta, en què tres fets el van esquarterar. En primer lloc, van aparèixer patrocinadors aliens a

la indústria ciclista. El primer cas va ser el del corredor italià Fiorenzo Magni i el seu equip, que l'any 1954 va córrer amb el patrocini de Nivea. El segon cas va ser el de l'empresa francesa de begudes alcohòliques St Raphaël (McGann i McGann, 2006). L'entrada d'aquests patrocinadors de fora de la indústria ciclista va generar una forta controvèrsia perquè els organitzadors de les carreres, especialment del Tour, temien que restés diners de publicitat als seus diaris.

En segon lloc, aquest també és el període d'entrada de la televisió com a part interessada. Encara que la primera retransmissió en directe fos l'arribada del Tour al parc dels Prínceps el 1948, va ser a partir dels anys cinquanta i seixanta que les retransmissions i el pagament de drets televisius es van generalitzar (Thompson, 2008; Reeth, 2016c).

I, finalment, encara que molt tímidament, el calendari de curses es va internacionalitzar amb la primera edició de la Vuelta a Colòmbia l'any 1951, sota l'organització del diari *El Tiempo* i diverses empreses nacionals. Fins llavors, el ciclisme era un esport europeu (Brewer, 2002), però concentrat a Itàlia, França, Bèlgica i Espanya.

Pel que fa la governança del ciclisme, els fets disruptius van ser, primer, l'ateratge de corredors i d'equips de fora dels quatre països europeus hegemònics, el 7-Eleven americà i el futur Café de Colombia, i, segon, l'arribada del corredor nord-americà Greg Lemond (Abt, 1990a i 1990b; Alexander i Ochowicz, 1986). L'arribada de Lemond i el seu fitxatge per l'equip francès La Vie Claire del magnat Bernard Tapie van ser decisius perquè van trencar l'*statu quo* salarial amb els equips i els organitzadors, amb un contracte d'un milió de dòlars (Brewer, 2002). El va seguir la multinacional holandesa PDM. A partir d'aquests anys, el patrocini va fer un salt endavant per entrar en una altra dimensió (Brewer, 2002).

Tots aquests canvis de tendències els va recollir el nou president de l'UCI, federació internacional de ciclisme professional,<sup>1</sup> Heinz Verbruggen. Durant el seu mandat, Verbruggen va treballar per la internacionalització del ciclisme en totes les seves dimensions: corredors, equips, voltes i curses, i fans (Guinnes, 1993). El seu programa de reformes es va focalitzar en tres línies d'actuació: l'expansió global del ciclisme, la creació de la Copa del Món (World Cup) i la implantació d'un sistema de rànquing que servia per a l'admissió dels equips a les curses (Brewer, 2002). Aquest programa d'internacionalització pretenia atraure corredors no europeus a les curses europees i incloure curses no europees al calendari (Mignot, 2016b; Reeth, 2016a).

Aquest primer intent de l'UCI no va reeixir. La darrera reforma de Verbruggen va ser la creació de l'UCI ProTour, una lliga mundial semitançada amb les 27 curses més importants, incloses les tres grans voltes, en què només podrien participar els 20 primers equips del rànquing, els quals obtindrien una llicència per a quatre anys. Els equips havien d'estar formats per 25 corredors i quedaven obligats a participar en cadascuna de les 27 curses. També es creaven dues categories inferiors, la Continental ProTeams i la Continental UCI-Teams. Però sense ascensos ni descensos.

Si bé el projecte de reforma havia estat ben vist per les parts interessades del ciclisme, un cop es va haver materialitzat, es van negar a acordar el nou format i van generar un conflicte greu en la governança del ciclisme professional de carretera (Morrow i Idle, 2008b). En els anys següents (2008, 2009 i 2010), ASO, RCS i Unipublic van excloure les seves carreres de l'UCI ProTour i les van anomenar *calendari històric* (Rebeggiani, 2016). Un primer acord es va produir el 2010, amb la creació de l'UCI WorldTour, però amb només 18 equips, i la consideració de criteris esportius per obtenir una llicència i amb la possibilitat de generar ascensos i descensos al final de cada temporada. No obstant això, un nou punt de trencament es va produir l'any 2015 quan l'UCI va anunciar que per a la temporada 2017 implantaria un sistema de lliga semitancada amb llicències vàlides per a tres anys. Immediatament, l'ASO va anunciar que retiraria totes les seves curses de l'UCI WorldTour. El nou acord va arribar el juny del 2016. Va consistir en la inclusió de totes les carreres en el calendari però la limitació de la llicència a un any, amb ascensos i descensos, i la reducció dels equips ProTeams de 18 a 17 el primer any i a 16 els anys següents (Cunningham, 2016; Stokes, 2016; Witts, 2016).

### 3. Metodologia

La metodologia de l'estudi d'aquest article és l'anàlisi de cas. Robert K. Yin (2003) considera que plantejar un estudi de cas té sentit quan: 1) el propòsit de l'estudi pretén respondre a *com* i *per què*; 2) quan no es poden manipular els comportaments de les persones que hi estan involucrades; 3) quan es pretenen investigar les condicions de context perquè es creu que són rellevants per al fenomen d'estudi, o 4) quan les fronteres entre el fenomen i el context no són prou clares (Baxter i Jack, 2008). L'objecte d'estudi d'aquest article compleix almenys les condicions 2 i 3.

El període analitzat és del 1986 al 2020. Aquest període s'estructura en tres subperíodes concrets: del 1986 al 2004, del 2005 al 2016 i del 2017 al 2020. Aquesta periodització respon a la necessitat d'analitzar quina era la situació abans de la reforma de l'UCI, quina va ser a partir de l'entrada en vigor de la lliga mundial semitancada l'any 2005 i quina ha estat després de l'acord entre l'UCI i l'AIOCC de l'any 2016. Pel que fa als equips ciclistes, formaran part de la mostra els equips participants en el Tour de França, atès que aquesta és la cursa més important del calendari internacional i en la qual tots els equips pretenen participar per raons tant esportives com comercials (Bačik, Klobučník i Mignot, 2019; Brewer, 2002; Lagae, 2016; Reeth, 2016b).

Dam van Reeth (2016a) va analitzar la globalització del pilot ciclista durant el període 1990-2015 des de tres aspectes: les nacionalitats dels corredors, les nacionalitats dels equips ciclistes i el calendari de curses fora dels quatre països bressol (França, Itàlia, Espanya i Bèlgica). En aquest article, ens concentrarem a analitzar el

grau d'internacionalització del pilot en el Tour de França, únicament, perquè estíem que aquesta és la cursa més important de tot el calendari ciclista mundial, però ampliem el període d'estudi des del 1986 fins al 2020, perquè considerem que el procés d'internacionalització del ciclisme es va iniciar a mitjans dels anys vuitanta (Brewer, 2002; Mignot, 2016b; Reeth, 2016a) i per copsar també els efectes de l'acord del 2016, que aquest autor no va poder incloure. A més, ens fixarem en les nacionalitats dels corredors, dels equips i dels seus patrocinadors i en el calendari de curses per quantificar-ne la internacionalització.

Aquest estudi de cas quantitatiu i qualitatiu inclou una mostra intencional d'entrevistes semiestructurades a representants de les parts interessades ciclistes. Concretament, el director de la Vuelta a España, Javier Guillén; el director de la Volta a Catalunya, Rubèn Peris; el president del Sindicat de Ciclistes Professionals (ACP), José Luis de Santos; el director de màrqueting de Movistar Team, Juan Pablo Molinero, i el responsable de les retransmissions ciclistes de TVE, Carlos de Andrés. El que pretenem amb aquestes entrevistes és copsar la valoració que fan les parts interessades dels objectius que tenia l'UCI amb la seva reforma, i saber fins a quin punt s'ha acomplert la internacionalització pretesa, i el posterior acord amb l'AIOCC. La intenció és contrastar els resultats quantitius de la investigació duta a terme amb la valoració qualitativa de les parts interessades.

Les fonts secundàries que ens ajudaran a travar l'estudi de cas consistiran en una àmplia varietat de documents escrits: a part de la literatura acadèmica, extraurem informació de fonts ciclistes especialitzades com ara *Cycling News* ([www.cyclingnews.com](http://www.cyclingnews.com)), *Velo News* ([www.velonews.com](http://www.velonews.com)) o la pàgina web [www.cquanking.com](http://www.cquanking.com), que ofereix informació estadística detallada des de l'any 2000, i la base de dades sobre la història del ciclisme francès [www.memoire-du-ciclisme.net](http://www.memoire-du-ciclisme.net).

## 4. Resultats

La reforma del ciclisme professional de carretera que l'UCI va plantejar oficialment l'any 2005 amb la creació d'una lliga mundial semitancada tenia com a objectiu primer la internacionalització del pilot professional, tant pel que feia als corredors com als equips, i la del calendari de curses i dels aficionats. En aquest apartat s'analiza el grau de compliment d'aquest objectiu durant el període de 1986 a 2020 i es pren com a referència el Tour de França.

### 4.1. La internacionalització

La internacionalització del ciclisme professional de carretera és un objectiu de l'UCI des de mitjans dels anys vuitanta (Brewer, 2002; Mignot, 2016b), però també del Tour de França. De fet, va ser Jacques Godet, el codirector del Tour de França, conjuntament amb Félix Lévitan, qui, en un editorial a *L'Équipe* de l'any 1982, va



parlar d'un «Tour mondialisé» (Marsh, 2010), abans que el llavors president de l'UCI, Heinz Verbruggen, proposés durant la segona meitat dels anys vuitanta la creació de l'UCI WorldTour.

Si hem decidit iniciar la nostra anàlisi l'any 1986, és perquè marca un punt d'inflexió en aquest procés d'internacionalització. Aquell any, el nord-americà Greg Lemond va guanyar el Tour de França i el diari francès *L'Équipe* va posar de titular «Le Tour du nouveau monde»,<sup>2</sup> i Pierre Chany (1986) hi va destacar que, entre els cinc primers classificats, hi havia quatre nacions representades, un fet inimaginable als anys setanta.

#### 4.1.1. La nacionalitat dels corredors

Des del 1986 i fins al 2019<sup>3</sup> han participat en les trenta-quatre edicions celebrades un total de 6.529 ciclistes de quaranta-nou nacions diferents. Aquell 1986, el percentatge de corredors procedents de França, Bèlgica, Itàlia i Espanya, els quatre països en què es disputaven les tres grans voltes per etapes i els cinc monuments del calendari ciclista,<sup>4</sup> va ser del 60,95 %; el de la resta de països europeus, del 19,05 %, i el de la resta de països del món, del 20 % (taula 1).

Any	Corredors procedents dels quatre països històrics (nombre i percentatge)	Corredors procedents de països de la resta d'Europa (nombre i percentatge)	Corredors procedents de països de la resta del món (nombre i percentatge)
1986	128 (60,95 %)	40 (19,05 %)	42 (20 %)
1990	110 (55,56 %)	62 (31,31 %)	26 (13,13 %)
1995	129 (68,3 %)	45 (23,8 %)	15 (7,94 %)
2000	109 (60,6 %)	58 (32,2 %)	13 (7,22 %)
2005	103 (54,5 %)	64 (33,86 %)	22 (11,64 %)
2010	97 (49 %)	77 (38,9 %)	24 (12,1 %)
2016	82 (41,4 %)	87 (43,9 %)	29 (14,6 %)
2019	83 (47,2 %)	67 (38,1 %)	26 (14,8 %)

**Taula 1.** Quantificació de la nacionalitat dels corredors

Font: Elaboració pròpia.

Aquests percentatges es van mantenir relativament estables fins a l'any 2004, el primer any d'aplicació de la reforma de l'UCI. Els corredors dels quatre països històrics van aconseguir un màxim de participants del 72,49 % l'any 2001, mentre que els països de la resta d'Europa el van assolir els anys 1989 i 1991 amb un 32,32 % i els països de la resta del món, l'any 1986 amb un 20 %.

L'any 2005, aquests percentatges van ser d'un 54,5 % els quatre països històrics, d'un 33,86 % els de la resta d'Europa i d'un 11,64 % els de la resta del món.

A partir del 2006, aquests percentatges s'han anat equilibrant, especialment pel creixement dels corredors provinents dels països de la resta d'Europa, mentre que els de la resta del món s'han mantingut estables entre el 10 % i el 15 %. No obstant això, és remarcable que durant aquest període s'hagin incorporat ciclistes de països inèdits en el Tour de França, o que hi havien tingut una presència puntual i efímera, com ara el Brasil, l'Argentina, la Xina, el Japó, Etiòpia o Sud-àfrica.

Els quatre països històrics van deixar de tenir la majoria de corredors del pilot del Tour l'any 2010, amb un 49 %. Van recuperar-la l'any següent amb un 51 %, i ja no l'han tinguda més. El percentatge més baix el van tenir l'any 2016, l'any de l'acord entre l'UCI i l'AIOCC, amb un 41,4 %. Aquell any, el percentatge de corredors provinents de països de la resta d'Europa va ser del 43,9 % i el de corredors provinents de països de la resta del món va ser del 14,6 %.

Des de llavors, el nombre de corredors dels quatre països històrics s'ha recuperat lleument, però sense arribar a representar la majoria del pilot, tot i ser-ne el grup majoritari. De fet, només durant els anys 2015 i 2016 els corredors de la resta de països d'Europa van ser el grup majoritari amb un 42,93 % i un 43,9 %, respectivament. L'any 2019, el percentatge de corredors provinents dels quatre països històrics va ser del 47,2 %, mentre que el de corredors de la resta de països d'Europa va ser del 38,1 % i el de la resta del món va ser del 14,8 %.

#### **4.1.2. La nacionalitat dels equips ciclistes**

Durant les trenta-cinc edicions del Tour de França que van del 1986 al 2020<sup>5</sup> hi han participat un total de 728 equips, corresponents a 23 nacionalitats distintes. L'any 1986, el percentatge d'equips procedents dels quatre països històrics va ser del 71,43 %, mentre que el de la resta d'Europa va ser del 14,29 % i el de la resta del món, també del 14,29 % (taula 2).

Tal com hem vist en el cas dels corredors, aquests percentatges es van mantenir estables fins a la implantació de la reforma de l'UCI. A partir del 2006, el percentatge d'equips dels quatre països històrics va anar davallant fins al mínim del 40,91 % del 2016.

A diferència del que ha succeït amb les nacionalitats dels corredors, els quatre països històrics han mantingut durant les trenta-cinc edicions de l'estudi la majoria dels equips del pilot. En canvi, a partir del 2017 els equips de la resta del món han superat els de la resta d'Europa en tres de les quatre edicions celebrades.

En efecte, des del 2005, en què els quatre països històrics van representar el 71,43 %, aquest percentatge va baixar fins al 50 % el 2010 i al 40,91 % a partir del 2016. Els països de la resta d'Europa van passar del 23,8 % el 2005 al 31,82 % el 2010, al 36,36 % el 2016 i al 27,27 % el 2020. I els països de la resta del món van passar del 4,76 % del 2005 al 18,18 % el 2010, al 22,73 % el 2016 i al 31,82 % el 2020.

Any	Equips procedents dels quatre països històrics (nombre i percentatge)	Equips procedents de països de la resta d'Europa (nombre i percentatge)	Equips procedents de països de la resta del món (nombre i percentatge)
1986	15 (71,43 %)	3 (14,29 %)	3 (14,29 %)
1990	15 (68,18 %)	5 (22,7 %)	2 (9,09 %)
1995	15 (75 %)	4 (20 %)	1 (5 %)
2000	15 (75 %)	4 (20 %)	1 (5 %)
2005	15 (71,43 %)	5 (23,8 %)	1 (4,76 %)
2010	11 (50 %)	7 (31,82 %)	4 (18,18 %)
2016	9 (40,91 %)	8 (36,36 %)	5 (22,73 %)
2020	9 (40,91 %)	6 (27,27 %)	7 (31,82 %)

**Taula 2. Quantificació de la nacionalitat dels equips ciclistes**

Font: Elaboració pròpia.

#### 4.1.3. La nacionalitat dels patrocinadors dels equips ciclistes

El procés d'internacionalització del ciclisme professional de carretera s'observa de manera clara a través de l'evolució de la nacionalitat dels patrocinadors principals dels equips ciclistes (taula 3).

L'any 1986 es produeix l'entrada de les primeres empreses multinacionals com a patrocinadores del pilot ciclista. Aquell any, dels 21 equips participants al Tour, 6 equips eren patrocinats per multinacionals o eren equips patrocinats per estats, l'equivalent a un 28,6 %. A partir d'aquell any, aquest procés s'intensifica fins a arribar als 20 equips, l'equivalent al 90,91 %, patrocinats per empreses multinacionals o representants de països, com és el cas de l'Astana (Kazakhstan), el Bahrain-McLaren, l'Israel Start-up Nation i l'UAE Team Emirates.

El director de la Volta a Catalunya, Rubèn Peris, subratlla que actualment «les empreses més locals que patrocinaven equips en el passat, com Moritz, KAS, La Casera, Reynolds o d'altres més grans però amb l'activitat en un sol país, com l'ONCE, Vitalicio Seguros, Banesto... han perdut presència en els equips, ja que es necessiten pressupostos molt més grans i que puguin tenir interessos a tot el món. Quin sentit tindria que l'ONCE participés en el Tour Down Under a Austràlia o a Oman si no hi ven cupons? És per això que han aparegut altres patrocinadors: multinacionals que poden destinar grans recursos a màrqueting. Són difícils de trobar, i l'exemple clar que trobem és que Espanya només té un equip en l'UCI WorldTour: Movistar Team, i Itàlia, per exemple, cap. D'altra banda, han nascut equips de bandera, patrocinats per estats, com el Bahrain, l'Astana o l'UAE» (R. Peris, comunicació personal, 22 abril 2020).

Any	Patrocinadors locals o nacionals (nombre i percentatge)	Altres patrocinadors: empreses multinacionals i estats (nombre i percentatge)
1986	15 (71,43 %)	6 (28,57 %)
2005	10 (50 %)	10 (50 %)
2016	5 (22,73 %)	17 (77,73 %)
2020	2 (9,09 %)	20 (90,91 %)

**Taula 3.** Quantificació de la nacionalitat dels patrocinadors

Font: Elaboració pròpia.

#### 4.1.4. El calendari de curses

L'any 2005, l'UCI va instaurar l'UCI ProTour. Era una lliga d'equips ciclistes semitançada. En aquella primera edició, les 28 curses es van disputar en el continent europeu, 18 de les quals, el 64,29 %, en els quatre països històrics. La novetat més destacada va ser la incorporació de la Volta a Polònia. Aquesta era una cursa que es disputava des de l'any 1928, però de nivell *amateur* fins al 1993 (taula 4).

El primer trencament entre l'UCI i l'AIOCC es va produir el 2008. Aquell any, els organitzadors de les tres grans curses per etapes van retirar les seves competicions. El calendari UCI ProTour va quedar reduït a només 15 curses. L'UCI va introduir-hi el Tour Under Down a Austràlia; la resta també es van córrer a Europa. La situació es va repetir l'any 2009 amb 14 curses i el 2010 amb 16 curses. Aquest darrer any, l'UCI hi va incorporar els grans premis ciclistes del Quebec i Montreal, que, juntament amb el Tour Under Down, eren les úniques curses disputades fora d'Europa.

L'any 2011 es va tornar a un calendari unificat de 27 curses, amb el retorn de les competicions organitzades pels propietaris de les tres grans curses per etapes.

Any	Curses disputades en els quatre països històrics (nombre i percentatge)	Curses disputades en països de la resta d'Europa (nombre i percentatge)	Curses disputades en països de la resta del món (nombre i percentatge)
2005	18 (64,29 %)	10 (35,71 %)	–
2011	17 (62,96 %)	6 (22,22 %)	4 (14,81 %)
2016	19 (67,86 %)	6 (21,43 %)	3 (10,71 %)
2017	21 (56,76 %)	8 (21,62 %)	8 (21,62 %)
2020	23 (63,89 %)	6 (16,67 %)	7 (19,41 %)

**Taula 4.** Quantificació del calendari de curses

Font: Elaboració pròpia.

De fora d'Europa, l'UCI hi va afegir el Tour de Pequín. Del total de les 27 curses: 17 curses, el 62,96 %, es van córrer en els quatre països històrics; 6 curses, el 22,22 %, a la resta de països europeus, i 4 curses, el 14,81 %, a la resta del món (Austràlia, Canadà i la Xina).

Aquests percentatges es van mantenir semblants els anys següents. L'any 2016, de les 28 curses disputades: 19 curses, el 67,86 %, van ser en els quatre països històrics; 6 curses, el 21,43 %, a la resta de països europeus, i 3 curses, el 10,71 %, a la resta del món (Austràlia i el Canadà).

L'acord entre l'UCI i l'AIOCC de l'any 2016 va comportar un increment del nombre de curses incloses en el calendari UCI WorldTour. Es va passar de les 28 curses del 2016 a les 37 curses del 2017, 2018 i 2019, i les 36 curses del 2020. Tanmateix, no han canviat significativament els percentatges.

Aquests resultats demostren que les successives reformes introduïdes per l'UCI des del 2005 no han aconseguit internacionalitzar el calendari ciclista. De fet, aquesta és una conclusió que han destacat les parts interessades entrevistades amb motiu d'aquest article.

El responsable de les retransmissions ciclistes de TVE, Carlos de Andrés, considera que «aquest és un esport que viu molt aferrat a les tradicions i que això fa que acabin interessant les curses de sempre», és a dir, el Tour de França, el Giro d'Itàlia, la Vuelta a Espanya i les grans clàssiques. «De fet, crec que el públic preferiria un Tour sense els millors que no pas una cursa més petita amb els millors» (C. de Andrés, comunicació personal, 26 abril 2020).

Una opinió més contundent és la que expressa el president de l'ACP, José Luis de Santos Arribas, qui considera que «l'epicentre continua estant a Europa» i que la lliga semitancada promoguda per l'UCI ha estat «fallida» perquè «quinze anys després, el gran públic continua parlant del Tour, el Giro i la Vuelta i gairebé ningú sap què és el WorldTour» (J. L. de Santos, comunicació personal, 13 maig 2020).

No obstant aquestes opinions, tant el director de la Vuelta a Espanya, Javier Guillén, com el director de la Volta a Catalunya, Rubèn Peris, i del director de màrqueting de l'equip Movistar, Juan Pablo Molinero, consideren que la reforma de l'UCI sí que ha internacionalitzat tant el pilot pel que fa als corredors i als equips com el calendari de curses.

Peris afirma que: «És clar que el ciclisme s'ha globalitzat, perquè avui en dia se celebren proves de ciclisme WorldTour de gener a octubre per tot el planeta. [...] S'han descobert nous escenaris per al ciclisme com el golf Pèrsic amb curses a Oman, Qatar o altres destins exòtics com el Tour de Guangxi a la Xina, a més de la consolidació de proves a Sud-amèrica com el Tour de Colòmbia. Tot i això, el ciclisme segueix tenint el rovell al vell continent, molt centralitzat en països com Bèlgica, França, Itàlia, Espanya i Catalunya. S'ha demostrat que les noves curses per tot el planeta no tenen la consistència de les antigues, ja que moltes d'elles venen i van, com el Tour de Califòrnia o el Tour de Qatar, i en canvi les europees segueixen en peu» (R. Peris, comunicació personal, 22 abril 2020).

Molinero va més enllà i assegura que «el ciclisme és un esport molt més global. S'ha passat a competir en països on abans no existia. Ha passat de ser un esport llatí a ser un esport global». Destaca que la globalització del calendari els «ha fet fixar corredors de múltiples nacionalitats» perquè «despertin l'interès dels patrocinadors d'aquells països. Ara tots tenim corredors anglosaxons, per exemple, cosa que abans era excepcional» (J. P. Molinero, comunicació personal, 12 maig 2020).

I el director de la Vuelta, Javier Guillén, afirma que «no crec que el WorldTour hagi contribuït a generar més públic en els països tradicionalment ciclistes [...], però sí que és veritat que ha ajudat a generar nous públics en altres països que permeten obrir un mercat publicitari que abans no existia» (J. Guillén, comunicació personal, 10 maig 2020).

## 5. Discussió

Malgrat que la internacionalització del ciclisme professional de carretera ha estat un objectiu declarat de l'UCI i dels organitzadors del Tour mateix des de mitjans dels anys vuitanta, i que autors com Brewer (2002) i Mignot (2016b) s'hi han referit en els seus articles, només Van Reeth (2016a) n'ha estudiat en profunditat el procés de globalització. Aquest autor va centrar el seu estudi del 1990 al 2015 i el va estendre al conjunt de tot el pilot professional i als equips de totes les categories amb llicència UCI.

Van Reeth conclou que, malgrat que la internacionalització és indiscutible, els països europeus representen entre el 60 % i el 70 % dels corredors, els equips i les curses. Per trencar aquesta hegemonia, fa tres suggeriments a l'UCI: primer, crear un calendari realment global en què les voltes a Califòrnia, Oman i Turquia substituïxin les curses d'una setmana que es fan als quatre països bressol, i posa com a exemple la Fórmula 1. Segon, reduir les cinc curses continentals a només tres: Amèrica, Europa-Àfrica i Àsia-Austràlia. I tercer, promoure a l'UCI WorldTour la participació d'un equip del sud-est asiàtic, un de l'Àfrica i un de Sud-amèrica.

Pel que fa als corredors, la nostra investigació, centrada en el Tour de França, aporta percentatges més alts. Concretament, els corredors europeus van representar l'any 2019 el 85,23 %, per un 14,77 % els de la resta del món. Pel que fa als equips europeus, els percentatges se situen en la banda alta: un 68,18 % els europeus per un 31,82 % els de la resta del món. Però aquestes dades són a partir del 2017; abans els equips europeus superaven àmpliament el 70 %.

Aquesta divergència s'explica perquè l'estudi de Van Reeth comprèn totes les categories ciclistes professionals i el nostre estudi se centra exclusivament en la prova de màxim nivell. Ara bé: si es disgreguen les nostres dades entre els quatre països bressol i la resta d'Europa, s'observa com aquest procés d'internacionalització s'ha produït de manera clara. En efecte, els corredors dels quatre països bressol

han passat, en els trenta-quatre anys estudiats, del 60,95 % del 1986 al 47,16 % del 2019, mentre que els de la resta d'Europa han passat del 19,05 % del 1986 al 38,07 % del 2019. I els equips dels quatre països bressol han passat del 71,43 % del 1986 al 40,91 % del 2020, mentre que els equips de la resta de països europeus ha passat del 14,29 % del 1986 al 27,27 % del 2020.

Aquestes dades permeten dir que els dos estudis es complementen i demostren que, d'una banda, en aquestes darreres tres dècades el ciclisme professional de carretera s'ha expandit per tot el món però, de l'altra, que la supremacia s'ha mantingut en els quatre països bressol.

No obstant això, hi ha un tercer factor que Van Reeth no analitza i que mostra més clarament encara el procés de globalització. Ens referim al caràcter dels patrocinadors dels equips, tenint en compte que representen gairebé el 100 % dels seus pressupostos (Andreff, 2013; Andreff i Staudohar, 2000; Reeth, 2016b). En efecte, els patrocinadors locals o nacionals han passat de representar l'any 1986 el 71,43 %, pel 28,57 % de les multinacionals o equips patrocinats per estats, a només un 9,09 %, per un 90,91 %.

Referent als tres suggeriments de Van Reeth a l'UCI, no sembla que a hores d'ara siguin viables. Les tres voltes que havien de substituir les proves d'una setmana, el Tour de Califòrnia, d'Oman i Turquia, ja no existeixen. A més, les proves que suggeria de substituir són, per exemple, la Volta a Catalunya, que aquest 2020 hauria complert l'edició número 100, o la París-Niça, curses que per la seva ubicació al calendari i la seva tipologia d'etapes són usades pels candidats al Tour com a preparació per a la gran ronda francesa. També s'han de valorar les condicions meteorològiques i les prestacions físiques que requereixen els ciclistes, els quals cada vegada més concentren la temporada en pocs objectius per la impossibilitat de mantenir la forma durant tot l'any. Aquestes característiques allunyen el ciclisme d'esports com la Fórmula 1 o el motociclisme, que Van Reeth pren com a exemple.

De fet, el procés d'internacionalització que ha sofert el ciclisme l'acosta a esports com el futbol, el bàsquet o l'handbol. El fenomen més destacat en la nostra investigació és l'aparició dels equips patrocinats per estats. No és un fenomen nou. Als anys vuitanta, hi va haver el cas del Café de Colombia. Però va ser un cas efímer. Ha estat en aquests darrers anys quan s'ha estès amb equips com l'Astana del Kazakhstan, l'UAE Team Emirates, el Bahrain-McLaren o l'Israel Start-up Nation. Ara bé: no es tracta d'equips formats per corredors d'aquestes nacions sinó que els seus líders i el gruix de les esquadres són ciclistes del màxim nivell, principalment europeus. És a dir, es tracta de moviments inversors equiparables als que hi ha hagut en el futbol europeu (Ginesta i San Eugenio, 2014).

Els resultats de la nostra investigació demostren el pes de la cultura en el procés d'evolució de l'esport. Les curses que es disputen en els quatre països bressol del ciclisme gaudeixen d'un prestigi i un seguiment que a hores d'ara semblen imbatibles. Enmig d'aquest paisatge, el Tour de França emergeix com la competició de més prestigi.

En aquest sentit, el ciclisme s'aferma com a esport eminentment europeu i en qüestiona el procés d'americanització cap a un sistema de lliga semitancada en un primer estadi, que l'UCI pretenia promoure i que no ha aconseguit d'imposar.

## 6. Conclusions

El projecte de reforma de l'UCI de l'any 2005 pretenia la internacionalització del ciclisme a través de la creació d'una lliga mundial semitancada anomenada UCI ProTour i WorldTour a partir de 2010.

En els quinze anys transcorreguts, es pot concloure que, efectivament, el pilot que competeix en el calendari internacional, i concretament en el Tour de França, s'ha globalitzat, tant pel que fa als corredors i als equips com a les curses que es disputen durant l'any.

No obstant això, el propòsit d'implantar una lliga mundial semitancada no s'ha assolit. D'una banda, per l'oposició dels organitzadors de les grans curses que se celebren en els cinc països europeus que són el bressol del ciclisme professional de carretera. I, d'una altra banda, pel prestigi aconseguit per aquestes grans curses i, especialment, pel Tour de França.

Com a plantejament futur ens podem qüestionar si l'experiència de la lliga mundial semitancada de l'UCI ens pot ajudar a entendre millor el desenvolupament i l'organització d'una superlliga europea de futbol. De ben segur que l'experiència que les parts interessades de la indústria del ciclisme professional de carretera han tingut des del 2005 podria contribuir a redefinir les bases del negoci del futbol a Europa. ●



## Notes

- I1** L'any 1965 la Unió Ciclista Internacional es va separar en dues federacions, una d'*amateur* i una de professional, a instàncies del Comitè Olímpic Internacional. Es van tornar a reunificar l'any 1992. Vegeu: J. MIGNOT (2016), «The history of professional road cycling», a D. van REETH i D. J. LARSON, *The economics of professional road cycling*, Nova York, Springer International Publishing, p. 7-31.
- I2** *L'Équipe* (28 juliol 1986), p. 1.
- I3** En el cas dels corredors, l'anàlisi va fins a l'any 2019 atès que, en el moment de tancar aquest article, els equips participants en el Tour de l'any 2020 encara no havien tancat els equips. Aquest 2020, el Tour de França ha hagut de ser traslladat al mes de setembre a causa de la pandèmia de la COVID-19.
- I4** Es tracta de les curses Milà - San Remo (1907), el Tour de Flandes (1913), la Paris-Roubaix (1896), la Lieja-Bastogne-Lieja (1892) i el Giro de la Llombardia (1905).
- I5** En el moment de tancar aquest article, ja es tenen confirmats els equips que disputaran l'edició del 2020.

## Bibliografia

- ABT, S. (1990a). *In high gear. The world of professional bicycle racing*. San Francisco: Bicycle Books.
- (1990b). *Lemond: The incredible come back of an American hero*. Nova York: Random House.
- ALBERT, E. (1991). «Riding a line: Competition and cooperation in the sport of bicycle racing». *Sociology of Sport Journal* [en línia], 8 (4), p. 341-361. <<https://doi.org/10.1123/ssj.8.4.341>>.
- ALEXANDER, D.; OCHOWICZ, J. (1986). *Tour de France '86: American Invasion*. South Pasadena, CA: Alexander & Alexander Publishers.
- ANDREFF, W. (2013). «Economie du cyclisme: Succès commercial et équilibre compétitif du Tour de France». A: GUILLAUME, J.; JUDE, J. M. *Le vélo et le droit: Transport et sport*. Paris: Institut Universitaire Varenne.
- (2016). «The Tour de France: A success story in spite of competitive imbalance and doping». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling*. Springer International Publishing, p. 233-255.
- ANDREFF, W.; STAUDOHR, P. D. (2000). «The evolving European model of professional sports finance». *Journal of Sports Economics* [en línia], 1 (3), p. 257-276. <<https://doi.org/10.1177/15270025000100304>>.
- BAČÍK, V.; KLOBUČNÍK, M.; MIGNOT, J. F. (2019). «What made the Tour successful? Competitive balance in the Tour de France, 1947-2017». *Sport in Society* [en línia] [Taylor & Francis (Routledge)]. <<https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1621844>>.
- BADIA PEREA, J. (2013). «The European Superleague. Media pressures, economical and sportive needs». *RUTA Comunicación*, 5, p. 1-25.
- BAXTER, P.; JACK, S. (2008). «Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers». *The Qualitative Report Volume* [en línia], 13 (4), p. 544-559. <<https://doi.org/10.2174/1874434600802010058>>.
- BENJITS, T.; LAGAE, W. (2012). «Using program theory to evaluate sport league reforms: The case of professional road cycling». *European Sport Management Quarterly* [en línia], 12 (1), p. 83-109. <<https://doi.org/10.1080/16184742.2011.637941>>.
- BENJITS, T.; LAGAE, W.; VANCLOOSTER, B. (2011). «The influence of sport leagues on the business-to-business marketing of teams: The case of professional road cycling». *Journal of Business and Industrial Marketing* [en línia], 26 (8), p. 602-613. <<https://doi.org/10.1108/08858621111179877>>.
- BREWER, B. D. (2002). «Commercialization in professional cycling». *Sociology of Sport Journal* [en línia], 19 (3), p. 276-301. <<https://doi.org/10.1123/ssj.19.3.276>>.
- CABAUD, B.; SCELLES, N.; FRANCOIS, A.; MORROW, S. (2016). «Modeling performances and competitive balance in professional road cycling». A: REETH, D. van; LARSON, D. L. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 257-283. <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4>>.

## JORDI BADIA PEREA

- CALVET, J. (1981). *Mythe des géants de la route*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- CHANY, P. (1986). «La voie tracée par Lemond». *Cyclist* (28 juliol), p. 3.
- CHERCHYE, L.; VERMEULEN, F. (2006). «Robust rankings of multidimensional performances: An application to Tour de France racing cyclists». *Journal of Sports Economics* [en línia], 7 (4), p. 359-373. <<https://doi.org/10.1177/1527002505275092>>.
- CUNNINGHAM, J. (2016). «UCI and ASO agree on future of WorldTour». *Cyclist* [en línia] (24 juny). <<https://www.cyclist.co.uk/news/1372/uci-and-aso-agree-on-future-of-worldtour>> [Consulta: 30 març 2020].
- DAUNCEY, H.; HARE, G. (2003). «The Tour de France: A pre-modern contest in a post-modern context». *The International Journal of the History of Sport* [en línia], 20 (2), p. 1-29. <<https://doi.org/10.1080/09523360412331305613>>.
- DESBORDES, M. (2006). «The economics of cycling». A: ANDREFF, W.; SZYMANSKI, S. (ed.). *Handbook on the economics of sport*. Cheltenham (UK); Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, p. 398-410.
- (2008). «The future of the Tour de France: From an independent style of organization to a Formula One model». A: CHADWICK, S.; ARTHUR, D. (ed.). *International cases in the business of sport* [en línia]. Oxford: Butterworth-Heinemann, p. 358-371. <<https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8543-6.50030-5>>.
- FORSTER, J.; POPE, N. (2004). *The political economy of global sporting organization*. Londres: Routledge.
- FREEBURN, L. (2013). «A breakaway league in professional cycling: Issues for the governance and organisation of the sport». *International Sports Law Journal* [en línia], 13 (3-4), p. 193-210. <<https://doi.org/10.1007/s40318-013-0030-4>>.
- FREEMAN, R. E. (1994). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GINESTA, X. (2020). *Les multinacionals de l'entreteniment: Futbol, diplomàcia, identitat i tecnologia*. Barcelona: UOC.
- GINESTA, X.; SAN EUGENIO, J. de (2014). «The use of football as a country branding strategy. Case study: Qatar and the Catalan sport press». *Communication & Sport* [en línia], 2 (3), p. 225-241. <<https://doi.org/10.1177/2167479513486886>>.
- GUEGUEN, G. (2011). «Diversité culturelle et performance des équipes sportives de haut niveau: le cas du Tour de France». *Management International* [en línia], 15 (4), p. 109-122. <<https://doi.org/10.7202/1006195ar>>.
- GUINNES, R. (1993). *The foreign legion: Breaking the barriers of European cycling*. West Yorkshire, Regne Unit: Springfield.
- HOEHN, T.; SZYMANSKI, S. (1999). «The americanization of European football». *Economic Policy* [en línia], 14 (28), p. 203-240. <<https://doi.org/10.1111/1468-0327.00048>>.
- LAGE, W. (2016). «Peculiarities of sponsorship in professional road cycling». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 83-98. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4_5)>.
- MARSH, B. E. (2010). *The emperor and the little king: The narrative construction of Kobe Bryant and LeBron James* [en línia]. Tesi doctoral. Boston: Department of Communication of Boston College eScholarship@BC. Boston College University Libraries. <<http://hdl.handle.net/2345/1322>>.
- MCGANN, B.; MCGANN, C. (2006). *The story of the Tour de France*. Vol. 1: 1903-1964. Indianapolis: Dog Ear Publishing.
- MIGNOT, J. F. (2016a). «Strategic behavior in road cycling competitions». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 207-231. <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4>>.
- (2016b). «The history of professional road cycling». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 7-31. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4_2)>.
- MORROW, S.; IDLE, C. (2008a). «The challenges of modernizing a professional sport: A case study of professional road cycling». A: CHADWICK, S.; ARTHUR, D.; BEECH, J. (ed.). *International cases in the business of sport* [en línia]. Oxford: Butterworth-Heinemann, p. 45-59. <<https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8543-6.50009-3>>.
- (2008b). «Understanding change in professional road cycling». *European Sport Management Quarterly* [en línia], 8 (4), p. 315-335. <<https://doi.org/10.1080/16184740802461603>>.
- PALMER, C. (1998). «Outside the imagined community: Basque terrorism, political activism, and the Tour de France». *Sociology of Sport Journal* [en línia], 18 (2), p. 143-161. <<https://doi.org/10.1123/ssj.18.2.143>>.
- PRINZ, J. (2005). «The influence of money and body weight in professional road cycling: Empirical evidence from the Tour de France». A: IASE Conference Papers (No. 0523). *International Association of Sports Economists* [en línia] (juny). <<https://EconPapers.repec.org/RePEc:spe:paper:0523>> [Consulta: 24 març 2020].

## EL CAS DEL CICLISME PROFESSIONAL DE CARRETERA

- PUJADAS I MARTI, X.; SANTACANA I TORRES, C. (2012). «Prensa, deporte y cultura de masas. El papel del periodismo especializado en la expansión social del deporte en Cataluña hasta la Guerra Civil (1890-1936)». *Historia y Comunicación Social* [en línia], 17, p. 141-157. <[https://doi.org/10.5209/rev\\_hics.2012.v17.40603](https://doi.org/10.5209/rev_hics.2012.v17.40603)>.
- REBEGGIANI, L. (2016). «The organizational structure of professional road cycling». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling*. Springer International Publishing, p. 33-54.
- REBEGGIANI, L.; TONDANI, D. (2006). *Organisational Forms in professional cycling: Efficiency issues of the UCI ProTour. A: IASE Conference Papers (No. 0613)*. Hannover: International Association of Sports Economists.
- REETH, D. van (2016a). «Globalization in professional road cycling». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 165-205. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4_9)>.
- (2016b). «The finances of professional cycling teams». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 55-82. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4_4)>.
- (2016c). «TV viewing of road cycling races». A: REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.). *The economics of professional road cycling* [en línia]. Springer International Publishing, p. 99-128. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-319-22312-4_6)>.
- (2019). «Forecasting Tour de France TV audiences: A multi-country analysis». *International Journal of Forecasting* [en línia], 35 (2), p. 810-821. <<https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2018.06.003>>.
- REETH, D. van; LARSON, D. J. (ed.) (2016). *The economics of professional road cycling*. Springer International Publishing.
- RODRÍGUEZ-GUTIÉRREZ, C.; FERNÁNDEZ-BLANCO, V. (2017). «Continuous TV demand in road cycling: The 2015 Vuelta a España». *European Sport Management Quarterly* [en línia], 17 (3), p. 349-369. <<https://doi.org/10.1080/16184742.2016.1238498>>.
- ROGGE, N.; REETH, D. van; PUYENBROECK, T. van (2013). «Performance evaluation of Tour de France cycling teams using data envelopment analysis». *International Journal of Sport Finance*, 8 (3), p. 236-257.
- ROTTENBERG, S. (1956). «The baseball players' labor market». *Journal of Political Economy*, 64 (3), p. 242-258.
- SENAUX, B. (2008). «A stakeholder approach to football club governance». *International Journal of Sport Management and Marketing* [en línia], 4 (1), p. 4-17. <<https://doi.org/10.1504/ijsmm.2008.017655>>.
- SLOANE, P. J. (1971). «The economics of professional football: The club as utility maximiser». *Scottish Journal of Political Economy*, 18 (2), p. 121-146.
- (2006). *Rottenberg and the economics of sport after 50 years: an evaluation*. Bonn: Institute for the Study of Labor (IZA).
- (2015). «The economics of professional football revisited». *Scottish Journal of Political Economy*, 62 (1), p. 1-7.
- STOKES, S. (2016). «Civil war averted: UCI, ASO reach agreement over WorldTour reforms». *Cycling Tips* [en línia]. <<https://cyclingtips.com/2016/06/civil-war-averted-uci-aso-reach-agreement-over-worldtour-reforms/>> [Consulta: 26 gener 2020].
- THOMPSON, C. S. (2008). *The Tour de France: A cultural history* [en línia]. Berkeley; Los Angeles: University of California Press. <<https://doi.org/10.5860/choice.44-3930>>.
- WILLIAMS, T. (1989). «Sport, hegemony and subcultural reproduction: The process of accommodation in bicycle racing». *International Review for the Sociology of Sport*, 24 (4), p. 315-333.
- WITTS, J. (2016). «The great game: UCI vs ASO». *Cyclist* (8 març). <<https://www.cyclist.co.uk/in-depth/939/the-great-game-uci-vs-aso>> [Consulta: 30 gener 2020].
- YIN, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods*. Londres: SAGE.