Sport mondial et culture moyen-orientale, une interaction dialectique récente. Le cas du Liban.

Ziad Joseph Rahal

▶ **To cite this version:**

Ziad Joseph Rahal. Sport mondial et culture moyen-orientale, une interaction dialectique récente. Le cas du Liban.. Architecture, aménagement de l'espace. université Lille 2 ; Faculté des STAPS 2017. Français. NNT : . tel-01799399

HAL Id: tel-01799399

https://theses.hal.science/tel-01799399

Submitted on 31 May 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

UNIVERSITÉ
LILLE II
U.F.R. S.T.A.P.S.

9, rue de l'Université
59790 -Ronchin

THÈSE
pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITE LILLE II,
en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives

Présentée et soutenue publiquement le 13 décembre 2017 par

Ziad Joseph RAHAL

Sport mondial et culture moyen-orientale, une interaction dialectique récente. *Le cas du Liban.*

Directeur de thèse
Professeur Claude SOBRY

Univ. Lille, EA 7369 URePSSS -Unité de Recherche Pluridisciplinaire Sport Santé Société, F-59000

Membres du Jury

Mme Sorina CERNAIANU, Université de Craiova (Roumanie)
Professeur Patrick BOUCHET, Université de Dijon (rapporteur)
Professeur Michel RASPAUD, Université de Grenoble Alpes (rapporteur)
M. Nadim NASSIF, Université Notre-Dame, Beyrouth (Liban)
Professeur Fabien WILLE, Université Lille II (Président)
Professeur Claude SOBRY, Université Lille II (Directeur de thèse)

UNIVERSITÉ
LILLE II
U.F.R. S.T.A.P.S.

9, rue de l'Université
59790 -Ronchin

THÈSE
pour obtenir le grade de
DOCTEUR DE L'UNIVERSITE LILLE II,
en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives

Présentée et soutenue publiquement le 13 décembre 2017 par

Ziad Joseph RAHAL

Sport mondial et culture moyen-orientale, une interaction dialectique récente. *Le cas du Liban.*

Directeur de thèse
Professeur Claude SOBRY

Univ. Lille, EA 7369 URePSSS -Unité de Recherche Pluridisciplinaire Sport Santé Société, F-59000

Membres du Jury :

Mme Sorina CERNAIANU, Université de Craiova (Roumanie)
Professeur Patrick BOUCHET, Université de Dijon (rapporteur)
Professeur Michel RASPAUD, Université de Grenoble Alpes (rapporteur)
M. Nadim NASSIF, Université Notre-Dame, Beyrouth (Liban)
Professeur Fabien WILLE, Université Lille 2 (Président)

Professeur Claude SOBRY, Université Lille 2 (Directeur de thèse)

Remerciements :

Au terme de ce parcours universitaire qui aboutit aujourd'hui à la soutenance de cette thèse, il me revient d'exprimer mes plus sincères remerciements à toutes celles et ceux sans qui, ce travail n'aurait pas pu voir le jour. Pour ne pas risquer de commettre l'impair d'en oublier certaines et certains, je choisis de ne nommer ici personne.
C'est pourtant au sein de multiples rencontres précieuses et éclairantes que ce travail a germé, grandi, et s'est épanoui. Je nourris l'espoir qu'il puisse porter ses fruits pour le plus grand nombre et qu'il soit utile à l'institution universitaire du pays qui m'accueille.

Introduction **8**

Chapitre 1 : Sujet et cadre théorique de la recherche, problématique et méthodologie **13**

1.1 Introduction du chapitre **13**

1.1.2 La problématique 21

1.1.3 Les hypothèses 22

1.1.4 La méthodologie 24

1.1.5 Les contributions de la recherche 29

1.2 Définition du sujet **31**

1.2.1 La mondialisation : définition 31

1.2.2 L'interaction dialectique 41

1.2.3 Les impacts socio-économiques de la mondialisation : un changement des lois du marché 43

-Les Trente Glorieuses (1945-1975) 46

-Les moyens de transports et leurs évolutions 47

-Les moyens de communication et évolution technologique 48

-Les grandes étapes de la mondialisation 49

-Les conséquences : amplificateurs, et acteurs 52

1.2.5 Le sport professionnel 59

1.2.6 Le Moyen-Orient 63

1.2.7 La mondialisation au Moyen-Orient 64

Conclusion du chapitre **68**

Chapitre 2 : Mondialisation : Moyen-Orient, Liban, sport professionnel **69**

Introduction du chapitre **69**

2.1 Le Moyen-Orient : son économie et sa culture 69

2.1.1 Le sport au Moyen-Orient 70

2.2 Le Liban 76

2.2.1 Une entité culturelle, politique et économique 76
2.2.2 Un système basé sur le confessionnalisme 83
2.2.3 Sous l'influence de l'impérialisme culturel et de l'interdépendance entre les États 89
2.1.4 La colonisation 91
2.3 La mondialisation du sport professionnel 93
2.3.1 Définir la mondialisation du sport pour mieux la mesurer 93
2.3.2 Approches économiques : le sport comme facteur de développement 96
2.3.3 Le sport : instrument politique et marqueur identitaire 102
Conclusion du chapitre 104
Chapitre 3 : Étude des indicateurs de l'impact de la mondialisation 106
Introduction du chapitre 106
3.1 Le choix des indicateurs et la définition de la « mondialisation entrante » et la « mondialisation sortante » 106
3.2 Un modèle sportif européen, un mode de vie à l'américaine 110
3.2.1 Présentation du modèle sportif adopté au Liban 110
3.2.2 Les habitudes et le mode de vie des joueurs professionnels libanais 116
3.2.3 Les pratiques sportives préférées des Libanais 118
3.3 L'impact des grands événements sportifs : Organisation et participation 122
3.4 Observation des ventes des équipements de sport au Liban 131
3.4.1 Ventes, publicités et contrefaçons 131
3.4.2 L'influence chinoise et américaine sur le basket-ball libanais 134
3.4.3 L'émergence des ventes en ligne 138
3.5 Le mécénat 141
3.6 L'attractivité de la ligue libanaise de basket-ball 147
3.7 La diaspora libanaise 152
3.8 La médiatisation du sport professionnel au Liban 159

Conclusion du chapitre **168**

Chapitre 4 : Résultats et Discussions **171**

Introduction du chapitre **171**

4.1 L'influence du passé colonial sur le Liban : une domination occidentale **173**

4.1.1 Influence française et européenne 173

4.1.2 Vers une « américanisation » du sport au Liban. 175

4.1.3 Influence internationale 176

4.1.4 Impact politico-confessionnel 178

4.2-Le sport professionnel en Asie : le Liban face à deux géants, Chine et Qatar **182**

4.2.1 La Chine 182

4.2.2 Le Qatar 184

4.3 Facteurs amplificateurs et atténuateurs de la mondialisation **188**

4.3.1 La diaspora 188

4.3.2 La participation et l'organisation aux évènements 191

4.3.3 Les décisions prises par la fédération de basket-ball 192

Conclusion du chapitre **193**

Conclusion générale **198**

Annexes **203**

Annexe 1 : Questionnaire aux joueurs professionnels libanais **203**

Annexe 2 : Questionnaire aux spectateurs libanais **206**

Annexe 3 : Guide d'interviews (en français) **209**

Annexe 4 : Guide d'interviews (en anglais) **210**

Bibliographie **211**

Les tableaux **233**

Les schémas **235**

Les cartes **235**

Introduction

La discipline dont ce travail fait l'objet, est bien mal connue, car la socio-économie du sport au Moyen-Orient est un chantier récent dans le domaine de la recherche. L'économie du sport est une branche complexe de l'économie devant prendre en compte tant les activités ludiques insignifiantes et improductives, consommatrices de richesse bien que socialement utiles, jusqu'aux investissements lourds publics et privés, producteurs de richesses, directement et indirectement grâce aux activités induites générées.

Du « panem et circenses » des Romains, à « l'important c'est de participer » du baron De Coubertin faisant allusion aux Jeux Olympiques modernes, le sport est devenu un phénomène socio-économique mondial. Relayé par les médias tout au long du XXème siècle et jusqu'à nos jours, il a bénéficié de cette exposition pour son propre développement, mais a surtout servi de vecteur à celui de nombreux autres secteurs d'activités, ainsi qu'à de nombreuses reprises de médiateurs politiques. Le sport moderne a tout envahi, et son impact s'est considérablement étendu à tous les niveaux des échanges socio-économiques actuels : constructions, infrastructures, équipements, biens de consommation, articles commerciaux de tous genres, tourisme, loisir, santé, etc.

Cette approche scientifique se définit comme une branche de l'économie qui réfléchit à l'incidence du phénomène sportif, amateur ou professionnel, sur l'ensemble des échanges économiques et sociaux. Comme l'a exprimé Claude Genzling[1] « *Le sport est un creuset où s'entremêlent de la science, de la technologie, des médias et pour tout dire, de l'argent et de la puissance économique*. » Ceci se vérifie dans tous les aspects du monde globalisé dans lequel nous baignons.

Le sport en effet, est un moteur puissant de l'économie qui génère richesses et emplois. Selon le cabinet AT Kearney (2013), l'industrie de sport cumule une dépense annuelle totale dans le monde, qui s'élève à 600 milliards de dollars. Si l'on agrège l'événement sportif (la billetterie, le sponsoring, les droits de diffusion et les produits sous licence) et l'équipement structurel, le textile, les accessoires, il atteint près de

[1] Tirée du magazine francophone des arts graphiques au Canada intitulé « l'affichage dans le sport un important moteur économique » Janvier / Mars 2015, Vol.78 -No. 1 page 46.

1200 milliards d'euros. Le secteur du sport génère près de 2% du PIB mondial (Bertrand 2015).

Le processus d'intégration des marchés et de rapprochement des hommes, la libéralisation des échanges, l'évolution des moyens de transport, et des technologies de l'information et de la communication (télévision, internet…), donnent aux pratiques sportives nées en Occident, une portée universelle. Elles se sont propagées dans le monde entier notamment au Moyen-Orient, au gré des circonstances qui ont accéléré et amplifié le phénomène de la mondialisation.

Pour bien des raisons cette mondialisation du sport professionnel et ses impacts sur le Moyen-Orient, constitue un thème peu étudié. La première de ces raisons trouve sa source à l'époque postcoloniale qui constitue un moment de rupture radicale entre l'Occident et l'Orient, entre les dominations impérialistes -le berceau des pratiques sportives modernes -et les pays anciennement colonisés. Une deuxième raison est liée à l'insuffisance des recherches et des données statistiques dans le sport, ainsi que l'absence d'organismes susceptibles de les traiter dans les pays arabes.

La relation entre le sport mondial et la culture moyen-orientale, n'a jusqu'à présent pas fait l'objet d'une étude spécifique. Il s'agit de mettre en présence deux paramètres de la science socio-économique : la culture orientale et la mondialisation du sport professionnel. Le présent travail n'a pas la prétention de couvrir une problématique d'une telle ampleur, mais veut apporter un éclairage neuf sur une matière peu connue.

Notre champ d'étude est le Liban un pays du Moyen-Orient, carrefour de cultures parmi les plus anciennes et les plus diversifiées au monde. Le Liban moderne a vu le jour après des siècles de conflits et des invasions successives sur son territoire. Il est le carrefour où se rencontrent les religions monothéistes, reparties en dix-huit confessions dessinant la mosaïque de la République libanaise. Le pays du cèdre est cet arbre fragile sur lequel grandi le partage équitable de pouvoirs entre ces différentes communautés.

Il s'agira alors d'un côté, d'étudier comment le sport mondial se manifeste dans la société libanaise et de voir quels impacts il produit sur le sport local, et d'un autre

côté, de mesurer les conséquences que le sport professionnel libanais, marqué par sa culture moyen-orientale, joue sur le sport mondial.

Cette étude comprendra quatre chapitres. Le premier s'attachera à définir les termes de la recherche, sa problématique, ses hypothèses, la méthodologie adoptée, les contributions sollicitées, pour mieux appréhender le champ scientifique dans lequel s'inscrit notre réflexion. La mise en relation des dimensions sociologiques et économiques du sport ainsi qu'à un dialogue entre la sociologie du sport et l'économie du sport a commencé vers les années 1990. (Andreff 1989, Irlinger et al. 1992). L'enjeu principal de la délimitation de ce champ socio-économique réside dans la possibilité de créer un dialogue régulier entre l'économie et la sociologie du sport. Dans un second temps, cette étude se concentrera sur un territoire géographique précis, le Liban. Parmi les pays occidentaux, la France semblait dotée des potentialités les plus adaptées pour peser sur l'échiquier mondial au niveau économique, politique et culturel, et devenir un modèle de référence, notamment pour le Liban sur lequel elle a eu une influence dans le domaine éducatif et culturel.
Entre 1975 et 1990, le Liban était plongé dans ses conflits internes, et subissait un isolement qui l'écartait d'une mondialisation qui aurait pu lui donner les moyens de développer des échanges sportifs. A cette époque, les pays de la région comme le Qatar, les Émirats et le Koweït n'étaient pas encore prêts à s'engager dans le jeu de la mondialisation comme c'est le cas aujourd'hui, à cause de l'absence de dialogue entre eux et l'Occident. Grâce à la mondialisation et aux échanges commerciaux très intenses du pétrodollar, le sport s'est imposé comme un phénomène social majeur dans la région. Pour le Liban, la paix retrouvée aurait pu être une chance pour renouer avec son passé d'échanges avec l'Occident, qui lui aurait donné un atout majeur dans le domaine du sport professionnel. Le pays n'était pas au rendez-vous. Pendant ce temps, tournant la page de son isolement, le Proche-Orient s'était investi dans le paysage sportif occidental et avait développé une stratégie d'implantation au sein des clubs. Ceci est devenu évident dans le domaine du football, il suffit de constater son sponsoring considérable dans les grands clubs européens (*Qatar Airways*, Qatar Foundation), et émiraties (*Emirates*, *Etihad*) et qui projette ces pays sous les projecteurs de la mondialisation.

Le chapitre deux, met en présence la réalité libanaise et plus largement moyen-orientale, face à la mondialisation du sport professionnel. Cette zone est-elle au cœur

d'enjeux mondiaux dans le domaine sportif ? La réponse à cette question doit être cherchée dans une approche plus globale de la réalité à la fois culturelle, commerciale, financière, sportive…
Le Liban dans son espace régional, est considéré comme un point stratégique de l'émergence du capitalisme et des développements sportifs à l'occidentale. Il est un relais vers les autres pays arabes. Il s'agira dans ce chapitre de chercher à mieux comprendre la mondialisation du sport professionnel, afin de voir comment mettre en place un outil de mesure. A l'image d'un baromètre, il nous permettra de mesurer les effets entrants et sortants de la mondialisation du sport.

Dans une troisième étape, il s'agira de dégager quelques indicateurs de nature à nous servir de panneaux de signalisation pour nous guider dans la compréhension de la place du sport professionnel au Liban et son impact dans le domaine de la mondialisation et réciproquement. Ces indicateurs feront référence aux travaux de Jean-François Bourg (2012), auteur d'une dizaine d'ouvrages spécialisés sur les enjeux économiques du sport, et de Wladimir Andreff (2013) qui a présenté un programme détaillé de la mondialisation économique du sport et ses enjeux.
Pierre Parlebas (2004), sociologue français et théoricien de l'éducation physique et sportive contemporaine, a évoqué le passage du jeu amateur au sport professionnel. Son approche nous permettra de voir combien les pays en voie de développement, dépensent souvent leurs maigres deniers dans des équipements et des événements sportifs qui ne semblent pas prioritaires au regard des besoins de la population.
Enfin, les travaux de Max Horkheimer et Theodor Adorno (2012), sociologues allemands, nous permettront d'éclairer notre recherche et de mesurer combien les grandes traditions culturelles du passé inspirent les pratiques de chaque peuple.

Le quatrième et dernier chapitre sera consacré aux résultats obtenus et à leurs analyses. Il présentera les résultats empiriques de la recherche et s'appuiera sur les indicateurs choisis au troisième chapitre. Face à notre problématique : *quels sont les impacts socio-économiques de la mondialisation sur le sport professionnel du Moyen-Orient et de la culture de ces derniers sur l'évolution mondiale du sport* ? La recherche s'est appuyée non seulement sur les ouvrages de spécialistes dans les domaines de l'économie et de la sociologie du sport, mais s'est élargie à des enquêtes de

terrain, à des entretiens et de nombreuses analyses statistiques à partir des données quantitatives recueillies.

Les enjeux d'une telle recherche pourraient paraitre bien dérisoires au regard des grandes préoccupations qui peuplent le champ de la mondialisation et de ses implications. N'est-ce pas aussi regarder la réalité du Liban par le petit bout de la lorgnette que de prendre le sport professionnel pour analyser une réalité globale des plus complexes ? On ne peut ignorer que ce pays se trouve entouré de conflits ouverts ou latents avant de nous lancer dans l'exposé de la problématique et de la méthodologie d'une telle recherche, nous voulons rappeler combien toute investigation doit s'habiller de modestie pour faire avancer quelques résultats.

Chapitre 1 : Sujet et cadre théorique de la recherche, problématique et méthodologie

1.1 Introduction du chapitre

« La culture est un antidote à la violence, car elle nous invite à la compréhension d'autrui et féconde la tolérance, en nous incitant à partir à la rencontre d'autres imaginaires et d'autres cultures. » Renaud Donnedieu De Vabres (2005)[2]

Après avoir été sous protectorat de l'Empire britannique, six des dix Emirats (Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Charjah, Oumm el Quiwain) que l'on nommait autrefois « États de la trêve » accèdent à leur indépendance et forment une fédération : les Émirats Arabes Unis (Zouaoui, 2013). Le 2 décembre 2011, cette fédération qui comptait six États membres au départ, et sept aujourd'hui -rejoint par Ras el Khaimah en1972 -a fêté ses quarante ans. A cette occasion, l'équipementier Puma a eu l'idée de créer un modèle spécial de chaussures de sport en reprenant les couleurs du drapeau des Emirats Arabes Unis. La sortie de ce modèle dans les magasins des Emirats a aussitôt provoqué une vague d'indignation exprimée par la réaction de madame Aida Al Busaidy (2011)[3], une spécialiste des médias des Emirats : *« Un drapeau national représente un pays et ce qu'il signifie, et il est absolument incorrect de le faire figurer sur des chaussures ou sur quoi que ce soit porté sur les pieds. C'est un grand manque de respect. »*

Ceci a contraint Puma à le retirer du marché et à diffuser un communiqué pour s'excuser : "*Puma apologises for any trouble caused on this matter. The shoe was never intended to upset or offend our customers here in the Middle East, but to give the people of the UAE a piece of locally-created design as a symbol of recognition of this great occasion.*"[4]

[2] Intervention devant le Cercle des Ambassadeurs le 30 Septembre 2005. Tiré du site : http://www2.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/donnedieu/ambassadeurs05.html

[3] Tiré du blog de Benjamin pelletier : Gestion des Risques Interculturels Entreprises & Management Interculturel. Intitulé « La maladresse interculturelle de Puma » publié en ligne le dimanche 11 décembre 2011.

[4] Tiré du magazine en ligne « emirates247 » intitulé : Puma apologises for shoes with UAE flag colours, publié par Joseph George le mardi 29 November 2011. https://www.emirates247.com/news/emirates/puma-apologises-for-shoes-with-uae-flag-colours-2011-11-29-1.430783

Suivant notre traduction : *« Puma s'excuse pour tout désordre causé par la sortie de cette chaussure n'avait pas pour intention de blesser ni d'offenser nos clients au Moyen-Orient mais de partager avec les populations des Emirats un motif créé localement comme symbole de reconnaissance lors de cette grande occasion. »*

Cette réaction peut sembler paradoxale, qu'un hommage puisse être interprété comme une offense. De nombreuses marques de chaussures reprennent les couleurs et les motifs de drapeaux nationaux, notamment pour des occasions spéciales. Par exemple, lors de la coupe du monde de football 2010, la marque « Superga » avait sorti six modèles avec les drapeaux du Royaume-Uni, de l'Afrique du Sud, de la France, des Etats-Unis, de la Jamaïque et de l'Italie sans avoir de problèmes.

Selon Aida Al Busaidy, les responsables de Puma n'ont rien compris à la culture locale :
« Ils ont vraiment besoin de comprendre les valeurs culturelles de la nation. Sur quelle base ont-ils décidé d'utiliser ces couleurs ? Ont-ils mené des recherches et parlé avec quelqu'un de la population émiratie pour savoir si c'était acceptable de mettre le drapeau sur ces chaussures ? Peut-être que c'est acceptable pour les Italiens. Mais pas pour nous. »[5]
Si les Emiratis se sont sentis offensés par le modèle proposé par Puma, c'est que la chaussure n'a pas le même statut dans les pays arabes que dans les pays occidentaux.
Dans la culture moyen-orientale, la chaussure qui est en contact avec le sol, ses saletés et immondices est considérée impure. Ceci explique pourquoi tout musulman doit se laver les pieds avant sa prière.
Il est impensable de pénétrer dans une mosquée chaussures aux pieds, ou alors en les tenants à la main semelle contre semelle.

Plus globalement, la maladresse de Puma s'inscrit dans un décalage culturel entre Occident et Moyen-Orient.
Puma -troisième équipementier sportif dans le monde après Nike et Adidas-est une entreprise allemande d'articles de sport fondée en 1948 par Rudolf Dassler, frère d'Adolph Dassler, dit « Adi », fondateur d' « Adidas ».

---

[5] Tiré du blog de Benjamin pelletier : Gestion des Risques Interculturels Entreprises & Management Interculturel. Intitulé **«** La maladresse interculturelle de Puma » publié en ligne le dimanche 11 décembre 2011.

Par rapport à eux la chaussure de sport est un vecteur d'identité, un signe d'appartenance à un groupe et un support des valeurs propres à ce groupe. En toute logique, l'équipementier en a conclu que rien ne pouvait mieux illustrer cette identité, cette appartenance et ces valeurs que le drapeau national.
Mais cette vague trouva des obstacles culturels sur son chemin. Ce fut le cas avec les pays arabes où la chaussure est indissociable de la notion d'impureté.

De même en juillet 2009, le magasin Harvey Nichols a été forcé de retirer ses chemises du marché émirati. Il avait mis en vente des t-shirts représentant un chien "bulldog" avec le drapeau des émirats en arrière-plan. L'entreprise a été obligée de s'excuser auprès du peuple arabe, qui considère cette image comme une insulte.

Pour l'entreprise anglaise comme pour les Occidentaux, le bulldog est un symbole qui personnifie au choix, le caractère, la loyauté, la fiabilité et la puissance… En effet, le club de football de Lille, « le Losc » adopte d'ailleurs le bulldog pour symbole, d'où le surnom de l'équipe, « les dogues ».

Cette anecdote illustre ce que suscite la mondialisation économique du sport. L'entreprise occidentale allemande Puma, n'est pas seulement un vendeur d'articles de sport sur le marché émirati, mais un agent qui doit tenir compte de la spécificité de la culture moyen-orientale, de son influence sur la société et les comportements des citoyens dans ces pays.

En lisant cet exemple entre les lignes, nous voyons combien en dépit d'une longue fréquentation, Occident et Moyen-Orient sont restés à la surface d'une vraie communication permettant de mieux comprendre les spécificités de chacun et les enjeux culturels.

1.1 Le champ de la recherche

Sujet : *Sport mondial et culture Moyen-Orientale : une interaction dialectique récente. Le cas du Liban*

La mondialisation est un processus de mise en relation, d'interaction entre toutes les parties de la planète qui fonctionne en système et dont les éléments sont interdépendants, reliés par des circuits de rétroaction qui selon une échelle allant du local au mondial établit des jeux d'acteurs entre les individus, les collectivités, les entreprises et les États (Augustin, 2011).
Meintel et Leblanc (2003) suggèrent que la mondialisation c'est le local internationalisé et l'international localisé et que mener une vie éclairée exige de nos jours une vue au moins tant soit peu éclairée du jeu d'échecs mondial dont nous sommes tous des pièces. Cette réciprocité s'applique aussi à la mondialisation du sport professionnel. Elle est un fait que l'on peut vérifier sur tous les niveaux. Étant donné l'évolution des médias, surtout celle de la télévision et, plus récemment, des réseaux sociaux, cela a élargi davantage son champ d'influence touchant plusieurs aspects de la vie quotidienne des gens.

La mondialisation est un phénomène qui peut être de type économique, politique, social et culturel. Le présent travail n'a pas la prétention de répondre à toutes les questions qui se posent dans les différents types de mondialisation du sport professionnel, la recherche se limite donc, dans un premier temps, à en étudier les aspects socio-économiques.
Loin des fonctions premières du sport qui sont l'éducation, la pédagogie, l'épanouissement personnel et l'acquisition de vertus collectives… aujourd'hui, l'organisation du sport mondial obéit avant tout à une logique marchande.

Nous rappelons que le sport fait recette avec les droits télévisés, le marketing, le sponsoring, les relations publiques, etc… des sommes atteignant des millions d'euros.
D'après Wladimir Andreff (2011), il n'existe pas de comptabilité économique du sport au niveau international mais une estimation faite en 2011, de la taille des principaux marchés du sport peut être donnée de cette manière :

-Marché mondial de tous les biens et services sportifs : 550-600 milliards €.
-Marché mondial du football (tous les biens et services liés à ce sport) : 250 milliards €.
-Marché mondial de tous les articles de sport : 150 milliards €.
-Commerce international d'articles de sport : 30 milliards €.
-Marché mondial des droits de retransmission télévisée d'événements sportifs : 60 milliards €.
-Marché mondial du sponsoring sportif : 18 milliards €.
-Marché mondial du dopage : 6 milliards €.
Par exemple la fédération internationale de football (F.I.F.A.) organise la Coupe du monde de football dont elle fait un produit, et qu'elle commercialise et dont elle détermine les règles qui la régissent[6].

Cela ressemble au mécanisme classique de l'économie libérale. Elle se fonde sur les lois du marché : l'offre, la demande et la concurrence. Le sport-spectacle fonctionne de la même manière. Il s'agit bien d'un produit au sens économique du terme. Ainsi, pour les spectateurs directs, le match constitue un produit combinant les compétences diverses des salariés, les joueurs avec leurs spécialités, et tout l'entourage technique, avec du capital, l'ensemble des équipements nécessaires. Il s'agit alors d'un produit fini – on peut en parler ainsi, dans la mesure où il y a présence de deux équipes.

Vendu aux médias, le match n'est alors qu'un produit semi-fini puisque ces derniers l'utilisent pour créer une image à l'aide d'un travail et d'un capital spécifiques. Le produit fini n'intervient que lorsqu'il devient image reçue sur nos écrans – dans le cadre de la coupe du monde de football[7], on remarquera que si une image internationale est vendue aux multiples médias acheteurs qui la diffusent partout sur la planète[8], ceux-ci peuvent aussi insérer des images spécifiques, soit pour mettre l'accent

[6] Environ 90% des recettes de la FIFA proviennent de la vente des droits pour la Coupe du Monde de la FIFA™ dans les domaines de la télévision, du marketing, de l'hospitalité et des licences.
[7] Dans le tableau suivant, la FIFA sur son site Internet déclare 30 milliards de téléspectateurs en audience cumulée pour la compétition de 2014 au Brésil : toutefois, elle ne cite pas les sources à partir desquelles elle peut annoncer une telle audience, ni le mode de calcul de celle-ci, ni s'il s'agit du visionnage par les téléspectateurs de matches en entier ou de bribes de ceux-ci (au moins une minute pour l'ensemble de la compétition !). D'autre part, on peut remarquer que, depuis 1994, il n'y a pas de progression en la matière.
[8] Ainsi, dans le tableau suivant, on remarque une multiplication par 10 des droits TV de retransmission de la coupe du monde entre 1998 (France) et 2002 (Corée du Sud/Japon), puis par 2 entre 2006 (Allemagne) et 2010 (Afrique du Sud) : on constate, par ce biais, que la volonté de la FIFA de s'ouvrir à d'autres marchés que ceux

sur une phase de jeu, soit pour insérer des publicités. Il y a donc mondialisation de l'évènement mais aussi une « glocalisation », c'est-à-dire la combinaison du global et du local.

Tableau n°1 : Audiences cumulées et montants des droits TV de la coupe du monde FIFA, 1986-2014 :

Pays de l'organisation	Année	Nombre de pays diffuseurs	Audience cumulée /en milliards de téléspectateurs	Droits de tv/en millions d'euros
Mexique	1986	109	13.5	31
Italie	1990	103	26.7	66
Etats-Unis	1994	129	32.1	77
France	1998	163	24.8	94
Corée/Japon	2002	187	28.8	908
Allemagne	2006	181	26.3	1048
Afrique du Sud	2010	204	26.0	2100
Brésil	2014	204	30.0	3200

Source : FIFA 2016

L'impact des facteurs économiques du sport spectacle ne doit pas gommer la dimension sociale de celui-ci, en particulier dans l'espace géographique du Moyen-Orient où le sport est intégré à la culture moyen-orientale. Traditionnellement, le sport était intégré au ministère de l'éducation dans plusieurs pays arabes notamment au Liban, où la séparation a été faite en l'an 2000 (Nassif, 2015).

Grâce à la mondialisation, le sport est devenu un phénomène social majeur dans cette région du monde, considérée « en retard » dans le processus de développement, par rapport aux occidentaux.

Il ne suffit pas d'observer seulement la place qu'il occupe dans la vie quotidienne des citoyens, mais les impacts sociaux du sport professionnel dans le monde arabe peuvent être analysés sous trois aspects : les formes d'intervention de l'État dans le sport; le sport et les pratiques socioculturelles; la commercialisation du sport (Amara, 2012, 2014). Ceci explique pourquoi nous parlons d'une interaction dialectique entre le sport mondial et la culture moyen-orientale.

traditionnels de l'Europe et de l'Amérique latine contribue à développer l'économie du football, dans ce cas, très favorable à la FIFA elle-même.

Notre recherche, donc, s'inscrit dans un champ scientifique socio-économique. Le terme socio-économie du sport est apparu dès la fin des années 1960. Le socio-économique tient à la fois du domaine social et économique, de la combinaison ou de l'interaction de facteurs sociaux et économiques (Guérin, 1978).

L'enjeu principal de la délimitation de ce champ réside dans la possibilité de créer un dialogue régulier entre l'économie et la sociologie du sport. Son intérêt renvoie moins à la tentative de réaliser une synthèse des deux disciplines qu'à la possibilité de créer un espace dans lequel économistes et sociologues du sport puissent questionner et confronter leurs problématiques et leurs théories en vue d'un renouvellement (Gasparini, 1997, 2007).

Dans un second temps, l'étude sera circonscrite à un territoire géographique précis qui sera le Moyen-Orient. Il est beaucoup plus réaliste et judicieux pour une recherche de cette envergure de faire un tel choix :

Certains pays occidentaux comme la France, avaient les piliers nécessaires pour recevoir la mondialisation et en utiliser les atouts pour devenir très concurrentielle sur l'échiquier mondial au niveau économique, politique et culturel.

A ce même moment, plongés dans les conflits sociopolitiques, des pays du Moyen-Orient tel que le Liban, subissaient la mondialisation alors qu'ils auraient pu développer les échanges sportifs. Les autres comme le Qatar et les Émirats et le Koweït n'avaient pas les moyens d'accueillir ces derniers à cause de l'absence historique de dialogue entre les cultures occidentales et moyen-orientales (Al Tamimi, 1995).

Au Moyen-Orient, le sport et les activités qui lui sont liées s'imposent comme un objet d'étude géographique permettant d'analyser les effets de la mondialisation.

Le Moyen-Orient est aujourd'hui au cœur de l'économie de la géopolitique internationale, et du sport professionnel. L'engagement des pays arabes dans l'industrie du sport révèle combien cette implication est grandissante dans l'industrie de sport.

Un véritable carrefour de cultures parmi les plus anciennes et les plus développées au monde, nous citons la culture arabe, turque, perse, kurde, juive… Ce qui marque le plus cette région sont les religions : le Judaïsme, le Christianisme et l'Islam, et leurs branches.

L'espace concerné comprend au minimum le Croissant fertile (Iran, Israël, Palestine, Jordanie, Irak, Syrie, Liban), la péninsule arabique (Arabie saoudite, Yémen, Oman, Émirats arabes unis, Qatar, Bahreïn, Koweït) et la vallée du Nil (Égypte). On y ajoute souvent la Turquie, parfois même le Pakistan et l'Afghanistan. Les États-Unis

n'hésitent pas à y inclure les États du Maghreb (Mauritanie, Maroc, Algérie, Tunisie, Libye), comme le montre le projet de « Grand Moyen-Orient » (Abbassi, 2009). Pour cette raison il a été encore choisi de confiner l'espace géographique, en choisissant le Liban comme terrain d'étude spécifique. Quant à la période d'étude, elle est d'une durée approximative de 23 ans. Elle débute en 1993 et se termine en 2016.

Bien que le 9 novembre 1989 soit une date charnière de la mondialisation, il est important de savoir que la guerre civile au Liban, qui avait débuté en 1975, s'est terminée vers l'année 1991. Donc les données statistiques élémentaires pour le secteur sportif ainsi que les compétitions n'ont pas été disponibles avant 1993.

1.1.2 La problématique

Les enseignements de la revue de littérature que nous présenterons dans la prochaine partie, montrent la complexité du contexte sociologique (société multi confessionnelle), politique et économique de la région du Moyen-Orient.

L'ignorance du champ culturel moyen-oriental de la part de l'Occident où se sont élaborées les règles du sport en général, tend à s'estomper, mais l'on constate aujourd'hui que ce clivage a mis au jour une problématique nouvelle qui peut se formuler de la manière suivante :

Quels sont les impacts socio-économiques de la mondialisation sur le sport professionnel du Moyen-Orient et de la culture de ce dernier sur l'évolution mondiale du sport.

La problématique de notre recherche se divise en quatre parties. Il est d'abord nécessaire en première partie de préciser ce que l'on entend par mondialisation et de décrire les diverses tendances qui y sont associées.

Dans la deuxième partie, il faudra montrer comment le sport professionnel se manifeste au niveau social et économique, dans le monde, au Moyen-Orient, et au Liban.

La troisième partie est consacrée à l'influence de la mondialisation du sport professionnel sur le sport au Liban. Il suffit d'observer les comportements de la société libanaise et d'analyser son activité économique notamment dans l'industrie de sport. Cette réflexion permettra de mesurer son intensité au Liban. Cette interaction nous permettra également de voir l'impact du sport professionnel libanais sur le sport mondial. Et nous étudierons l'existence ou non de cette influence.

La quatrième partie présentera résultats et analyses. Nous y définirons les facteurs atténuateurs et les amplificateurs de la mondialisation du sport professionnel.

1.1.3 Les hypothèses

Subir la mondialisation c'est la situation dans laquelle un pays n'est pas capable de limiter ou contrôler ses effets. Pour cela, il faudra agir afin de peser sur son évolution.
La mondialisation du sport n'est pas un handicap, encore moins une malédiction pour le Liban, elle constitue sans doute sa porte d'entrée dans le XXI^{ème} siècle.
La mondialisation, et la façon dont elle se manifeste au Moyen-Orient, stimule le développement du sport professionnel dans les pays qui le composent, malgré les complexités sociales, économiques, culturelles et politiques de la société libanaise.
Un pays tel que le Liban qui possède un riche potentiel, doit pouvoir trouver les moyens lui permettant de bénéficier de la mondialisation dans les domaines économiques et sociaux, en lui offrant la possibilité d'un renouvellement de son modèle sportif et d'échanges internationaux pour ses joueurs professionnels.

Le cadre ainsi défini permet d'avancer deux hypothèses, qui peuvent être énoncées de la manière suivante :

1- L'intensité de l'impact du sport mondial sur le sport libanais est largement supérieure à l'impact qu'exerce le Liban sur le sport mondial.

Le Liban, d'un point de vue historique, social, culturel et économique, a toujours été marqué par des influences extérieures. La guerre civile par ailleurs, lui a fait subir les effets de l'ouverture mondiale. Il n'arrive pas toutefois à peser de façon ostensible sur le sport ni à imposer ses règles comme le font ses voisins du Moyen-Orient notamment le Qatar et les Emirats. Il doit se faire à une adaptation continuelle dont les principes lui sont imposés par les autres.

Cet énoncé nous permet de comprendre l'orientation d'une telle hypothèse qui comprend deux volets :

a- La mondialisation et la façon dont elle se manifeste aujourd'hui, favorise la domination du sport moderne occidental sur le sport professionnel au Liban.
b- La société libanaise est beaucoup plus intéressée par le sport étranger que par le sport local.

D'autre part, les impérialismes culturels liés à la colonisation et à la mondialisation ont laissé des traces importantes sur l'organisation du sport au Moyen-Orient. Pourtant, l'absence historique de dialogue entre les cultures occidentales et moyen-orientales a, semble-t-il, limité assez largement les échanges sportifs. Depuis les années 1990 et l'ouverture d'une finance mondiale, certains pays du Moyen-Orient ont développé des stratégies politiques et économiques qui commencent à utiliser le sport plutôt qu'à le subir. Ce sont les effets de ces stratégies sur l'internationalisation du sport moyen-oriental que nous allons à présent étudier.

En ce qui concerne le Liban, la littérature sur ce type de stratégies de développement sportif n'est pas encore assez mûre pour avancer une position claire sur le sujet. La seconde hypothèse sera en conséquence plus ouverte dans l'objectif de découvrir l'influence de ce pays sur le reste du monde :

2- L'influence du sport professionnel libanais est mineure à l'échelle mondiale, mais le Liban, peut être considéré comme une sorte de baromètre, permettant à l'occident de mieux comprendre le phénomène de la mondialisation du sport au Moyen-Orient.

Il sera donc cherché à savoir quelles stratégies a développées le Liban pour renforcer ses ressources de pouvoir et comment ces dernières influencent le sport mondial ?
Répondre à ces hypothèses c'est offrir une synthèse qui distingue bien chaque aspect d'un développement réussi ou non du sport national vers l'international, et de montrer à chaque fois les raisons de sa réussite ou de son échec.

Il s'agit de décrire l'ensemble des facteurs qui, d'après les éléments renseignés par la revue de littérature et des relevés sur le terrain, doivent être étudiés pour mettre en place un plan d'action rationnel adapté aux économies, politiques et cultures spécifiques du Liban. Les indicateurs économiques capables d'évaluer l'efficience des stratégies sportives déployées au Moyen-Orient, plus précisément au Liban, permettent de mettre en place un tableau de bord qui dresse le bilan des opportunités exploitées ou négligées, et ainsi d'envisager de nouvelles pistes de développement.

La pertinence de ces différentes pistes ne saurait toutefois être évaluée qu'au regard des spécificités locales et de la place du sport dans la culture et les projets politiques locaux. Pour finaliser l'outil proposé ici, il convient de confronter les modèles occi-

dentaux européen et américain, aux réalités locales du Liban, afin de voir concrètement comment mettre en place des plans de développement sportifs cohérents et efficaces.

1.1.4 La méthodologie

Le but de cette section est d'apporter des précisions sur la méthode scientifique privilégiée dans le cadre de cette étude, pour répondre aux questions et aux hypothèses posées précédemment.

Elle vise également à définir le problème avec précision en écartant tout ce qui est marginal. Pour ce faire, il sera discuté du contexte de la recherche, du champ d'analyse, de la sélection du pays étudié, de la méthode utilisée pour réaliser l'étude, et terminer avec les limites de la recherche.

Notre démarche scientifique est basée sur le questionnement, et l'observation. La question qui se pose : pourquoi mesurer, que mesurer, comment mesurer, quels outils choisir, quelles conditions de mesure, quelles précisions sont souhaitables, comment ensuite traiter les résultats des mesures ?...

Nous avons précisé dans le premier chapitre que le principal but de cette recherche est d'examiner l'impact de la mondialisation du sport professionnel sur le sport au Liban d'une part et l'influence de ce dernier sur le sport mondial d'autre part. Nous avons également souligné que pour répondre à cette question, nous proposons une étude comparative entre les effets entrants (l'ensemble des impacts du sport mondial sur le sport et la société au Liban) et les effets sortants (les impacts qu'exerce le sport professionnel Libanais sur le sport mondial).

La comparaison entre les effets entrants et les effets sortants laisse apparaître des écarts importants quant aux moyens dont disposent le Liban et à la manière dont les instances politiques du pays investissent le domaine sportif.

Bien utilisée, l'analyse comparative comme méthode critique constitue un formidable outil scientifique d'objectivisation des résultats. Elle a toujours été un substitut à l'expérimentation qui se révèle difficile en sciences sociales.

Pour Durkheim, la méthode comparative est « la méthode scientifique en science sociale. « Nous n'avons qu'un moyen de démontrer qu'un phénomène est cause d'un autre, c'est de comparer les cas où ils sont simultanément présents ou absents et de chercher si les variations qu'ils présentent dans ces différentes combinaisons de circonstances témoignent que l'un dépend de l'autre » (Paquin, 2011, p. 62).

Plusieurs auteurs partagent l'avis avec Durkheim et considèrent que la méthode comparative est effectivement essentielle. L'objectif poursuivi, est de construire un outil pour mesurer et comparer nos variables et vérifier nos hypothèses. D'où la nécessité de disposer d'indicateurs.

Il s'agira de rechercher les constantes du développement national du sport au Liban derrière la spécificité des contextes socio-économiques locaux, dans le but de retrouver les indicateurs à prendre en compte pour mesurer la variable culturelle et la variable économique.

Le postulat de départ est que le sport moderne est une production culturelle, liée au système industriel et capitaliste. Il possède des caractéristiques qui lui sont propres (monopoles institutionnels, compétitions internationales, médiatisation, sponsoring… tout ce qui fait que le sport soit sport professionnel (Genty et Sudre, 2014). On peut utiliser cela pour comprendre les constantes du développement national du sport au Liban.

Comment le sport entre en interaction avec la culture libanaise, en séparant ce qui relève des caractéristiques fondamentales du sport (les "constantes", qui ne varient pas d'une culture à l'autre, donnant ainsi au sport son apparente universalité) de ce qui relève de l'adaptation au contexte local (influence du politique, croyances religieuses, état de l'économie locale…). Plus simplement, l'idée est de faire ressortir les spécificités du sport libanais en passant rapidement sur qu'il a de commun avec le sport occidental pour se concentrer davantage sur ce qui l'en distingue. C'est « l'interaction dialectique ».

Il s'agit d'identifier les influences socio-économiques de l'Occident qui modifient les habitudes locales, les comportements, les mimétismes (tenues, expression…) dans le domaine sportif au Liban.

Dans cette recherche, les impacts sur le sport de haute performance ou professionnel et ce qui l'entoure, touchent particulièrement les ventes des grandes entreprises d'articles de sport au Liban, ainsi que les investissements des entreprises étrangères dans ce pays, et l'investissement des entreprises libanaises dans le monde, tout en

observant le modèle sportif adopté, ainsi que les comportements sociaux, « consumer behavior » le comportement du consommateur libanais à travers une étude quantitative.

En parallèle, c'est à l'aide d'une méthode qualitative, des entretiens, que les données furent collectées. En effet, des entrevues semi-directives d'une durée moyenne de deux heures, ont été réalisées dans les bureaux respectifs des interviewés durant la période entre les années 2014 et 2016. Ces derniers sont répartis par catégories d'appartenances religieuses, leurs positions et responsabilités professionnelles représentatives du contexte sportif libanais. À cette fin, un guide d'interview fut construit pour réaliser des entrevues semi-directives, procédure recommandée lorsque des questions d'enjeux, de fonctionnement organisationnel, de reconstitution d'expériences et d'événements passés sont abordées. Les thématiques examinées se réfèrent sur l'impact de la distribution politico-religieuse et ses effets sur le développement du sport au Liban notamment le basket-ball, et sur les interconnections avec le sport occidental. (Exemple de type de question : « Selon vous, l'implication de la religion dans le sport au Liban constitue-t-elle un élément avantageux ou perturbateur ? »).

Tableau n°2. Liste des personnes interviewées par ordre chronologique, leurs positions dans le mouvement sportif et les faits recherchés.

Nom et Prénom	Positions dans le mouvement sportif	Faits recherchés
Sayegh Georges Avril 2015	Ancien joueur de basketball de haut niveau au Liban, responsable sportif et entraîneur dans une grande école.	Informations sur le sport scolaire.
Koubrously Wael Juin 2015	Nageur olympique libanais (Chine 2008, Londres 2012), Responsable de groupe à Décathlon-France.	Informations sur les stratégies du Comité Olympique Libanais. Informations sur le mode de financement du sport au Liban et du marketing sportif.
Nassif Nadim Juillet 2015	Ancien joueur de haut niveau de futsal au Liban et en France, entraîneur de Futsal, professeur en management du sport à l'université, directeur de la formation en management du sport FIFA/CIES à l'université	Informations sur le mode de financement du sport au Liban. Sur le modèle sportif libanais et le professionnalisme. Information sur la corruption dans

	Notre Dame au Liban.	le sport libanais.
Ledon Aurélie Juillet 2015	Docteur en STAPS, Psychologie du sport. INSEP -Institut National du Sport, de l'Expertise et de la Performance.	Information sur les joueurs olympiques français, et les méthodes de travail adoptées en France.
Khoury Maroun Juillet 2016	Ancien joueur de futsal de haut niveau, entraîneur de futsal en première division libanaise, sous-directeur du service du Sport à l'université Saint Joseph.	Information sur le sport universitaire. Sur le mode de fonctionnement des fédérations du football et du futsal.
Dibra Ghayas Juillet 2016	Commentateur de la ligue professionnelle libanaise de basket-ball, présentateur de programme sportif à la télévision.	Informations sur le mode de financement du basket-ball au Liban. Histoire du basket-ball libanais après la guerre. Les recettes télévision du basket-ball. Les sponsors dans le basket-ball libanais.
Arojo Francisco Juillet 2016	Ancien joueur professionnel de futsal à Barcelone. Entraîneur espagnol de l'équipe nationale du Liban futsal. Entraineur de football dans différentes académies libanaises.	Son point de vue sur les sportifs libanais, et la vie au Liban et une comparaison avec le Koweït. Une comparaison entre les méthodes de travail dans le sport en Espagne et au Liban. Ce qui influence le sport au Liban et que dois-t-on changer et/ou améliorer.
Hobeika Mario	Responsable marketing dans la société Mike Sport.[9]	Informations sur le commerce d'articles de sport et loisir, les

[9] Créer au Liban en 1985, Mike sport est l'un des deux magasins d'articles de sport, le plus populaire au Liban. En 2010 il ouvre un magasin en Irak, et deux en Chypre. Il est en expansion régionale et plus tard mondiale.

Août 2016		nombres de ventes et leur évolution à travers les années, et leurs différences en fonction des pratiques sportives.
Hajj Richard Août 2016	Directeur général de la société Class Sport.[10]	Informations sur le commerce d'articles de sport et loisir, les nombres de ventes et leur évolution à travers les années, et leurs différences en fonction des pratiques sportives.
Mina Zeina Août 2016	Ancienne athlète olympique notamment en 1984 à Los Angeles. Directrice de l'Institut d'Éducation Physique et Sportive à l'université.	Informations sur les jeux de la francophonie. La corruption dans les politiques sportives libanaises. Une comparaison des organisations d'événements entre le Liban et l'étranger.
Charaf Tarek Août 2016	Ancien nageur et joueur de water-polo de haut niveau. Docteur en management du sport. Ancien membre du comité olympique libanais et qatari. Entraîneur et consultant sportif.	Information sur le sport au Qatar. Informations sur le sport au Moyen-Orient et une comparaison avec le sport professionnel international.
Sadek Jalal Août 2016	Joueur de tennis international, la catégorie des 11-12 ans.	Comparaison entre les joueurs régionaux et internationaux de sa catégorie.
Khalil Tony Septembre 2016	Ancien joueur libanais de haut niveau de basketball et directeur de l'entreprise « prime time » dans la relation publique et le marketing sportif.	Information sur le marketing sportif au Liban. Information sur les équipes nationales libanaises et les joueurs professionnels libanais.

De même on a eu recours à deux questionnaires de dix-huit demandes qui reprennent la thématique abordée dans les interviews semi-directifs. Le premier a été adressé en

[10] Class sport crée en 1984 au Liban, assure une présence au Moyen-Orient et en Afrique grâce à ses 66 magasins.

2015, par e-mail, à quatre-vingt-six personnes libanaises de spécialisations différentes, à savoir des étudiants et professeurs en sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS), qui s'intéressent au sport local et international. Le choix de notre échantillon a pris en compte l'appartenance confessionnelle des personnes questionnées de manière à ce qu'elles soient réparties équitablement entre les trois catégories qui composent la société libanaise : chrétiennes, musulmanes, et athées.

Entre 2015 et 2016, un deuxième questionnaire a été administré par e-mail à neuf « joueurs professionnels » libanais. Le mot professionnel est bien mis entre guillemets car au Liban le professionnalisme dans le sport n'existe quasiment pas[11] pour autant que le nombre de joueurs professionnels est réduit. Même si notre échantillon peut à première vue paraitre dérisoire il représente cependant une grande majorité de ces sportifs professionnels libanais qui ont aussi dans leur rang des joueurs dont le sport ne constitue pas la source principale de leur revenu. Par ailleurs, il semble que la distinction entre le statut des professionnels et le statut amateur ne soit pas si tranchée, dans la mesure où un certain nombre d'amateurs rémunérés pourraient bien entrer dans la catégorie de sportif professionnel.

Grâce à ces deux enquêtes nous avons tiré des tableaux statistiques ainsi que des résultats pertinents permettant d'affirmer ou infirmer nos hypothèses.

Après la revue de littérature, la problématique, les hypothèses ainsi que la méthodologie proposée, les résultats du travail seront présentés. Les hypothèses qui ont été énoncées précédemment serviront de fil conducteur vers les discussions et les résultats. La conclusion reviendra enfin sur les résultats les plus significatifs de ce travail et ouvrira la porte à de nouvelles perspectives de recherche.

1.1.5 Les contributions de la recherche

Dans cette section nous résumons brièvement les contributions principales de cette thèse.

Comme le tourisme il y a quarante ans, le sport et les activités qui lui sont liées s'imposent comme un objet d'étude géographique permettant d'analyser les spatiali-

[11] Entretien avec Nadim Nassif 2016 : pour lui, le modèle libanais est proche du Shamateurism. Un mot anglais qui est équivalent à l'expression « amateurisme marron » en français et qui signifie : des athlètes qui sont amateurs mais ressemblent à des professionnels par le fait de toucher de l'argent.

tés contemporaines et les effets de la mondialisation. Le sport, omniprésent dans les médias, est devenu un genre commun et un des mécanismes les plus efficaces et les plus rapides de diffusion des pratiques et d'organisation internationale que l'humanité ait connu (Augustin, 2011).

La question de la sélection du sport professionnel et en quelque sorte les limites que nous lui avons imposées au domaine du basket-ball peut paraitre subjective de notre part mais il s'agissait avant tout de limiter notre champ d'observation pour en rendre la pertinence plus saisissable et plus claire. Si cette pratique sportive occupe dans notre étude une place majeure, elle n'est cependant pas exclusive. Son importance tient à trois facteurs en référence aux critères du sociologue britannique Maurice Roche (2000) sur l'importance de la participation et de l'organisation des grands évènements sportifs. C'est dans le basket-ball que le Liban s'est illustrer au plus haut niveau et non pas dans une autre discipline.

La contribution de cette recherche est multiple. De façon générale, cette étude contribue à la littérature existante sur la mondialisation du sport professionnel, et à la littérature quasi inexistante sur la mondialisation du sport professionnel au Moyen-Orient.

Pour la pratique, la contribution de cette recherche est avant tout de confirmer et/ou d'infirmer que le Liban n'est pas démuni face à la mondialisation. Et que malgré l'influence politico-culturelle sur le sport dans le pays, observer si le sport professionnel au Liban est en mesure de s'adapter aux règles du jeu imposé par la mondialisation.

De façon plus précise, cette étude permet de faire le point sur la situation actuelle de l'impact du développement du sport professionnel au Liban sur le sport professionnel en général, dans une échelle régionale et internationale. Elle met en relief le caractère nocif de la structure confessionnelle qui régit le pays.

Aussi, elle permet d'observer l'interaction du sport professionnel libanais avec ses pays voisins et à l'international, et comment le sport au Liban profite et subit les influences exercées par le sport régional et occidental, dans les processus de développement et de mise en place des politiques sportives.

Les pays du Moyen-Orient sont appelés à éviter le repli sur eux-mêmes. Ils ont à favoriser au contraire leur capacité d'ouverture avec l'Occident sur des bases renouvelées. Celle-ci leur permettra d'approfondir et de mieux bénéficier de ce savoir-faire dans leur environnement propre. A son tour, l'Occident doit prendre en considération les

spécificités de la culture moyen-orientale, et aider ces pays à intégrer le processus de mondialisation du sport professionnel, que ce soit au niveau d'organisations d'événements sportifs, participations, diffusions médiatiques, formation des athlètes, sponsoring, etc.
Finalement, pour les recherches futures, quelques suggestions empiriques et méthodologiques s'imposent. D'abord, en poursuivant dans le même cadre d'analyse, il serait certes pertinent d'élargir la comparaison au même secteur, mais sur un territoire différent c'est-à-dire avec un pays comme le Qatar par exemple.

1.2 Définition du sujet

Cette partie va s'attacher à définir les concepts qui vont servir à l'approche de cette étude. Les éléments qui y figurent sont indispensables pour cerner l'approche socio-économique du sport mondial dans le contexte de la culture moyen-orientale.
L'approche du sport professionnel dans sa dimension internationale, tel qu'il se présente dans le contexte Moyen-Oriental, ne peut être envisagée hors du champ de la mondialisation actuelle, et de son interaction dialectique.

1.2.1 La mondialisation : définition

Le terme « mondialisation » suscite des débats et des controverses, le plus souvent, emprunts de confusion. En effet, s'il est un phénomène récent pour certains et anciens pour d'autres, la mondialisation est tantôt parée de toutes les vertus, tantôt affublée de tous les vices (Pociello, 1995).

Cette première partie propose tout d'abord une grille de définitions de la mondialisation, ses origines à travers le temps, les différentes facettes de ce phénomène contemporain, et ce qui le différencie de la « globalisation ».

En premier lieu, il est important de revenir sur les différentes définitions accordées à ce terme par différents économistes, sociologues, géographes, et philosophes. Puis de le replacer dans une perspective historique longue, afin de mieux comprendre les circonstances qui l'influencent aussi bien positivement que négativement.

En second lieu, il s'agit de passer en revue les causes constituant les principaux moteurs de la mondialisation comme l'augmentation de la population (les

consommateurs), les moyens de transport et de communications et les nouvelles technologies. Ces derniers sont susceptibles d'engendrer, à très long terme, une tendance au rattrapage des pays les plus riches par les plus pauvres.

Par la suite, cette recherche se portera sur les acteurs du processus de mondialisation. Notamment les acteurs institutionnels comme les États qui définissent les politiques économiques et disposent d'outils importants en matière politique (création des lois) et en matière monétaire et fiscale. Puis les organisations internationales comme l'ONU (Organisation des Nations unies) ou encore le FMI (Fonds monétaire international). Les organisations non gouvernementales dites ONG, proposent une action en faveur du développement à l'échelle de la planète, comme la Croix-Rouge au niveau social, ou le Comité international olympique dans le sport.

Enfin, ce chapitre consacré au cadre théorique de la recherche se termine sur les retombées de la mondialisation. Toutefois, cette dernière qui possède beaucoup d'avantages, comporte aussi des inconvénients, notamment en raison de l'instabilité économique et financière qu'elle favorise en l'absence de régulations adéquates, et des inégalités qu'elle creuse entre les pays, les entreprises et les peuples.

Nous avons collecté un ensemble non-exhaustif de trente définitions différentes de la mondialisation. Cette énumération peut paraitre longue et ennuyante, elle reste cependant révélatrice de l'impact du phénomène devenu incontournable dans toute approche pluridisciplinaire. Dans la majorité des cas, ces définitions partent du point de vue de leur auteur qui dépend de sa spécialisation, de sa culture, et de sa localisation. Ce qui induit à penser que la mondialisation fait l'objet d'une définition en référence à la glocalisation (Robertson, 2014).

Tableau n°3 : liste des définitions de la mondialisation

Source	**Définition**	**Identité de l'auteur**
Théodore Levitt 1983	*Désigne sous ce terme « la* convergence *des marchés qui s'opère dans le monde entier ».*	Economiste américain et professeur à l'université de Harvard.

Ignacio Ramonet 'Géopolitique du Chaos' 1997	*La mondialisation de l'économie, ultime avatar de la modernité occidentale datant de l'expansion de l'Europe sur le monde au XVe siècle; la remise en cause de l'État providence et de l'État tout court, qui pourrait sonner le glas du politique et de la société ; la destruction généralisée des cultures.*	Un sémiologue du cinéma et un journaliste espagnol, ancien directeur du mensuel « Le Monde diplomatique »
Antoine Ayoub 1998	*La « propagation de la libre circulation des biens, des services, des capitaux, des hommes et des idées entre tous les pays en faisant abstraction des frontières politiques qui les séparent.*	Professeur d'économie politique à l'Université Laval de Québec.
Jean-Luc Ferrandéry 1998	*Mouvement complexe d'ouverture des frontières économiques et de déréglementation, qui permet aux activités économiques capitalistes d'étendre leurs champs d'action à l'ensemble de la planète.*	Ancien élève de l'École normale supérieure, agrégé d'histoire. Enseignant en classes préparatoires à l'externat Sainte-Marie de Lyon.
David Held 1999	*Globalization is a set of processes which embodies a transformation in the spatial organization of social relations and transactions – assessed in terms of their extensity, intensity, velocity and impact – generating transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction, and the exercise of power.*	Professeur de science politique et de sociologie, Open university, Milton Keynes, Grande Bretagne
Edward N.Luttwak 2000 Tiré de Bolduc et Ayoub : La mondialisation et ses effets: revue de la littérature	*La mondialisation comme un sous ensemble du capitalisme. Le trait dominant du système économique international n'est d'ailleurs pas la mondialisation, mais l'évolution du capitalisme vers une tangente qu'il qualifie de « turbo-capitalisme ».*	Spécialiste roumain en stratégie et en géopolitique les plus connus dans le monde.

La Commission européenne 2000	*Processus par lequel l'interdépendance entre les marchés et la production de différents pays s'accroît sous l'effet des échanges de biens et de services ainsi que des flux financiers et technologiques.*	La fonction principale de la Commission européenne est de proposer et de mettre en œuvre les politiques communautaires.
Boukhalfa Kherdjemil, Laurent Mucchielli (Bolduc et Ayoub 2000)	*Ensemble de stratégies économiques résidant dans l'esprit des décideurs, et en particulier des dirigeants d'entreprises privées*	B.K : Docteur en sciences économiques. Maître de conférences à l'Université du Littoral, Dunkerque. L.M : sociologue français
http://agora.qc.ca/mot.nsf/Dossiers/Mondialisation (2001)	*La mondialisation pourrait être définie comme l'extension à l'échelle mondiale d'enjeux qui étaient auparavant limités à des régions ou des nations.*	Carrefour d'informations et de réflexions sur des thèmes variés tels que l'art, l'économie, la géographie, la politique…
Guy Rocher 2001	*La mondialisation est l'extension à l'échelle mondiale d'enjeux qui étaient auparavant limités à des régions ou des nations.*	Sociologue, professeur et conférencier québécois.
Zaki Laidi dans mondialisation et democratie 2001	*Un processus d'intensification des relations sociales planétaires, qui se traduit par une disjonction croissante entre l'espace et le temps'. Les lieux où se déroulent les évé nements sont géographiquement de plus en plus éloignés des lieux où leurs conséquences s'expriment.*	Un politologue français, directeur de recherche au Centre d'études européennes de l'Institut d'études politiques de Paris.
Jean Ziegler « les nouveaux maitres du monde » 2002	*La mondialisation dessine une nouvelle carte du monde où les grands pôles sont plus proches les uns des autres que de leurs propres arrière-pays.*	Homme politique, altermondialiste et sociologue suisse.
Laurent Carroué 2002	*La mondialisation peut être définie comme le processus historique d'extension du système capitaliste à l'ensemble de l'espace géographique mondial.*	L'un des principaux géographes français spécialistes des questions de mondialisation et de glo-

		balisation.
Edgar Morin 2002 Au-delà de la globalisation et du développement, société-monde ou empire-monde?	*La globalisation qui commence en 1990 est l'étape actuelle d'une ère planétaire s'ouvrant au XVI*e *siècle par la conquête des Amériques et l'expansion des puissances d'Europe occidentale sur le monde. Ce processus est marqué par la prédation, l'esclavage, la colonisation, mais l'ère planétaire connaît aussi un autre développement.*	Philosophe et sociologue
Jean Charles Michalet 2002	*Le « développement de lien d'interdépendance » a été positive pour l'économie et qu'il s'agit s'un processus à lequel notre société ne peut échapper. C'est une conséquence du capitalisme.*	Economiste Français.
Bernard Guillochon 'La mondialisation : une seule planète, des projets divergents' 2003	*L'ensemble des phénomènes à travers lesquels la vie de chaque habitant de la planète est liée, au moins en partie, a des décisions prises en dehors de son propre pays et sur lesquels il n'a aucune influence.*	Professeur d'économie à l'Université Paris-Dauphine, spécialiste des questions d'économie internationale.
Jacques Lévy 2007	*L'événement historique à contenu géographique qui a pour effet l'émergence d'un espace pertinent d'échelle planétaire. Il y aurait eu 6 mondialisations de celle de l'homo sapiens à l'époque actuelle où la mondialisation est l'émergence d'une société-monde.*	Professeur de géographie et d'aménagement de l'espace à l'École polytechnique fédérale de Lausanne et directeur du laboratoire Chôros.

Armand Mattelart 2007	*Fluidité des échanges et flux immatériels transfrontières.*	Professeur en sciences de l'information et de communication.
Sylvie Brunel, article : Qu'est-ce que la mondialisation ? 2007	*La « mondialisation » désigne une nouvelle phase dans l'intégration planétaire des phénomènes économiques, financiers, écologiques et culturels. Un examen attentif montre que ce phénomène n'est ni linéaire ni irréversible.*	Une géographe, économiste et écrivain française, née le 13 juillet 1960. Spécialiste des questions de développement.
Roger Brunet 2008	*La mondialisation est abordée comme approche purement intellectuelle du fait du présupposé de "lois spatiales".*	Géographe français, professeur des universités et directeur de recherche émérite du CNRS.
Cynthia Ghorra-Gobin article « À l'heure de la deuxième mondialisation » 2009	*La globalisation de l'économie, également qualifiée de « nouvelle étape du capitalisme », a sensiblement modifié la géographie économique, à l'échelle mondiale, au cours de ces trois dernières décennies.*	*Géographe, américaniste, est directrice de recherche au CNRS, enseigne à l'Institut d'Études Politiques (Paris) et à l'Université de Paris IV-Sorbonne.*
Axel Dreher et Andreas Fuchs 2010	*La mondialisation consiste dans des échanges universels de per-sonnes, d'informations, d'idées, de capitaux et de biens.*	*Economistes allemands.*
Francis Fontaine Livre : La mondialisation pour les nuls. 2010	*L'extension a la planète des échanges marchands de biens des mouvements de capitaux et des migrations humaines à finalité économique, avec leurs conséquences politiques, culturelles, sociales, sanitaires et environnementales.*	Ingénieur et économiste, militant associatif, il a présidé le forum Europe mondialisation.

Jacques ADDA 'la mondialisation de l'économie ' 2012	*La mondialisation est avant tout un processus de démantèlement des frontières physiques et règlementaires qui font obstacle à l'accumulation du capital à l'échelle mondiale. En ce sens l'économie mondiale est plus qu'une simple économie internationale.*	Maître-assistant à l'université Bar-Illan. était économiste à l'OFCE (Observatoire français des conjonctures économiques) et enseignait à l'Institut d'études politiques de Paris.
Olivier Elissalt 2013	*Ce qu'on appelle la mondialisation, c'est à dire la fin des refuges et des repères…*	Photographe, écrivain.
Edward Palmer Thompson (Askenazy 2014)	*L'internationalisation plus poussée de l'activité économique s'exprimant par une intégration et une interdépendance accrues des économies nationales.*	*Ecrivain socialiste anglais.*
Philippe Moreau Defarges 2016 La mondialisation. Presses Universitaires de France.	*Mouvement d'appropriation de la terre par l'homme*	Grands spécialistes français des questions internationales, de la géopolitique, de la construction européenne et de la mondialisation.
Trader-finance.fr	*La globalisation est un phénomène caractérisé par l'effacement progressif des frontières nationales, qu'elles soient productives ou financières : les obstacles au commerce international se sont réduits, et il ne s'agit pas seulement des droits de douane, mais aussi des coûts de transport et surtout des facilités de communication (internet, etc.).*	Toute l'actualité sur la Bourse, l'économie et les marchés financiers en ligne.
http://www.canadianeconomy.gc.ca/francais/economy/glob	*L'accroissement des mouvements de biens, de services, de main-d'œuvre, de technologie et de capital à l'échelle internationale.*	Site internet canadien qui s'intéresse à l'économie.

alization.html		
OMF.org (Le fonds monétaire international)	*La «mondialisation» est un processus historique qui est le fruit de l'innovation humaine et du progrès technique. Elle évoque l'intégration croissante des économies dans le monde entier, au moyen surtout des courants d'échanges et des flux financiers.*	Institution internationale regroupant 188 pays, dont le rôle est de promouvoir la coopération monétaire internationale.

L'énumération des définitions que nous avons faite dans le tableau ci-dessus, voulait révéler combien le concept lui-même se prêtait à de multiples interprétations en fonction des domaines et des spécialisations qu'il touche. Pour ce qui concerne notre domaine, il était difficile de se cantonner dans l'une ou l'autre de ces définitions en incorporant toutes les dimensions que la mondialisation du sport professionnel touche, qui sont à la fois les dimensions politiques culturelles, économiques et sociales. Nous avons eu recours au logiciel de sémantique Tropes afin de dégager une définition propre à notre recherche, du terme « mondialisation » incorporant tous les aspects qui la touchent. Avec l'appui de ce logiciel, cette grille de définition a été finement analysée. Il était de voir aussi, si l'anglicisme globalisation collait exactement au concept de mondialisation ou lui apportait d'autres nuances. Le terme mondialisation se décline dans toutes les langues latines, et le terme globalization est d'origine Anglo-Saxonne. Le choix d'une périodicité de l'histoire revêt une importance centrale dans les conclusions auxquelles arrivent les chercheurs. L'adjectif « contemporaine » souvent attribué à la mondialisation est superflu pour plusieurs qui considèrent celle-ci comme étant un phénomène récent sans précédent historique.

Les nombreuses définitions de la mondialisation qui ont été résumées plus haut démontrent la grande diversité conceptuelle qui entoure la question. Soulignons simplement ici deux autres facteurs à la base de toute construction conceptuelle de la mondialisation. Le débat sur la mondialisation est caractérisé par une impressionnante diversité théorique qui ne se présente pas nécessairement comme le prolongement des divisions philosophiques traditionnelles en matière de systèmes socio-économiques (libéralisme, conservatisme, marxisme). Comme le montre le tableau précédent, la mondialisation fait l'objet de multiples interprétations selon le regard

que porte sur elle le spécialiste : historien, sociologue, économiste, politique etc… Ce travail qui n'ignore pas que son existence commence avec celle de la vie sur terre, mais il s'attache surtout à la définir comme l'un des concepts les plus en vogues depuis le milieu des années 90.
A partir de la grille de définition ci-dessus, il est révélateur que chacun définit la mondialisation en fonction de son domaine et de sa spécialité propre (géographie, histoire, politique, économie etc.), et il l'adapte à sa préoccupation. En s'appuyant sur des sources récentes, traitant des aspects appartenant au champ de notre recherche, à savoir le champ socio-économique de la mondialisation, et sur le logiciel *Tropes (www.tropes.fr)*, l'on convient alors de tirer une nouvelle définition de la mondialisation.

Rappelons que le logiciel de sémantique, *Tropes* a été créé par une équipe de chercheurs en psychologie sociale tels Ghiglione, Matalon, Bromberg… a été rejoint par des statisticiens, des informaticiens et, plus récemment, des linguistes, des sémanticiens et des grammairiens. Ce logiciel, validé par un certain nombre de publications scientifiques, propose une classification qui distingue les verbes d'action nommés « factifs », « déclaratifs », « performatifs » et « statifs ». Il utilise des techniques d'analyse sémantique. Il sépare donc les différents genres grammaticaux, définis comme actés et actants. Il possède un dictionnaire qui permet un regroupement automatique des termes équivalents. De plus, ce dictionnaire regroupe ces mots en trois niveaux de référence (exemple : daurade N1, poisson N2, animal N3). Alors que les logiciels de lexicométrie ont pour unité de base le mot, Tropes travaille à partir d'unités de sens, c'est-à-dire à partir de notions qu'il regroupe dans des champs sémantiques appelés « univers de référence », et à partir de catégories grammaticales de mots, appelées « méta-catégories ». En proposant les principales fonctions suivantes, il analyse le contenu thématique du discours, mais aussi l'engagement du locuteur dans sa production, ainsi que la structuration de l'énoncé, par la suite il fournit des résultats sous forme de statistiques par (sous-) branche et présente un graphique dans lequel chaque classe d'équivalent est représentée par un cercle de surface proportionnelle à son occurrence. La distance entre les cercles et le cercle de la classe étudiée (au centre du graphe) est reliée à la co-occurrence entre eux. On obtient ainsi des analyses qualitatives de relation entre les classes.
Ainsi la mondialisation peut être définit comme suit :

Le terme **mondialisation ou globalization** en anglais est un phénomène qui désigne une interconnexion ou une interdépendance universelle croissante, mais réversible, des aspects politiques (régimes de gouvernance), économiques (mouvements des capitaux, du commerce et de la production), sociaux (touchant aux personnes et aux institutions…) et culturels (relatifs aux religions, langues, etc.) de la vie.

1.2.2 L'interaction dialectique

Le mot « dialectique » vient de la conjugaison de deux mots grecs : du verbe « legein », qui signifie parler, et de la préposition « dia » à travers, « dialektikê » signifie donc traverser de part en part par le langage ou la raison, c'est la technique du dialogue et de la discussion (Begot, 2005).
En philosophie, la dialectique est un mode de raisonnement, de questionnement et d'interprétation qui consiste à analyser la réalité en confrontant des opinions, des idées, des thèses, en apparence contradictoires, et à chercher à les dépasser. Elle s'appuie sur ces contradictions pour montrer qu'elles sont en fait reliées par des relations de complémentarité, d'interdépendance ou d'identité et tente de faire émerger de nouvelles propositions (ou thèses) qui permettent de résoudre ou d'expliciter les contradictions initiales (Artus, 2001).

Les sources consultées n'ont pas indiqué la juxtaposition des deux mots « interaction » et « dialectique » c'est pourquoi il est important à cette étape de donner une description de « l'interaction » : le mot est composé du préfixe latin « inter » qui signifie « entre » et du mot latin « actio » qui se rapporte à la faculté d'agir (Edmond et Picard, 2002).

Celle-ci dans le langage courant, désigne l'action ou l'influence réciproque qui peut s'exercer entre deux ou plusieurs objets, corps, phénomènes ou systèmes physiques. Elle peut en changer le comportement ou la nature (Le Guen, 1982).
L'interaction dialectique appliquée à notre domaine de recherche, n'est autre que la synergie qu'exerce mutuellement l'un sur l'autre l'Occident et le Moyen-Orient, dans le domaine du sport et de ses activités connexes.

Pendant plusieurs années nous avons assisté à une « occidentalisation » du monde, processus géoculturel majeur de la mondialisation, de nombreux sports très populaires aujourd'hui nés en Europe, comme le football, se diffusent partout dans le monde, plus précisément au Moyen-Orient, au gré de la mondialisation. Les JO par exemple, sont une invention européenne.

Un autre exemple le Basket-ball qui a vu ses débuts dans un gymnase de Springfield (Massachusetts), en décembre 1891. Néanmoins, c'est pour l'essentiel dans l'entre-deux-guerres que ce sport prend son essor en Europe et réussit à se faire une place dans un système sportif qui comporte déjà les ingrédients que l'on connaît : le professionnalisme et les rétributions cachées de joueurs amateurs, la médiatisation qui passe alors par les journaux et la radio, et surtout l'expression des nationalismes sportifs qu'attisent des compétitions internationales plus nombreuses. En 1960, les joueurs américains arrivent en Europe avec la Guerre froide en arrière-plan. En 1972, la finale olympique oppose l'URSS aux USA (Maguire, 2011).

La France occupe une place centrale dans cette Europe du basket-ball, elle joue un rôle de relais intermédiaire avec les USA par le jeu des mobilités transatlantiques des joueurs (Béral et Gobillot, 2015).

Une fois le basket-ball arrivé en Europe il se diffuse au Moyen-Orient à travers les colonisateurs pour certains pays, ou par réflexion pour d'autre (le cas du Liban et de la France).

La diffusion des sports européens a été parallèle à la colonisation et au peuplement du nouveau monde par les Européens (Bouvier, 2014*)*.

Donc le Moyen-Orient a toujours subi les impositions occidentales car il n'avait aucune puissance pour exercer un pouvoir au niveau économique, politique, culturel et même sportif sur le monde, et ce jusqu'aux années 90, jusqu'au moment où les pays du Golfe comme le Qatar, et les Emirats arabes unis décident d'investir dans le sport pour de multiples raisons, essentiellement de reconnaissance sur la scène internationale.

D'une superficie équivalente à l'Île de France, le Qatar s'est imposé sur la scène internationale grâce à des investissements importants dans le sport. Ayant à sa disposition la troisième réserve de gaz au monde, mais sans réelle puissance militaire, ce petit État de la péninsule arabique s'est révélé être un acteur redoutable dans l'utilisation du sport power ou plutôt le « soft power » (Cirion, 2015).

N'oublions pas le premier exemple d'une action diplomatique sportive arabe commune contre les interventions militaires occidentales au Moyen-Orient : le boycott des Jeux Olympiques de Melbourne en 1956 de la part du Liban, de l'Égypte et de l'Irak, à l'encontre de l'invasion tripartite de l'Égypte par les Britanniques, les Français et les troupes israéliennes.

Quels sont les impacts socio-économiques de tels événements sur le sport spectacle au Moyen-Orient? En Occident? Et quelles sont les influences qu'exerce la culture moyen-orientale sur l'évolution mondiale du sport professionnel?

1.2.3 Les impacts socio-économiques de la mondialisation : un changement des lois du marché

L'époque moderne appelée par certains historiens français "le temps des rois", débute à partir de la fin du Moyen Âge, généralement placée en 1453 (chute de Constantinople) et s'arrête avec la Révolution française, marquée généralement entre 1789 et 1792. Cette période de l'histoire correspond à la naissance des économies nationales celle du développement du capitalisme et des guerres de colonialisme (Cotte, 2016).

En s'accentuant les échanges entre les pays, ont contribué à créer les premiers Etats modernes. Ils ont été amenés à développer leur richesse nationale en adoptant une politique protectionniste face à l'envahissement des produits étrangers (Iilka, 1999).
Si les européens s'étaient lancés à la conquête du monde, c'est parce qu'ils voulaient aussi et surtout installer des comptoirs commerciaux dans les régions qui possèdent des ressources en matière première intéressantes. Ils envoient même des militaires sur place pour protéger les intérêts de leurs commerçants, c'est dans un intérêt lucratif que les européens étaient motivés à se lancer à la conquête du monde.
L'Europe domina le monde économiquement et politiquement entre les années 1820 et 1913 et dessina le cadre de la mondialisation du XIX^{ème} siècle, tout comme celle des Etats-Unis sera associée à celle de la fin du XX^{ème} siècle.

Pour avoir une idée plus précise, de l'impact économique de la mondialisation au XIX^{ème} siècle, il suffit de se référer au volume des échanges commerciaux de 1500 à 2003 tel que nous le décrit le tableau suivant :

Tableau n°4 : PNB des pays Asiatiques (1820-2003) en millions de dollars

	1820	1950	2003
Chine	228 600	239 903	5 659 200
Japon	20 739	160 966	2 699 261
Inde	111 417	222 222	2 267 136
Bangladesh et Pakistan	49 994	430 704	
Indonésie	10 970	66 358	762 545
Corée du Sud	5 637	16 045	758 415
Corée du Nord	2 607	7 293	25 310
Autres pays d'Asie orientale	17 450	114 673	1 619 288
Total Asie orientale	**397 420**	**877 454**	**14 257 432**
Arabie	2 861	19 583	352 894
Iran	3 857	28 128	349 873
Irak	643	7 041	25 256
Turquie	6 478	34 279	458 454
Autres pays d'Asie occidentale	1 430	17 252	284 150
Total Asie occidentale	**15 269**	**106 283**	**1 470 627**
Total Asie	**412 689**	**983 737**	**16 002 724**
Europe occidentale	**160 145**	**1 396 188**	**7 741 127**
États-Unis	**12 548**	**1 455 916**	**8 435 588**

Source: Angus Maddison, the world economy : A millenial perspective, Paris, OCDE. 2001

Dégageons-en les grandes lignes de ce tableau. Du début du XIX^{ème} siècle (1820) au nouveau millénaire (2003) le PNB de l'Asie orientale a augmenté de 3487% et celui de l'Europe occidentale de 4733%. Certains facteurs ont été déterminants dans cette explosion : les deux conflits mondiaux. A la même époque, l'émigration massive de 50 millions d'européens vers les Etats-Unis et le nouveau monde a amplifié le phénomène. La révolution industrielle née dans les pays anglo-saxons, a mis parallèlement au jour les inégalités engendrées par cette mondialisation économique dont la littérature néo-marxiste a donné une analyse approfondie de la relation entre le système capitaliste et la mondialisation.

La mondialisation, telle qu'interprétée par les théoriciens du système-monde et les auteurs néo-marxistes, n'est que l'extension du système capitaliste initié en Europe dès la période de la Renaissance. Comme le souligne Amin (1997) : Toutes les parties intégrées dans ce système le sont par le biais de leur participation à une division mondiale du travail qui porte sur des produits essentiels pour la consommation de masse ou sa production, en parallèle avec un degré de commercialisation (marchandisation) de la production sans commune mesure avec celui des époques antérieures. Si le capitalisme est une résultante mondiale, c'est parce que l'économie mondiale qui le sous-tend est, dans sa globalité régie par ce système de production capitaliste.

Pour sa part, Edward N. Luttwak (1999) considère la mondialisation comme un sous-ensemble du capitalisme. Le trait dominant du système économique international

actuel, n'est donc que l'évolution du capitalisme (Adda, 2012). Faut-il dans ce cas, à la suite d'Edward P. Thomson (1999) rejeter l'idée d'un capitalisme menant à la mondialisation ? Un demi-siècle d'évolution de l'économie mondiale, nous invite à penser que la mondialisation conjugue à la fois cette évolution du capitalisme et une globalisation qui fait du monde un petit village, tant à cause des nouvelles technologies que des moyens de communications (Andreff, 2008).
L'impact de la mondialisation peut être mesuré par ce qui en fait des phénomènes amplificateurs ou/et réducteurs.

Phénomènes	**Impact sur la mondialisation**
Le libre-échange	amplificateurs
Le protectionnisme	réducteurs
Les guerres	réducteurs
Le control des frontières	réducteurs
Le monde de la télécommunication	amplificateurs
Les colonisations	amplificateurs
La chute du mur de Berlin	amplificateurs
Les multinationales	amplificateurs
Les phénomènes migratoires	amplificateurs

Tableau n°5 : L'impact de quelques phénomènes remarquables sur la mondialisation

Le libre-échange, le protectionnisme, les guerres, la télévision, les réseaux sociaux, les journaux, le monde de la télécommunication, les colonisations, la chute du mur de Berlin, les multinationales, les moyens de transport… ne sont que des révélateurs tantôt **amplificateurs**, tantôt **réducteurs** du phénomène de la mondialisation.

Dans le prochain chapitre, cette définition de la mondialisation va se marier avec celle du sport professionnel pour obtenir une seule et même définition, celle de la mondialisation du sport professionnel.

-Les Trente Glorieuses (1946-1975) :

A la suite des deux guerres mondiales et de la dépression des années 1930, le processus de mondialisation a pris un essor nouveau après 1945. On rentre dans une phase de bouleversement radical et rapide, de forte croissance économique qui accélère la mondialisation suivant toutes ses dimensions : politiques, sociologiques, culturelles, mais surtout économiques, et que l'on a appelé les Trente Glorieuses. Cette époque de forte croissance économique sans précédent, a touché la grande majorité des pays développés par le plein emploi, l'accroissement du pouvoir d'achat et le gonflement de la consommation de masse, que lui valut le nom de société de consommation. Ces trois décennies ont permis aux pays européens de rattraper le retard qu'ils avaient sur les Etats-Unis. La croissance européenne tournant autour de 5 à 6% en moyenne annuelle alors que celle des Etats-Unis n'était que de 3 à 4% (Fourastié, 1979). Plus précisément, on pouvait distinguer trois niveaux de croissance au sein des pays développés :

1- Croissance lente :

États-Unis (3,5% l'an) et Grande-Bretagne (2,7%).

2- Croissance rapide

La France (5,1% en moyenne sachant que le taux de croissance est monté jusqu'à 7,9%). L'Allemagne RFA à l'époque (5,1%), Suisse 5,25% et en Italie (5,5%).

3- Croissance exceptionnelle

Le Japon avec 10%

Parallèlement, les différents accords signés durant cette période et le développement des communications sociales et des moyens de transport, ont tous participé à la réalisation du « miracle économique ».

En 1944, les accords économiques Breton Woods entre les 44 nations alliées énoncent trois grands principes :

1- L'adoption d'un régime de changes fixes en rapport à l'or.
2- Les contrôles des changes et les tarifs douaniers protecteurs furent bannis.
3- La création du Fonds Monétaire International (FMI).

Le *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), en français : *Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce*. fut signé le 30 octobre 1947 entre 23 pays,

sous l'impulsion des Etats-Unis, en vue de réduire les tarifs douaniers et de favoriser le commerce international.

-Les moyens de transports et leurs évolutions

Les moyens de transport sont le fruit des révolutions industrielles qui ont mené à des vagues d'industrialisation et au progrès technique. D'abord, le développement de l'aviation commerciale civile, qui permet d'accélérer considérablement les trajets et rapprocher les opérateurs les uns des autres. Les premières compagnies aériennes voient le jour en 1919 tel que la société des lignes « Farman » ou encore « KLM » société royale de transports aériens, basée à Amsterdam. L'industrie du tourisme, d'affaires ou privé, se développe (Biplan, 2004). Par exemple en 1945, l'aviation civile transportait 9 millions de passagers, et à peine en trois ans, ce nombre triple quasiment, avec 24 millions de passagers aériens, et ne fait que s'amplifier par la suite (Huwart et Verdier, 2012, p. 38-40).

Tableau n°6 : L'évolution des moyens de transport aériens

	Boeing 707	**Airbus 380**
Premier vol	1954	2005
Nombre de passagers	110-179	555-840
Envergure (mètres)	39,9	79,8
Longueur (mètres)	44,07	73
Rayon d'action (km)	6 500	15 000

Sources : Airbus, Boeing, Air France.

A partir de 1978, aux Etats-Unis, des compagnies aériennes sont créées, proposant des tarifs réduits. Ces compagnies se développent rapidement sur tous les continents sous le nom de « low cost » et font exploser le marché de transport. La marine marchande et son transport, grâce à l'essor de la « conteneurisation » augmente sa capacité de marchandises à coûts réduits. Les conteneurs ont divisé les coûts du transport par trois.

D'après un témoignage de M. Blomme, directeur stratégique de l'autorité du port d'Anvers[12] les ports sont les « thermomètres de la mondialisation ».

Le phénomène de la mondialisation est indissociable de la révolution que constitue le transport par porte-conteneurs (Berend, 2006). Aujourd'hui, le commerce mondial s'effectue à près de 95% par la voie maritime, qui est un vecteur de la mondialisation.

-Les moyens de communication et évolution technologique

Un autre vecteur ou amplificateur de la mondialisation est l'évolution technologique des moyens de communication. Profitant des améliorations durant les deux guerres, les modes de communication, voient également la démocratisation du téléphone. Tout au long de la seconde moitié du XX^{ème} siècle, le prix des communications téléphoniques internationales baisse considérablement (Mc Luhan, 1968).

En 1930, un appel téléphonique de trois minutes entre New York et Londres coûte 250 dollars. Aujourd'hui, il coûte moins de 20 centimes. Ainsi, le téléphone s'invite dans la plupart des foyers et des entreprises. Les hommes d'affaires nouent des transactions en quelques heures et deviennent les chevilles ouvrières de la mondialisation.

De son côté la télévision devient un acteur incontournable de la mondialisation. Son influence s'étend à tous les domaines de la culture et du savoir, aux loisirs, à l'information en amplifiant notamment l'importance du phénomène sportif. Le passage à la couleur ne fera qu'accroitre son influence sur la diffusion des pratiques sportives. Elle devient un instrument de progrès moral et intellectuel de l'homme en même temps qu'une source de distraction et de joie se déclinant par les trois verbes : « Informer, distraire, instruire ».

[12] Situé en Belgique, Anvers est l'un des plus grands ports européens, il est la principale activité économique de la ville d'Anvers et du pays.

Aujourd'hui l'arrivée d'internet nous fait entrer dans un autre univers, celui de l'interaction immédiate avec ses avantages et ses inconvénients. Cela explique le succès des débats en direct, des jeux ou des manifestations sportives qui rassemblent à la fois acteurs et spectateurs.
Selon l'historien américain Alain Laramée (1992), la « République de la technologie » est marquée par les nouvelles technologies ou NTICS, acteurs de la mondialisation. En effet, ces acteurs ont nettement accéléré le traitement des tâches économiques des firmes (Adorno et Horkheimer, 2012). Des évènements politiques ont jalonné et accompagné le développement de ces nouvelles technologies.

-Les grandes étapes de la mondialisation

A partir de l'année 1989 le temps s'est accéléré. On a vu la chute du mur de Berlin, l'éclatement de l'URSS et la crispation de la Chine au lendemain des évènements de la place Tian'anmen. Plusieurs centaines de millions de travailleurs et de consommateurs de l'ancien bloc communiste sont passés de l'isolement économique à une intégration au marché mondial. La planète entière devient ainsi un gigantesque marché ou entrent en compétition les peuples et les classes sociales, les religions, les cultures, les politiques, les pratiques sportives… (Frenkel, 2001).
Les firmes administrent leurs affaires sans délai, seconde après seconde, dans la synchronie la plus absolue. Le lieu de bataille sont tant les bourses des valeurs que celles des matières premières. Ces lieux sont parties prenantes d'un réseau planétaire en activité permanente : quand Tokyo ferme, Frankfort, Zurich et Londres ouvrent, et New York prend le relais. La vitesse de la circulation de l'information rétrécit le monde abolissant le lien du temps à l'espace.

Tableau n°7 : Les 10 premières firmes multinationales en 1990

Rang	Firmes	Nationalité	Activité
1	General Motors	Etats-Unis	Automobile
2	Ford Motor	Etats-Unis	Automobile
3	Exxon Mobil	Etats-Unis	Pétrole
4	Intl. Business Machines	Etats-Unis	Informatique
5	General Electric	Etats-Unis	Electronique
6	Mobil	Etats-Unis	Pétrole
7	Altria Group	Etats-Unis	Agroalimentaire
8	Chrysler	Etats-Unis	Automobile
9	DuPont	Etats-Unis	Chimie
10	Texaco	Etats-Unis	Pétrole

Source : Fortune[13]

Les firmes multinationales deviennent alors des acteurs éminents de la mondialisation. L'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication permet un accès à la connaissance et des échanges d'informations sans précédent. Ainsi, les entreprises les plus internationalisées peuvent elles-mêmes fixer les règles du jeu de l´économie et se soustraire aux règles imposées par les Etats-nations.

Alors qu'en 1993, la mondialisation ne touchait que les marchandises et la finance, dix ans plus tard internet, et la téléphonie cellulaire joints aux médias font exploser le commerce international (Moati, 2009).

Le télétravail accélère les processus de délocalisation, et l'information bénéficie désormais de véritables « autoroutes » qui achèvent la mutation des sociétés industrielles en sociétés de communication.

Pour mettre en perspective ces nouveaux outils, facteurs d'accélération de la mondialisation, citons l'exemple de la durée d'assemblage d'un Boeing 737, qui grâce à l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement globale, passe de 45 jours à 8 jours !

Ainsi, des sous-traitants situés au Japon, en Italie ou au Royaume-Uni ont commencé à livrer des modules préassemblés qu'il n'y avait plus qu'à emboîter. Prévenus en temps réel des besoins de la chaîne, ils peuvent anticiper les futures commandes et s'aligner sur le rythme de leur client, raccourcissant ainsi encore les délais (Chesnais, 2012).

[13]Les Trente Glorieuses : des années de croissance (2015). Publié en ligne par Josée Thomas sur http://slideplayer.fr/slide/2692312/#

%%La crise de 2008, aux Etats-Unis, a été la conséquence d'une prolifération de produits financiers associés à des crédits immobiliers risqués, celle-ci a dans une certaine mesure amplifié les risques liés aux activités des banques et des marchés financiers (Szymanski, 2010 a).

Pour les pays d'Europe, comme la France, l'Italie, l'Espagne, et la Grèce, une grande partie de l'industrie passait de ces pays développés aux pays émergents comme le Brésil, la Turquie et l'Inde (Ahn, 2006). Ces délocalisations de l'outil économique occidental a permis à l'opinion publique de percevoir de façon concrète les effets du phénomène de la mondialisation.

Schéma n°1 : La perception de la crise par les européens[14]

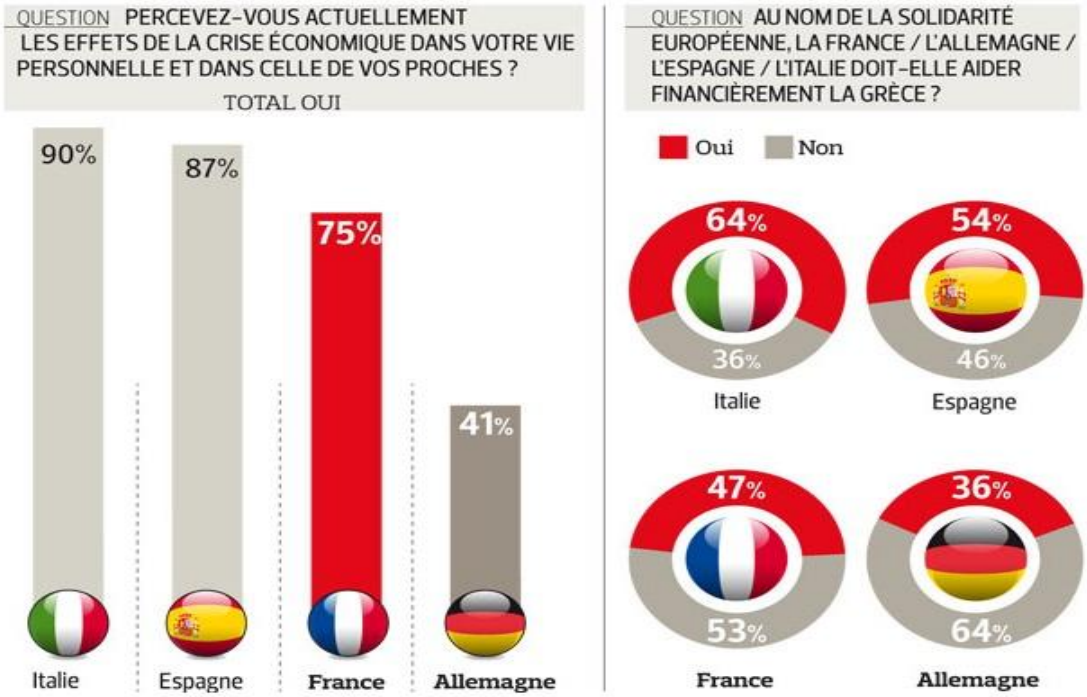


Schéma tiré du Figaro après une étude statistique réalisée auprès d'un échantillon de 1003 personnes allemandes, 976 espagnoles, 1001 personnes françaises et 976 italiennes en juin 2012.

Pour certains, la crise financière de 2008 est perçue comme un frein à la mondialisation, estimant que la déréglementation généralisée des échanges était responsable de la délocalisation, de la désindustrialisation et la précarisation des salariés des pays développés mis en concurrence avec ceux des pays en développement.

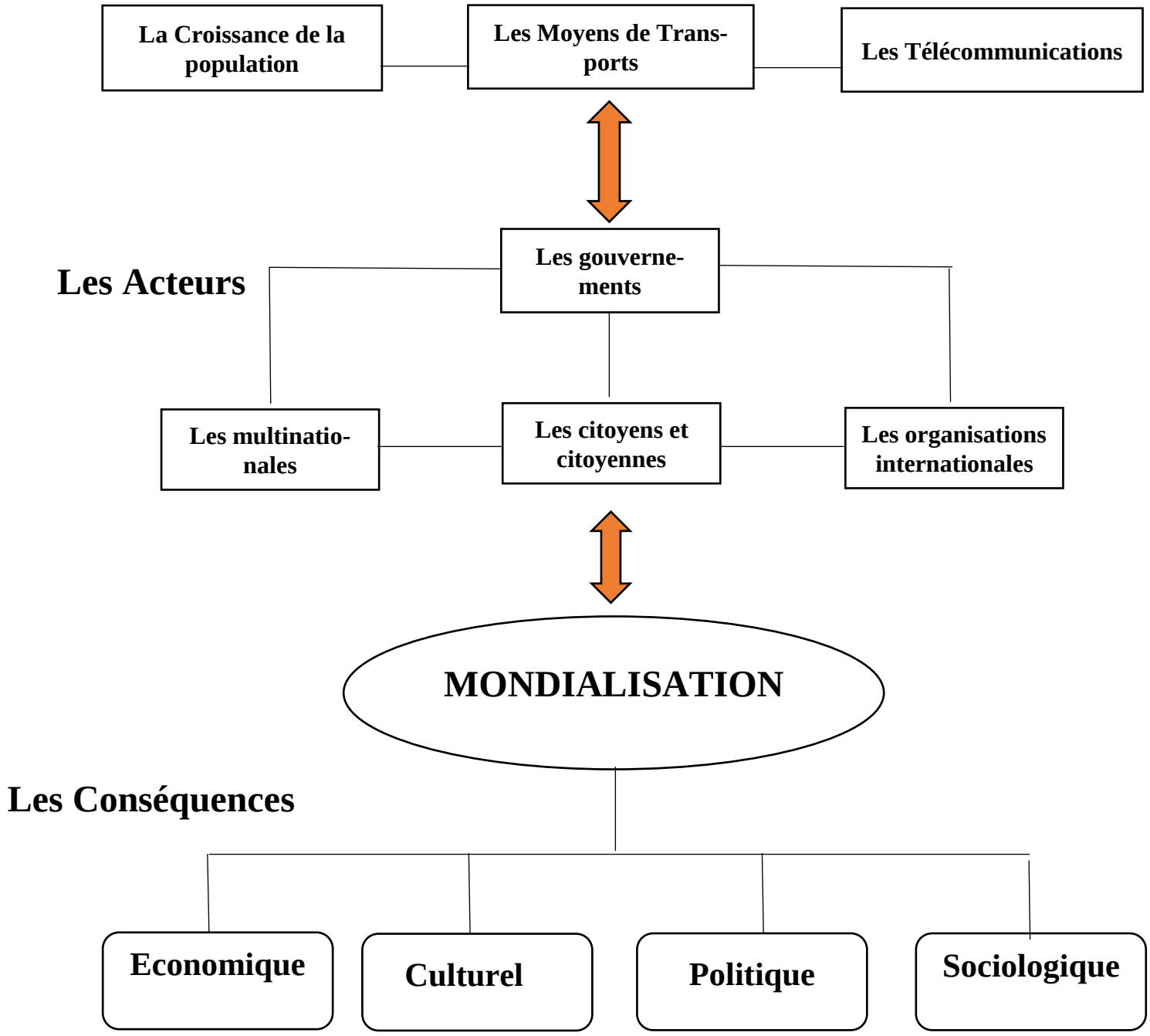
[14]Tableau Publié en ligne le 27/06/2012. http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2012/06/27/20002-20120627ARTFIG00682-l-exception-allemande-face-a-la-crise.php

Si la mondialisation a permis de sortir plusieurs millions de personnes de la pauvreté, le libre-échange de son côté, n'a pas pour autant atténué les inégalités. Suzanne Berger rappelle dans son article « made in monde » que tous les pays qui ont émergé ces dernières années ont fait jouer le levier de la mondialisation, de la Corée du Sud au Brésil en passant par la Chine, et dans les pays émergents, même si les inégalités explosent, le pouvoir d'achat d'une large partie de la population augmente. (Berger, 2013).
Ces grandes étapes de la mondialisation, nous situent le cadre dans lequel s'inscrivent les conséquences de ce phénomène.

-Les conséquences : amplificateurs, et acteurs

En parcourant l'histoire économique de ces dernières décennies, et ses conséquences sur la mondialisation, trois phénomènes s'imposent à notre analyse comme amplificateur, à savoir la croissance démographique, la révolution des moyens de transports et de télécommunications.
Cette démarche nous a permis de camper les acteurs importants d'une telle évolution : les multinationales, les organisations internationales, les gouvernements et leurs citoyens. Amplificateurs et acteurs ont dans la présente recherche une importance centrale qui explique les conséquences tant économique, culturelle, politique et sociologique qui président à l'interaction de la mondialisation sur le sport professionnel au Liban.

Schéma n°2 : Le mode de fonctionnement de la mondialisation



Analyse du schéma :

Etudes des Amplificateurs :

1- La croissance de la population

Si on rapproche les statistiques de la croissance économique et celle de la démographie, on constate une forte corrélation.
Si en 1900, la terre ne portait que 1,5 milliard d'êtres humains, en 1980 ils étaient déjà trois fois plus nombreux et en 2017 nous avons franchi le cap de 7,5 milliards de personnes.
La croissance de la population modulée par la mise en place de politiques natalistes diverses, favorise la croissance économique d'une façon « permanente », contrairement aux périodes de reconstruction qui suivent les guerres.

2- Les moyens de transports

Tous les secteurs des transports ne sont pas affectés de la même façon. Les modes de transport ne sont pas apparus au même moment et n'utilisant pas du tout les mêmes supports. En effet, si le transport maritime a connu une accélération moyenne durant des années, le transport ferroviaire né il y a un siècle et demi, a connu une profonde évolution.
Quant au transport aérien, il atteint les 1000 km/h dans les années 70 et garde depuis, cette vitesse de croisière.
L'évolution du transport a modifié les coûts, la perception des distances et réduit les temps.
La course à la rentabilité se traduit par l'augmentation de la taille des véhicules de transport, comme on l'a vu précédemment dans le cas d'Airbus A380 et le TGV. Celle-ci présente l'avantage de transporter un volume plus important de marchandises amenant une économie d'échelle, et multipliant les dessertes (gares, ports, aéroports…).

3- Les télécommunications

Le progrès technologique a été perçu comme la force principale de la mondialisation. Selon les spécialistes, l'internationalisation de l'information et des connaissances a projeté le monde dans une ère nouvelle celle de l'information globalisée « où son accès à toute la planète est devenu une caractéristique primordiale de la production comme de la consommation »[15].

La propagation de la mondialisation et la réalisation de ses idées dans tous les domaines, se sont appuyés sur le développement des technologies de l'information et de la communication.
Aujourd'hui, les NTICs nous permettent de communiquer en temps réel avec des interlocuteurs situés un peu partout sur la planète.
L'évolution des télécommunications a produit les mêmes effets que l'évolution des transports.

Les acteurs de la mondialisation :

Après avoir exposé les amplificateurs de la mondialisation, présentons-en les acteurs.

1- Les Etats

Le pouvoir des Etats joue un rôle majeur à deux niveaux : d'abord par le contrôle qu'ils exercent aux frontières et par l'élaboration des législations touchant à leur souveraineté, tantôt protectionniste, tantôt libre-échangiste.
L'instauration du libre-échange a favorisé le développement du commerce international, en supprimant les barrières douanières, tarifaires et non tarifaires et les réglementations nationales susceptibles de restreindre l'importation des biens et des services.
Mais les stratégies politiques s'exercent de façon pendulaire, tantôt elles favorisent une plus grande ouverture, tantôt un repli tel que nous le constatons aujourd'hui au sein de l'Europe par le « Brexit » et outre-Atlantique par le « tout américain ».

[15] Le terme ne sera défini qu'en 1907 par l'Union Télégraphique Internationale, « toutes transmissions, émission, réception de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de renseignements de toute nature, par fil, radioélectricité, optique ou autres systèmes électromagnétiques ».

2- Les FMN

Est considérée comme une firme multinationale, toute entreprise qui contrôle au moins une filiale basée à l'étranger. Les firmes multinationales sont des acteurs majeurs de la mondialisation, et le commerce international est étroitement lié à leurs activités qui contribuent fortement à sa croissance et à celle des flux financiers. Environ un tiers du commerce mondial de biens et services correspond à des échanges intra-firmes réalisés par des entreprises dépendantes d'un même groupe, et l'autre tiers correspond aux ventes extra-firmes des FMN et de leurs filiales comme le montre les grands groupes américains tel que General Electric, Microsoft, et Intel, ou le géant français de l'automobile PSA (Cordelier, 2000). Les opérations des firmes multinationales (FMN) constituent un facteur majeur dans le mouvement de libéralisation et d'intégration des marchés. Les FMN sont à l'origine d'environ deux tiers du commerce international et jouent un rôle essentiel en ce qui concerne la diffusion de la technologie et des activités de recherche et de développement.

Les effets de la mondialisation sur les firmes se traduisent aussi par la multiplication des concurrents, et la diversification de leurs formes. L'innovation dans tous les domaines, suscite une émulation qui stimule cette concurrence et ce progrès, visible dans l'électronique, les produits vidéos, dans l'informatique etc… (Montagne, 2008).

3- Les citoyens et citoyennes :

Le peuple est un acteur dans la mondialisation, il a le choix de l'accepter ou de la rejeter. Ce rejet dans tous les cas de figure ne peut faire abstraction à ce phénomène.

Bien des personnes ont exprimé leur réticence à un progrès qui leur était imposé. L'utilisation de l'ordinateur et d'autres outils informatiques qui facilitaient un travail, était vue avec de nombreuses réserves. Le progrès s'inscrit dans l'histoire humaine comme un phénomène irréversible qui oblige l'homme à s'y adapter sous peine de le marginaliser. La mondialisation comme phénomène sociétal, favorise les contacts extérieurs, et ouvre à de nouveaux horizons tant dans le domaine culturel qu'économique, elle amène une circulation des idées qui favorise le rapprochement des peuples. S'adapter ou résister, voilà le choix auquel est réduit le citoyen.

4- Les organisations internationales

Les organisations internationales sont définies comme des regroupements d'Etats, ou de personnes morales, ayant pour rôle la coordination d'actions touchant plusieurs pays.

Elles sont un vecteur de la mondialisation car elles contribuent à abolir les frontières, économiques, politiques ou sociales. On peut distinguer deux types d'organisations internationales : les Organisations Internationales Gouvernementales, ou intergouvernementales (OIG), et les Organisations Non Gouvernementales (ONG).

Elles peuvent agir dans les domaines politiques, comme l'organisation des Nations-Unies (ONU), sociaux et environnementaux comme l'organisation mondiale de la santé (OMS), économiques tel que l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), culturels et humanitaires comme celle des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

Avec l'intégration économique du sport, un troisième type d'organisation s'ajoute sur les deux précédentes, les ONGS, tel que la fédération internationale du football association (F.I.F.A.), ou la NBA (national basket-ball association).

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, le nombre de ces organisations internationales n'a cessé d'augmenter, accompagnant l'accélération de la mondialisation.

Les institutions financières internationales, le FMI et la Banque Mondiale, ont positionné les pays développés comme le « club de riches », gendarme des pauvres préoccupé de la libéralisation des mouvements de biens, de services et de capitaux des pays pauvres et en voie de développement, tel qu'on le voit dans le G20, et les entretiens de Davos. (Sachs et Wyplosz, 2014 ; Saint-Paul, 2007).

Cette concertation de plus en plus développée entre les acteurs des différents domaines de la mondialisation, constitue un facteur qui favorise un phénomène dont nous examinons maintenant les aspects.

Les Aspects de la mondialisation

La mondialisation a impacté les facettes multiples des activités humaines, et n'en a épargné aucune. Ces aspects ont donc touché toutes les relations qui caractérisent le rapport de l'homme à son environnement : culturel, économique, politique, social.

1- Aspect culturel :

La culture est un aspect majeur de la vie de l'homme en société. Elle englobe de très larges tous les aspects de sa vie: techniques utilisées, mœurs, morale, mode de vie, système de valeurs, croyances, rites religieux, organisation de la famille et des communautés villageoises, habillement… La mondialisation exerce donc une influence sur la culture de façon globalisante en étendant sur le monde un filet aux mailles très étroites comme le traduit bien aujourd'hui le concept numérique anglo-saxon de « net ».

2- Aspect politique :

L'aspect politique de la mondialisation revêt une très grande complexité tant sa connexion à la mondialisation et de tout instant. Ne se limite-t-il pas à accompagner un phénomène qui le dépasse ? Les responsables politiques ne sont-ils pas aujourd'hui limités dans leurs actions par les autres facteurs qui entretiennent la mondialisation ?

3- Aspect sociologique :

Nous vivons déjà dans un monde d'interconnexion et d'interdépendance à l'échelle de la planète. Tout ce qui peut se passer quelque part affecte la vie et l'avenir des gens partout ailleurs. Les conflits du Proche-Orient montrent combien l'Europe en est impactée.

Comment réagir à un endroit donné du monde à un évènement qui se déroule ailleurs sur la planète ? Alors le phénomène migratoire est l'illustration la plus pertinente de cet aspect sociologique de la mondialisation. Aucun territoire souverain, si vaste, si peuplé, si riche soit-il, ne peut protéger à lui seul ses conditions de vie de l'homme, sa sécurité, sa prospérité à long terme, son modèle social ou l'existence de ses habitants.

4- Aspect économique :

L'aspect économique est sans doute l'élément le plus révélateur de la mondialisation. La plupart des chercheurs le voit comme un processus d'intégration des marchés résultant de la libéralisation des échanges, de l'expansion de la concurrence et des retombées des technologies de l'information et de la communication à l'échelle planétaire.

N'est-il pas aujourd'hui révélateur de voir combien le sport affecte cet aspect économique de la mondialisation tant par les jeux organisés à l'échelle de la planète, que par la circulation des sportifs et les flux financiers considérables qui y sont liés ?

Cet aspect revêt une importance particulière de notre travail ou de notre recherche consacrée à l'étude de l'impact de la mondialisation du sport professionnel et son interaction avec la culture moyen-orientale.

1.2.5 Le sport professionnel

Le sport est devenu un phénomène social majeur. Il suffit d'observer la place qu'il occupe dans tous les médias, mais également dans la vie quotidienne des citoyens.

L'approche du sport a toujours été un sujet de débat pour connaitre l'ampleur du champ qu'il couvre. Généralement on distingue le sport amateur du sport professionnel (Goddard et Sloane, 2014).

Jean-François Bourg et Jean-Jacques Gouguet dans leur ouvrage « économie du sport » publié en 2005 insistent sur la nécessité de distinguer le spectacle sportif de la pratique amateur, le sport professionnel du sport de masse, le sport compétition du sport loisir.

Selon la plupart des auteurs s'étant prononcés sur l'histoire du sport, il serait possible de repérer trois thèses :

1) le sport aurait toujours existé sous une forme ou sous une autre et il serait ainsi inhérent à la nature humaine ;

2) le sport contemporain ne serait que la modernisation de jeux traditionnels comme la soule devenue football ou rugby, le jeu de paume devenu tennis etc… (Parlebas, 2003) ;

3) le sport moderne serait né en Angleterre au moment de la révolution industrielle et se serait ensuite diffusé progressivement à travers le monde entier (Johnes, 2005).

D'après les deux auteurs, il n'y aurait pas continuité entre sports traditionnels et

sports modernes mais rupture, la révolution industrielle en Angleterre constituant le berceau du sport moderne. (Bourg et Gouguet, 2005).

Un sport est dit professionnel lorsque ses pratiquants vivent de leur activité sportive. Un sportif est dit professionnel lorsqu'il reçoit un salaire de son club et/ou de son sponsor pour pratiquer une discipline sportive. Lorsque ce salaire est insuffisant pour vivre du sport, on parlera alors d'un semi-professionnel. De nombreux événements sportifs récompensent les meilleurs compétiteurs par une prime qui peut être pécuniaire sans qu'ils ne soient pour autant être taxés de professionnalisme (Andreff et Szymanski, 2009, 2012).

Selon cette définition, il semble que la distinction entre le statut des professionnels et le statut amateur ne soit pas si tranchée, dans la mesure où un certain nombre d'amateurs rémunérés pourraient bien entrer dans la définition du sportif professionnel (Augias, 2014).

La Convention Collective Nationale du Sport en France (CCNS) du 7 Juillet 2005, étendue par arrêté du 21 Novembre 2006 a introduit la distinction entre les salariés du sport professionnel, c'est-à-dire les personnes employées pour exercer, à titre exclusif ou principal, leur activité au sein d'une entreprise ayant pour objet la participation à des compétitions (Article 12-1 CCNS), et les sportifs amateurs.

Selon l'article 12-3-1-1, « *le sportif professionnel mettra à disposition de son employeur contre rémunération ses compétences, son potentiel physique et ses acquis techniques et tactiques, le temps de préparer et de réaliser une performance sportive dans le cadre d'une compétition ou d'un spectacle sportif de façon régulière ou occasionnelle, ainsi que, accessoirement, les activités de représentation qui en découlent* ». Nous constatons donc, que la limite entre sport professionnel et sport amateur peut être floue. La CCNS ne définit pas l'amateurisme de façon claire.
Depuis 1866, l'Amateur Athlétic Club (AAC)[16] estime qu': « est amateur tout gentleman qui n'a jamais pris part à un concours public ouvert à tout venant, ou pour de l'argent provenant des admissions sur le terrain, ou autrement, ou qui n'a jamais été,

[16] L'Amateur Athletic Club (AAC) a été fondé à Londres et a dirigé les premiers championnats anglais. Cette fédération très « sélecte » exclut toute forme de professionnalisme et refoule même explicitement « les ouvriers, les artisans et les journaliers ». En 1880, l'AAC a cédé le pouvoir à l'Amateur Athletic Association (AAA).

à aucune période de sa vie, professeur ou moniteur d'exercices de ce genre comme moyen d'existence, qui n'est ni ouvrier, ni artisan, ni journalier »[17].
On ne peut pas évoquer le sujet de l'amateurisme sans parler du Baron Pierre de Coubertin, rénovateur des Jeux Olympiques de l'ère moderne en 1894 et fondateur du Comité International Olympique, dont il fut le président de 1896 à 1925.
L'amateurisme a divisé le monde sportif et les politiques. La première cause de défense évoquée par Coubertin est de s'appuyer sur le monde éducatif. Il a une activité de lobbying à travers le comité pour la Propagation des exercices physiques dans l'éducation (1888). Ce comité est un échec total, la même année sont lancés les bataillons scolaires. Coubertin parvient à obtenir une légitimité auprès des pouvoirs publics lorsque l'USFSA (Union des Sociétés Françaises de Sports Athlétiques) est reconnue d'utilité publique par le gouvernement, où il va mieux parvenir à ses fins avec la rénovation des Jeux Olympiques.

Jim Thorpe, champion Olympique de natation en 1912 se voit retirer ses titres car il participe à un match de baseball pour la somme de 60$, même chose pour l'athlète finlandais Paavo Nurmi (3 médailles d'or et 2 médailles d'argent) qui ne peut participer aux J.O. de 1932 car il avait touché de l'argent lors d'exhibitions (De Coubertin 1931). Enfin, Jules Ladoumègue a été disqualifié en mars 1932 pour « faits de professionnalisme » alors qu'il détenait six records du monde de demi-fond (Lassus, 2000).

Le passage d'amateurisme à professionnalisme transforme le rapport que les sportifs entretiennent avec le public. A partir du moment où un sportif est payé pour un spectacle, ce dernier doit être digne d'être regardé par le plus grand nombre, le sportif doit tenir compte des attentes des spectateurs. Cela entre en contradiction avec l'exigence de remporter la victoire. Le sportif est partagé entre deux logiques.

1- La pénétration d'une logique économique qui va entretenir cette ambivalence entre une production sportive « pure » (remporter la victoire) et une production sportive sous la forme d'un spectacle qui s'adresse au grand public.

On abordera les conditions qui permettent le basculement d'une pratique amateur à une pratique professionnelle ainsi que ce qu'il convient d'entendre par professionnalisation.

[17] Définition tirée en ligne du site : http://www.oasis-creation.com/www/newsletter_janvier2017/site/actu3.php

2- Les relations entre les fédérations sportives (gardiennes de l'éthique sportive) et les instances qui produisent du spectacle sportif se sont transformées au fil du temps. Elles étaient d'abord caractérisées par une concurrence (l'enjeu étant la conservation du contrôle de l'élite) puis par une coopération (Smith et Stewart, 2007).

La professionnalisation n'est pas simplement le fait de gagner sa vie par le sport, mais c'est aussi la part croissante prise par les athlètes dans la maîtrise de leurs activités.

L'évolution du secteur sportif est comparable aux autres secteurs touchant aux activités professionnelles… (Barbusse, 2006). Comme nous le constatons dans les pays occidentaux. Ils ont été suivis d'une mutation semblable dans d'autres parties du globe notamment sous l'influence du colonialisme.

1.2.6 Le Moyen-Orient

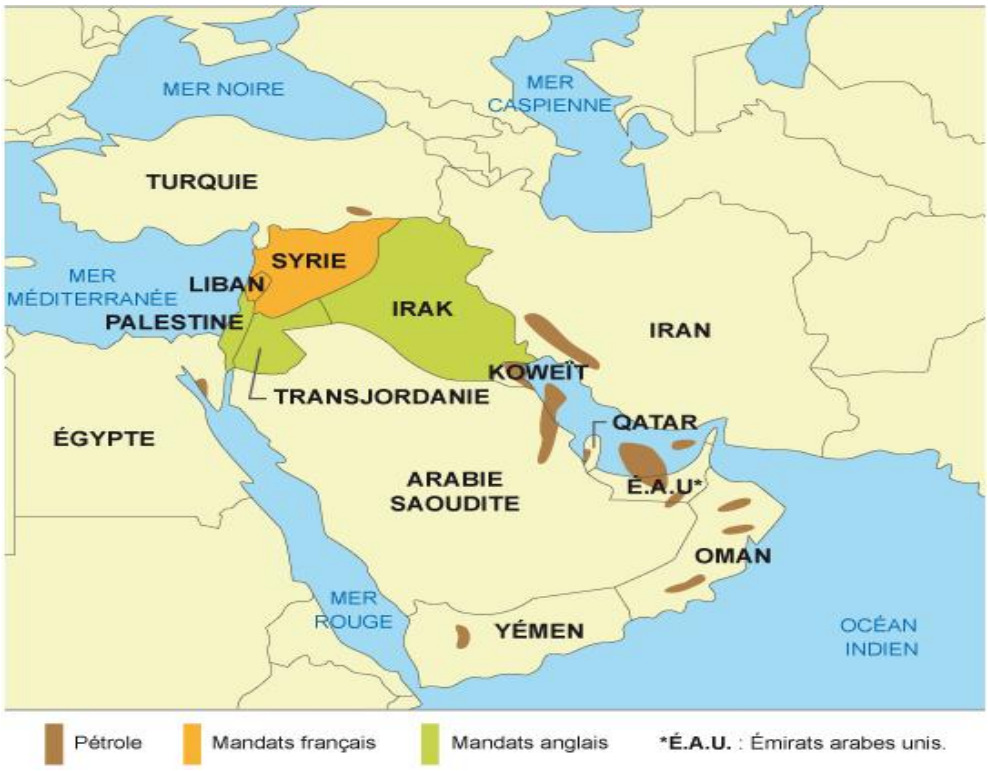
L'influence coloniale s'est traduite aussi dans le champ géographique dont notre étude fait l'objet : le Moyen-Orient. Que recouvre le Moyen-Orient ?

Le terme « Moyen-Orient » ne s'est imposé que depuis un siècle, sous l'influence des Anglais, qui avaient recouru à l'expression « Middle East ».

C'est une région comprise entre la rive orientale de la mer Méditerranée et la ligne tracée par la frontière entre l'Iran d'une part, le Pakistan et l'Afghanistan d'autre part. Cette région se trouve essentiellement en Asie mais est parfois étendue à l'Afrique du Nord.[18]

Cet espace de plus de 7 millions de km² regroupe différentes civilisations qui se sont développées au cours des siècles ; parmi elles, les Arabes, Perses et Turcs forment les groupes ethniques les plus importants présents dans la région.

Carte n°1 : Le Moyen-Orient



[18] Le Moyen-Orient désigne pour les Britanniques une région allant de l'Égypte à l'Afghanistan et du Sud du Caucase à la Péninsule arabique, en englobant le Proche-Orient.

Les États du Moyen-Orient peuvent être répartis selon leur position géographique[19] : les pays du croissant fertile : Chypre, Israël, Irak, Iran, Jordanie, Liban, Palestine, Syrie et Turquie (Bozarslan, 2015).
Les États de la péninsule arabique : Arabie saoudite, Bahreïn, Emirats arabes unis, Koweït, Oman, Qatar et Yémen.
D'après Gérard-François Dumont (2005) il existe trois types géopolitiques au Moyen-Orient.
On trouve d'abord les pays qui bénéficient d'une rente économique essentielle, en raison de ce que représente le pétrole en tant que source d'énergie dans l'économie mondiale, ce qui conduit les grandes puissances à s'intéresser à ces pays, qui sont : le Koweït, le Qatar, l'Arabie Saoudite, Oman, Bahreïn, et les Émirats Arabes Unis. Ces pays occupent aujourd'hui le premier rang en matière d'investissements dans le sport professionnel notamment le Qatar futur organisateur de la coupe du monde de football en 2022.
Dans une deuxième catégorie figurent des pays dont l'importance de la diaspora et du rôle qu'elle exerce dans le monde : l'Arménie, le Liban et bien entendu, Israël. Enfin, une troisième catégorie comprend la Jordanie et l'Égypte dans des situations géopolitiques disparates, où ni le pétrole ni le rôle des diasporas ne sont des marqueurs suffisants.

1.2.7 La mondialisation au Moyen-Orient

Au lendemain de la Première Guerre mondiale, les Français et les Britanniques se partagent la région en établissant des mandats. A l'époque, le Moyen-Orient était en grande partie sous le contrôle de l'Empire ottoman. Le traité de Sèvres (1920) l'a divisé en plusieurs États indépendants.
Ainsi, la France exerce son mandat sur la Syrie, dont elle détache le Liban pour satisfaire aux revendications des chrétiens maronites, légèrement majoritaire dans la région et protégés par la France pendant la période ottomane. Les Britanniques débutent un mandat sur la Palestine et sur la Mésopotamie (l'Irak et la Transjordanie) et

[19] Plusieurs délimitent le Moyen-Orient en rajoutant à la liste ci-dessus d'autres pays : dont l'Arménie, la Géorgie, et les pays de l'Afrique du nord.

continuent d'exercer leur influence sur l'Égypte et les émirats du Golfe persique - Koweït, Qatar, Oman, et une partie du Yémen.[20]

Les deux puissances européennes ne tiennent pas compte des aspirations nationales et les frontières qu'elles tracent sont artificielles. En effet, les premiers gisements de pétrole, découverts en Iran et en Irak avant la Première Guerre mondiale, représentent déjà un enjeu pour les Britanniques.

Le Moyen-Orient est un carrefour commercial décisif entre l'Europe, l'Asie et l'Afrique. Par sa position géographique, il est au cœur des affaires internationales, une région stratégique. Sa première source de richesse et notamment pour les pays de la péninsule Arabique, l'Irak et le Koweït est la production et l'exportation d'hydrocarbures et de matières premières. Ils produisent près de 35% du pétrole mondial et détiennent plus de 65% des réserves mondiales (Capdepuy, 2008).

D'autres pays comme Israël, le Liban, la Jordanie, la Turquie ou Chypre ont tourné leur économie vers d'autres activités telles que le tourisme, le commerce, l'agriculture ou les hautes technologies. D'autre part, phénomène plus récent, les pétrodollars sont réinvestis via des fonds privés et publics arabes dans la finance et l'économie internationale, notamment le Qatar qui investit massivement dans le sport professionnel.

Avant la fin de la Seconde Guerre mondiale, les Français ont abandonné leur mandat sur le Liban. Son indépendance s'est accompagnée de l'arrivée des États-Unis dans la région par le biais du Pacte de Quincy du 14 février 1945[21]. Cette alternance politique a entrainé pour le Liban une profonde transformation des mentalités dont la référence s'est imprégnée désormais du modèle américain.

D'après Jean-Christophe Delmas (2012)[22], c'est une région qui connait de longues périodes de guerre. Elle mérite la réputation « foyer du terrorisme islamiste » au lendemain des attentats du 11 septembre qui s'est développé depuis les années 1970-1980 dans l'ensemble de la région.

Il est important de connaitre toutes ces informations afin de comprendre les caractéristiques de cette région dans laquelle on va étudier l'état du sport professionnel.

[20] Les Britanniques occupaient à l'époque Aden et la région sud de l'actuel Yémen, le nord du pays et la capitale Sanaa étaient indépendants de toute occupation Britanniques.

[21] C'est un pacte conclu entre le président Roosevelt et le roi saoudien afin de permettre l'accès des États-Unis au pétrole saoudien en échange d'une protection militaire et d'une aide en matériel militaire américaine.

[22] Le Proche et le Moyen-Orient, un foyer de conflits depuis la fin de la Première Guerre mondiale. Publié en ligne sur https://www.lyceedadultes.fr/sitepedagogique/documents/HG/HGTermL/livret_hg_TermLES/TermL_H08_T3_Q2_Le_Proche_et_le_Moyen_Orient_un_foyer_de_conflit.pdf

Le Moyen-Orient est une région caractérisée par :

- L'instabilité des frontières,
- La fragilité des États,
- La diversité ethnique et religieuse,
- Une montée de l'islamisme radical,
- La rivalité pour les ressources naturelles (eau, pétrole et gaz),
- Des Fractures sociales et démographiques.

Beaucoup d'Occidentaux font l'erreur de considérer le Moyen-Orient comme une zone homogène. Ils font rarement la différence entre les pays qui le composent. Or cette zone est loin d'être homogène. Sur le plan politique, le contexte diffère d'un pays à l'autre : certains pays sont en effet régis par une monarchie, d'autres par une démocratie, et ces monarchies ne sont pas elles-mêmes toutes identiques. De même sur le plan économique, les situations de ces pays sont également très diverses ; le PNB par habitant y varie. Les pays du Golfe sont très souvent assimilés à des pays producteurs d'hydrocarbures comme le Qatar. A cet égard, on ne peut pas aborder le sport au Moyen-Orient de manière générale et uniforme pour tous les pays de cette zone, car il s'y est développé différemment, suivant des périodes différentes, à un rythme différent, et en référence à des pratiques préférées pour chaque pays, des politiques sportives spécifiques à chaque pays, sous l'influence culturelle de la région.
Le Moyen-Orient se caractérise par la diversité religieuse et la multiplicité des peuples qu'il touche et l'imbrication du politique et du religieux dans la gouvernance de ces pays. Le tableau ci-dessous, expose les données géographique, démographique et économique des seize pays du Moyen-Orient. Il présente la superficie, le nombre d'habitant, le produit intérieur et le régime politique de chacun d'entre eux.

Tableau n°8 : Etats du Moyen-Orient selon le PIB/habitant par ordre décroissant

Pays	Superficie (km²)	Population (hbts.)	PIB par habitant ($) (2016)[23]	Régime politique
Qatar	11 437	1 853 563	73 653	Monarchie constitutionnelle
Émirats arabes unis	82 880	9 264 070	37 622	Monarchie constitutionnelle
Israël	20 770	8 848 800	37 176	Démocratie parlementaire
Koweït	17 820	4 566 437	29 301	Monarchie constitutionnelle
Chypre	9 250	1 502 677	23 075	Régime présidentiel
Bahreïn	665	1 534 571	22 600	Monarchie constitutionnelle
Oman	212 460	3 173 479	20 495	Monarchie absolue
Arabie saoudite	1 960 582	30 136 977	20 029	Monarchie absolue
Turquie	779 452	80 810 269	10 788	Démocratie parlementaire
Liban	10 452	6 358 913	8 257	Démocratie parlementaire
Iran	1 648 195	80 917 711	5 383	République islamique
Irak	437 072	38 853 361	4 610	Démocratie parlementaire
Jordanie	92 300	9 994 271	4 088	Monarchie constitutionnelle
Égypte	1 001 449	95 785 887	3 515	Régime semi-présidentiel
Yémen	527 970	33 364 837	990	Régime semi-présidentiel
Syrie	185 180	22 717 417	783	Régime présidentiel

L'un des premiers pays moyen-orientaux à investir en France est le Qatar. En dépit de sa taille modeste il se présente comme un acteur incontournable de la mondialisation par son implication dans le sport professionnel à travers des investissements massifs dans les clubs sportifs, les médias et l'organisation des méga-événements (Champagne, 2012).

[23] Tiré du site de la Banque Mondiale. https://www.populationdata.net/pays

Conclusion du chapitre

Au terme de ce premier chapitre, où se sont inscrites les grandes lignes de notre recherche, à savoir la spécificité culturelle du Moyen-Orient, en ce qui concerne le sport professionnel, son interaction avec l'Occident et ses retombées socio-économiques, il a fallu ensuite définir le champ de la recherche et son cadre géopolitique, les hypothèses et la méthodologie choisie. La première section se termine par l'analyse des contributions de cette recherche avant de passer à un deuxième volet de ce premier chapitre qui définit les termes qui composent le sujet même de notre étude. Sur la base des principes énoncés dans ce premier chapitre, le suivant aborde le cœur de notre recherche focalisée sur la mondialisation du sport professionnel au Liban.

Chapitre 2 : Mondialisation : Moyen-Orient, Liban, sport professionnel

Introduction du chapitre

L'enjeu de ce chapitre essentiel à notre travail, est de bien saisir les effets socio-économiques de la mondialisation en général, afin d'identifier comment elle se manifeste aussi dans le sport professionnel. Il s'agit d'abord de présenter l'économie et le contexte culturel du Moyen-Orient et le sport qui s'y développe. Ensuite la présentation du Liban comme espace spécifique de notre étude s'expose sous la forme de trois volets : son identité culturelle, le confessionalisme qui le caractérise, les effets de sa dépendance à l'influence européenne plus particulièrement de la colonisation. Notre démarche ainsi construite, veut nous aider à mieux comprendre comment les effets sur ce terrain se manifestent dans le domaine du sport professionnel.

2.1 Le Moyen-Orient : son économie et sa culture

L'économie du Moyen-Orient est aussi diversifiée que le sont les pays qui le composent.

D'autres pays comme Israël, le Liban, la Jordanie, la Turquie ou Chypre ont tourné leurs économies vers d'autres activités telles que le tourisme, le commerce, l'agriculture ou les hautes technologies. D'autre part, phénomène plus récent, les pétrodollars sont réinvestis via des fonds privés et publics arabes dans la finance et l'économie internationale, notamment le Qatar qui investit massivement dans le sport professionnel.

En 2012, le PIB en équivalence de pouvoir d'achat de la région est de 4 436 milliards$, soit plus de 5% du PIB mondial. En terme de PIB par habitant, les pays accusent entre eux des écarts très importants, allant de plus de 80 000$ par an et par habitant au Qatar (soit un niveau proche du Luxembourg) à 2 500$ pour le Yémen (soit un niveau proche de la Moldavie).

Certains pays de la péninsule Arabique, sous l'impulsion de l'Arabie saoudite ont décidé de se réunir pour former le conseil de coopération du Golfe, cette structure à but politico-économique a déjà permis de mettre en place un marché commun et de développer des partenariats entre pays riverains, en matière d'échanges économiques, énergétiques, militaires et de transports.

2.1.1 Le sport au Moyen-Orient

Alors que le sport professionnel est né et institutionnalisé en Occident puis mondialisé, son introduction s'est confrontée aux particularismes de la culture moyen-orientale. Les effets de cette confrontation ont donné lieu à une dialectique complexe, dont les résultats ont permis au sport professionnel de se rendre compatibles à une culture orientale qui lui était étrangère. Selon Looney dans son livre Handbook of US-Middle East Relations (2009), les Américains n'auraient mis la main sur le Moyen-Orient qu'après les attentats du 11 septembre 2001.

Ils auraient tenté d'introduire des réformes sous prétexte d'obtenir plus de démocratie et de prospérité dans le but d'intégrer ses pays dans le processus de mondialisation.

Le fossé entre les pays du Moyen-Orient et le reste du monde est encore large dans ce domaine spécifique de la mondialisation, même si la plupart des gouvernements moyens orientaux ont accepté les principes de l'économie globalisée et de la libération des marchés.

Comment ce fossé pourrait-il être comblé? N'y aurait-il pas au contraire des ponts à jeter afin de mieux intégrer ces pays dans le cycle de la mondialisation?

Économiquement ces pays en adopté une économie du marché ouverte, en éliminant certaines lois de restriction et de repli sur eux-mêmes. Culturellement même si cette percée reste encore timide certains d'entre eux ont voulu donner un rôle plus grand à la femme et à son implication dans la société. Sa participation va donc s'affirmer de plus en dans la vie politique (entrée au parlement) et économique (occupant des postes publics importants). Dans certains pays, les réformes juridiques entreprises voient toutefois généralement consacrée une égalité constitutionnelle entre femmes et hommes dont la portée précise reste variable et incertaine (Gaté, 2014). Les effets du printemps arabe sont demeurés politiquement sans lendemain manifestant combien il était difficile de remplacer les régimes de dictatures par des démocratie à l'occidentale.

En 1986 James Dorsey[24], observateur affuté de la réalité moyen-orientale, accompagnait la sélection mexicaine de football pour une première tournée dans la région et en Afrique du nord. (Dorsey, 2013) Il a pu constater que le sport y était perçu bien au-delà d'une simple pratique. Il avait alors noté la mainmise de la religion et du politique sur le sport. Il affirma: « Les supporters sont si fanatique du ballon comme de la politique, de la religion, des armes, du sang et de la révolution ».

Au Moyen-Orient plus que partout ailleurs, il avait pu observer que les points de conflits et de tensions tel que la religion, l'appartenance communautaire, les confrontations ouvertes, avaient trouvé dans la pratique sportive une sorte d'exutoire et de transfert.

Certains pays se situent dans l'espace géographique moyen-orientale mais participe à une pratique sportive dans le cadre européen : Chypre, Turquie, Israël.

1 : Chypre :

Chypre est une île méditerranéenne située au carrefour de l'Europe, du Levant et de l'Afrique, a une distance de seulement 243 kilomètres du Liban. Elle est divisée en deux entités distinctes.[25] La République de Chypre (côte sud), dont la majorité des habitants appartient au groupe ethnolinguistique des Chypriotes grecs, est membre de l'Union européenne . Au nord, la République « turque », appelée République turque de Chypre du Nord (RTCN), seulement reconnue par la Turquie (Gueynard , 2005 ; Crouzet, 2016). Le cas chypriote mérite une mention spéciale étant donné son rôle tampon entre l'Orient et l'Occident, les clubs de sa partie européenne se sont affrontés à ses plus grands rivaux. Ainsi a-t-on vu l'Apoel Nicosie en ligue de champion de football affronter les plus prestigieux comme F.C. Barcelone et le Paris Saint-Germain. Pendant ce temps les clubs des parties nord (RTCN)[26] restent confinés à un horizon limité. En conséquence, ses associations sportives n'étant pas membres des fédérations internationales ne peuvent pas affronter d'équipes étrangères, même à titre amical (Looney, 2009).

[24] James Dorsey attaché supérieur de recherche à l'université de Singapore Nanyang, travaille sur les problèmes ethniques et religieux au Moyen-Orient et en Afrique du nord.

[25] Depuis l'été 1974, une ligne de démarcation sépare, au sud, la seule République chypriote reconnue quasi-internationalement.

[26] La RTCN a proclamé son indépendance le15 novembre 1983, neuf ans après l'occupation militaire de la partie nord de l'île en 1974 par la Turquie.

La Turquie :

La Turquie[27], héritière de l'Empire ottoman, est située aux confins de l'Asie et de l'Europe. Elle a des frontières avec la Grèce, la Bulgarie, la Géorgie, l'Arménie, l'Azerbaïdjan, l'Irak, l'Iran et la Syrie. Elle est devenue, en moins d'une décennie, la puissance majeure au Moyen-Orient. Historiquement, géographiquement et en partie culturellement, elle se trouve, depuis des siècles, en contact direct et en interpénétration réciproque tant avec l'Europe[28] qu'avec les pays du Moyen-Orient. C'est en grande partie dû à la montée au pouvoir de l'AKP, le parti « islamiste modéré » de Recep Erdogan, d'une croissance économique vigoureuse.

Dans un article de Philippe Marcacci (Rédacteur en chef adjoint de *l'Est Républicain*) publié en 2013, considère la Turquie, comme un élève modèle de la mondialisation, renvoyait jusqu'ici l'image d'une société ayant réussi le difficile mariage de l'islam, du capitalisme et de la démocratie, ce qui est contestable aujourd'hui en 2017.

La Turquie figure aujourd'hui parmi les pays émergents au même titre que le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine ou l'Afrique du Sud (BRICS). Au moment où l'Europe est frappée par une crise économique et financière sévère, la Turquie connaît depuis dix ans une croissance continue (8,9%) qui la place aujourd'hui comme dix-huitième économie mondiale et lui offre une place parmi le G20.[29]

Dans ce pays le sport tire ses ressources financières les moyens de son attractivité de l'accueil d'événements sportifs. Le sport y bénéficie d'un soutien appuyé des autorités dans un but essentiellement politique : sa participation aux grandes compétitions internationales, les efforts diplomatiques qu'elle déploie en ce sens visent en grande partie à exacerber le sentiment national et promouvoir son image.

L'histoire du lycée de Galatasaray, est l'illustration de ce rattachement du pays à la modernité européenne dans toutes ses dimensions. Très tôt, le sport a ainsi occupé une place privilégiée dans le projet éducatif de ce lycée avec l'inscription dans le programme d'un cours d'éducation physique et sportif qui a été à l'origine des premiers clubs et équipes de sport de Turquie. Mais le sport qui interroge les formes d'appartenance et les logiques d'identification est aussi un révélateur d'une relation

[27] Superficie : 779 452 km² population : 80,81 millions (2016) Banque mondiale
[28] La Turquie possède 3% de son territoire en Europe.
[29] Problèmes économiques N° 3047 -La Turquie, une puissance émergente. La Documentation Française 2012.

complexe de la Turquie à l'Europe et dessine des lignes de tension entre les deux, qui débordent l'espace du champ sportif pour trouver un sens dans l'espace politique.

Depuis les années 1990, la Turquie a multiplié l'organisation de rencontres sportives internationales. Elle suit le rythme imposé par la mondialisation et profite des opportunités : introduction de la ligue des champions de football et de basket-ball, la commercialisation intensifiée et la professionnalisation du jeu, la libéralisation des paysages médiatiques, la féminisation des supporters et l'émergence du football féminin.
Si les premières compétitions étaient limitées, au départ, aux disciplines dans lesquelles les athlètes turcs traditionnellement excellent (lutte et haltérophilie), dans les années 2000, l'éventail des épreuves accueillies s'est considérablement élargi pour toucher désormais les sports parmi les plus populaires et les plus médiatisés de la planète : championnat d'Europe de natation (2000 et 2009) ; championnat d'Europe (2001) et du monde (2010) de basket-ball ; finale de la Champions League (2005)[30] et de la Europa League (2009) de football. Depuis 2003, elle accueille une épreuve de la coupe du monde de Rallye et depuis 2005 jusqu'en 2011 un grand prix de Formule 1 à Istanbul. Elle organise en 2012, les championnats du monde d'athlétisme en salle et les championnats du monde de natation (petit bassin). Enfin, elle s'est portée candidate, sans succès jusqu'à présent, à l'organisation des championnats d'Europe de football (2008 et 2016) et des Jeux olympiques (2000, 2004, 2008 et 2012)[31].
Les multiples candidatures turques à l'accueil de compétitions sportives internationales s'inscrivent dans la poursuite d'une reconnaissance et d'un prestige international. En effet, les grands événements sportifs sont autant d'opportunités -grâce à la mondialisation-de mieux faire connaître à l'extérieur la Turquie. Cette stratégie est adoptée aujourd'hui par plusieurs pays notamment le Qatar.

3-Israël :

[30] La finale au stade Atatürk à Istanbul entre le Milan AC (Italie) et le Liverpool (Angleterre).
[31] En juillet 2011, Istanbul est à nouveau candidate pour accueillir les JO de 2020 qui ont été attribués à Tokyo.

Israël est un État situé à la frontière sud du Liban, dont la superficie est de 20770 km².

Le pays compte aujourd'hui 8 millions d'habitants. Il est le seul État au monde où la population est majoritairement juive (75,4%), la population non juive comprend principalement des Arabes qui représentent 20,6% de la population dont 91% d'entre eux sont musulmans.

Israël s'est ouvert au monde à travers plusieurs accords avec l'Europe, l'Afrique et l'Amérique, dans des domaines variés, notamment dans le commerce, dans la politique, mais aussi dans le sport.

L'Union européenne est le premier partenaire commercial de l'État d'Israël. 33% des exportations israéliennes vont vers l'UE et 40% de ses importations en proviennent. Le commerce entre les 27 États membres de l'UE et l'État d'Israël n'a fait que s'intensifier. Dans le domaine sportif jusqu'en 1974, les équipes nationales étaient affiliées à la confédération asiatique. Au football, il a d'ailleurs remporté la Coupe d'Asie des nations en 1964. Mais de 1974 à 1990, Israël a été obligé de disputer des matchs de la zone Océanie en raison du refus de plusieurs pays arabes de jouer contre des formations israéliennes dont ils ne reconnaissent pas l'État.[32] En 1991, l'UEFA consciente du problème, a intégré les clubs israéliens dans les compétitions européennes. Ce n'est qu'en 1994 que son entrée fut officialisée. Ceci lui a permis de s'internationaliser davantage à travers le sport, plus précisément grâce à ses participations aux Jeux olympiques, et aux grands tournois européens (Ben-Porat, 2001).

[32] Il est possible d'envisager dans le futur un apaisement des relations sportives entre l'Etat hébreu et quelques pays voisins de la zone Asie. Le Qatar particulièrement a joué un rôle de médiateur dans ces affaires politico-sportives qui sont sa spécialité.

Tableau n°9 : Résultats des athlètes israéliens dans les Jeux Olympiques

Médaille	Nom de l'athlète	J.O.	Sport	Compétition
2 d'argent et 3 de bronze	Yael Arad et Oren Smadja	1992 Barcelona	Judo	Femmes poids mi-moyen, Hommes poids léger
3 de bronze	Gal Fridman	1996 Atlanta	Planche à voile	Planche à voile Hommes
3 de bronze	Michael Kolganov	2000 Sydney	Canoë	Hommes 1500 mètres
1 d'or	Gal Fridman	2004 Athènes	Planche à voile	Hommes Planche à voile
3 de bronze	Ariel Zeevi	2004 Athènes	Judo	Hommes mi-lourd
3 de bronze	Shahar Tzuberi	2008 Beijing	Planche à voile	Homme planche à voile
0 medaille	-	2012 Londres	-	-
2 de bronze	Yarden Gerbi et Sasson Or	2016 Rio	Judo	Femmes poids mi-moyens, Hommes poids lourds

En juin 2007, Israël inaugure la première ligue de baseball au Moyen-Orient (IBL). D'après Klein, le baseball professionnel, né en Amérique du nord se construit un réseau mondial en expansion continue (Franck, 2009).

Le basket-ball, deuxième sport plus populaire du pays, a connu un développement qui a accompagné les différentes étapes de la formation de cet État. Le basket-ball Israélien a contribué à la reconnaissance internationale par le sport à laquelle le Premier Ministre Ben-Gourion misait fortement dans sa politique de renforcement de cet État nouvellement indépendant.

Ce que l'on retiendra de la particularité israélienne dans la zone moyen-orientale, c'est la diversité et l'ouverture à l'internationale de ses équipes sportives et de ses compétitions locales, notamment en direction des Etats-Unis.

2.2 Le Liban

2.2.1 Une entité culturelle, politique et économique

Le Liban administré par la France sous un régime de mandat de la Société des Nations entre 1920 et 1943, prend le nom de République Libanaise en 1926. Ce mandat français a mis fin à l'hégémonie de l'Empire Ottoman et exerce son pouvoir dans les régions syriennes du Levant, divisées en cinq entités administratives dont l'une d'elles va former le Liban.

Le Liban dont la capitale est Beyrouth, partage ses frontières avec la Syrie au nord et à l'est sur 376 km et Israël au sud sur 79 km. Il est bordé à l'ouest par le bassin levantin, la partie orientale de la mer Méditerranée, avec 220 km de côtes. Le français a été déclaré langue officielle au même titre que l'arabe par la Constitution de 1926, mais avec le temps il a perdu son statut devient une langue seconde avec l'anglais, et l'arménien. La monnaie officielle est la livre libanaise et le dollar américain. Aujourd'hui il est possible de payer en euro dans certains magasins et restaurants libanais.

Le pays proclame son indépendance le 22 novembre 1943. La même année, le « pacte national » organise la répartition des principales fonctions publiques entre les communautés chrétienne (Président de la République Catholique) et musulmane (Premier ministre sunnite). Plus tard en 1989 cette répartition concernera également les chiites (Président de l'Assemblée Nationale) avec les accords de Taëf (Soutou, 2010).

Drapeau Libanais après 1943

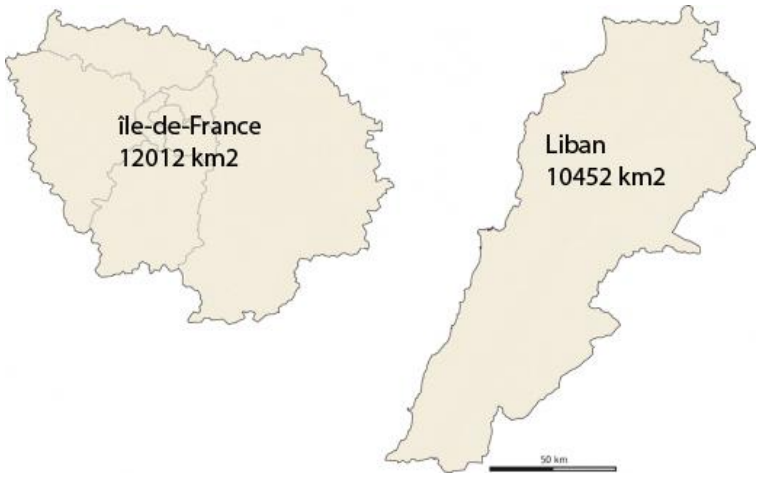
Drapeau Libanais Sous mandat Français

Une fois son indépendance acquise, le Liban subit une situation géopolitique régionale tendue (arrivée massive de réfugiés palestiniens après les guerres israélo-arabes de 1948 et 1967, et plus récemment syriens et iraquiens, rivalités interarabes, guerre froide). Cet État pluriconfessionnel, a développé longtemps un système bancaire

parmi les plus performants au monde, ce qui lui valut le titre de Suisse du Proche-Orient après la seconde guerre mondiale (Dubar, 1974).
On ne peut comprendre l'identité libanaise sans mentionner ici les éléments de cette mosaïque fragile, composée de dix-huit confessions officielles, réparties entre musulmans et chrétiens. Au Liban, les musulmans représentent 59,5% de la population et se répartissent entre chiites 27% sunnites 27% auxquels s'ajoutent les alawites et les druzes qui représentent 5,5% (Nseir, 2012).
Les chrétiens quant à eux représentent environ 40,5% et se répartissent entre maronites 21%, grecques orthodoxes 8%, arméniens 5%, syro-chaldéens, protestants, romano-catholiques etc… Ces pourcentages ne font que donner une idée approximative dans un pays où les mouvements des populations restent très forts, et où il existe aussi d'autres minorités religieuses.
De 1975 à 1990, période de la guerre civile, une série de conflits où se mêlent des confrontations régionales et des luttes intérieures ensanglantent le pays.
En 1989 les accords de Taëf mettent fin aux principales hostilités. Le 22 mai 1991 est signé entre le Liban et la Syrie un « accord de fraternité, de coopération et de coordination », qui prévoit notamment le maintien de la présence des troupes syriennes sur le territoire libanais.
Israël se retire en 2000 du Sud Liban, qu'il occupait depuis 1978. La présence militaire syrienne (30 000 hommes) a pris fin en avril 2005, dans le contexte de fortes pressions internes.

Son emplacement géographique, sa richesse en eau, ses montagnes dominant le Proche-Orient, son ouverture sur la Méditerranée et son climat tempéré, lui donnent une importance stratégique, économique, politique et militaire. Bien que la population du Liban soit estimée à 4,14 millions d'habitants seulement, il est le rassemblement de plusieurs cultures et de civilisations (influencé à l'origine par les Phéniciens, le Liban est conquis et occupé, par les Assyriens, les Perses, les Grecs, les Romains, les Arabes, les Croisés, et les Turcs ottomans). L'État reconnaît officiellement 18 confessions (Haddad, 2009).

Schéma n°3 : Comparaison de la superficie du Liban et de l'Ile de France



La diversité de la population libanaise, composée de différents groupes ethniques et religieux a contribué au développement de festivals, de styles de musique et de littérature aussi bien que d'art culinaire. Du fait de sa composition pluriconfessionnelle, le Liban est doté d'un système politique fondé sur une répartition du pouvoir proportionnelle au poids de chaque communauté religieuse, c'est le confessionnalisme (Harb, 2006).

L'économie du Liban repose sur le tourisme en premier lieu (en 2009, il a accueilli plus de deux millions de touristes et le « New York Times » a classé le pays, destination touristique de l'année). Selon le ministère du Tourisme, le secteur représentait environ 20% du PIB, les visiteurs venaient majoritairement des pays du Golfe et d'Europe. S'ajoute que la population se fait remarquer pour son esprit d'entreprise commercial, et sa diaspora. Celle-ci a créé un réseau commercial libanais unique à travers le monde.

Le montant des devises rapatriées par les libanais de l'étranger, avoisinait la somme de 8,2 milliards de dollars américains qui représentait le 1/5ème de la richesse de l'économie du pays en 2009. L'économie du Liban repose aussi sur l'agriculture : sur la côte, on cultive les agrumes ; sur les pentes en terrasse des montagnes poussent des arbres fruitiers, de la vigne, des forêts de pins. La Bekaa est le domaine des cultures irriguées. Toutefois, depuis la fin de la guerre civile, le secteur touristique souffre de l'instabilité régionale, d'un environnement en constante dégradation et d'un manque d'encadrement public et juridique.

Il convient de signaler que la livre Libanaise (LL) est de faible valeur puisqu'un dollar américain équivaut environ à 1500 LL. La dette publique de ce pays est très élevée, représentant près de 156% du Produit Intérieur Brut (PIB). Le taux de chômage plafonne à 9,2% de la population active et le taux de personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté atteint les 28%. Le PIB par habitant est de 13 000 US$ annuel. Le taux d'alphabétisation est de 87,4% (Nassif, 2013).

Après 1989, le paysage médiatique libanais a pu se développer grâce aux nouvelles technologies d'informations et de communications mais surtout grâce à la démocratie et à la liberté d'expression. Le Liban est au rang des pays les plus ouverts de la région. La féodalité communautaire, qui fut le facteur déterminant dans la construction de l'État, est aussi la composante du paysage médiatique libanais ; chaînes de télévision et de radio, presse écrite (magazines, journaux, et sites internet). Les partis politiques contrôlent et financent les médias tout en restant fidèles à leurs conceptions communautaires. Le sport libanais et même mondial est peu diffusé, on ne lui accorde pas une grande importance.

Il a fallu environ 10 ans après la fin de la guerre civile pour que le gouvernement commence à dessiner la structure officielle du sport au Liban. Les pratiques sportives y occupent une place importante dans la vie des citoyens. La géographie du pays se prête aux pratiques sportives en toutes saisons. En automne et au printemps, il est possible d'aller skier le matin puis de nager dans la mer Méditerranée l'après-midi. Le Liban dispose de six stations de sports d'hiver comprenant des pistes de ski alpin, ski de fond, des circuits de raquettes à neige ou de motoneige. En été, il est possible de pratiquer du canoë, du cyclisme, du rafting, de la natation, de la randonnée, de la voile et de la spéléologie, et des sports extrêmes.

Enfin, un marathon est organisé chaque année à Beyrouth. Dans les compétitions domestiques, le basket-ball et le football sont de loin les deux sports les plus populaires. Le Liban a accueilli les Jeux panarabes de 1997, la coupe d'Asie de football en 2000 ou encore les Jeux de la Francophonie 2009. (Nassif, 2013).

Au basket-ball la sélection masculine obtient de bons résultats et fut capable dans les années 2000 de se défaire du Canada et de la France. Elle participe au championnat du monde en 2002, 2006 et 2010, par trois fois la sélection est vice-championne d'Asie (2001, 2005 et 2007).

Concernant les Jeux olympiques, malgré une présence régulière, le Liban totalise quatre médailles (en lutte et en haltérophilie) mais aucune en or.

En 2013, selon une étude du Centre suisse de recherches conjoncturelles KOF, le Liban a pris la 5ème place parmi 17 pays de la région Moyen-Orient et Afrique du Nord, et la 56ème place parmi 208 pays inclus dans l'étude en termes de degré de mondialisation. L'indice porte sur trois dimensions de la globalisation, les dimensions économiques, politique et sociale. Dans cette mondialisation globale, le Liban arrive devant le Koweït, la Tunisie, Oman et le Maroc, et derrière le Qatar, Bahreïn, les Émirats arabes unis et la Jordanie avec un score de 65,12 points sur 100. En ce qui concerne la mondialisation politique, le Liban est à la 114ème place mondiale et à la 9ème dans la région, devant le Koweït, l'Arabie saoudite et la Syrie, mais derrière le Yémen, le Qatar et la Libye. Au niveau social, le Liban arrive à la 50ème place à l'échelle mondiale et 3ème au niveau régional derrière le Koweït et les Émirats arabes unis, mais devant la Jordanie, Bahreïn et Qatar.

Si l'indépendance du Liban fut déclarée en 1943, les premières activités sportives de ce pays comme telles, ont commencé dès 1920, avec la fin de l'occupation de l'Empire Ottoman et le début du mandat français. À l'instar de ce qui se passait dans les colonies françaises, ou dans les pays sous influence française, c'est le football qui fut le premier introduit au Liban. En 1933, la fédération libanaise de football fut créée, et, en 1935, elle devint membre de la FIFA. C'est principalement entre 1943 et 1948 que la plupart des fédérations sportives furent créées et certaines regroupaient plusieurs disciplines (Abou Haidar, 2016).
Par exemple la lutte, la boxe et l'haltérophilie faisaient partie de la même fédération. C'était également le cas de la natation, du ski, du cyclisme et de l'athlétisme. Le Comité olympique libanais fut créé en 1948 et le Liban participa aux Jeux d'Hiver de 1948 à Saint-Moritz, puis aux Jeux d'Eté à Londres**.** En 1952, il prit part aux Jeux d'Hiver à Oslo puis aux Jeux d'Eté à Helsinki. De même, il participa aux premiers et seconds Jeux Méditerranéens, en 1951 à Alexandrie et 1953 à Barcelone. En 1953, également, il participera aux premiers Jeux Panarabes à Alexandrie (Jarjoura, 2008). En 1957, le gouvernement décidera de construire la « Cité Sportive de Beyrouth », la plus grande installation sportive, un stade multisports pouvant accueillir 50 000 personnes. Ce projet permettra au Liban d'organiser des compétitions internationales, marqua la volonté de ce pays de se distinguer dans le sport international. En effet, dès son inauguration, en 1957, cette enceinte accueillit les deuxièmes jeux panarabes, et en 1959, les troisièmes Jeux Méditerranéens. Cet essor de l'infrastructure sportive libanaise s'est accompagné du développement du mouvement sportif puisque, au cours de la

même période, le nombre de fédérations nationales augmenta des chiffres. Ainsi, l'année 1959 fut une année charnière dans le sport libanais. Plusieurs fédérations regroupant plusieurs sports se scindèrent en deux ou en trois et c'est ainsi que de nouvelles fédérations virent le jour, à savoir la fédération libanaise d'escrime (1959), de natation et du ski (1961), du basket-ball(1961), d'haltérophilie(1962), de l'athlétisme(1965), du judo (1967) du handball (1967), en 2003 la fédération du rugby, et dernièrement en 2011 la fédération du qui est la plus récente, celle du triathlon.[33] La même année, le gouvernement créa la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports afin de gérer et de contribuer au développement du sport dans les établissements scolaires et les universités. Le gouvernement soutenait financièrement et matériellement les fédérations nationales et le Comité olympique libanais, et la direction de la Jeunesse et des Sports aidaient à leur développement.

En 1972, le gouvernement prit conscience que le sport devait être modernisé et adapté aux besoins d'une nouvelle ère du sport mondial, et la direction de la Jeunesse et des Sports en coopération avec le Ministère de l'Education décida de réformer le sport au Liban (Matar, 2004).

Entre 1975 et 1990, la guerre s'est installée, et le sport au Liban connaîtra durant cette période un moment de stérilité totale, accompagnée d'une participation symbolique réduite à quelques rencontres internationales et aux jeux Méditerranéens.

En 1977, un nouveau Président et un Premier ministre dynamique, donneront cependant un bref espoir pour l'avenir du sport libanais. Des lois et des décrets furent rédigés dans ce contexte par le ministre de l'Education dans le but de réformer le sport dans le pays. Mais certains membres de fédérations et du Comité Olympique libanais se sont personnellement interposés pour bloquer l'entrée en vigueur de ces réformes (Soutou, 2010).

La situation politique et sécuritaire se détériora et le pays plongea dans l'instabilité et l'insécurité. En 1980, les Libanais obtiennent une médaille de bronze en lutte gréco-romaine lors des jeux Olympiques de Moscou. Les années allant 1982 à 1990 furent en fait les plus difficiles de la guerre civile libanaise, et l'écart sur le plan sportif entre le Liban et les nations sportivement développées et mondialisées se creusa encore davantage.

Si le Liban a donc accusé tellement de retard sur la scène sportive à la fin des années 90, ce n'est donc pas seulement à cause des quinze années de guerre civile, mais éga-

[33] Tiré du site de Abdo Gédéon : « Lebanese federations » en ligne sur http://www.abdogedeon.com/volleyball/lebanesefederations.html

lement à cause des grands progrès du sport international durant ces mêmes années (Nassif, 2013).

En 1991, première année de la période d'après-guerre, le principal objectif du gouvernement libanais fut la reconstruction des infrastructures du pays et la réhabilitation de l'économie. Aucune mesure ne fut entreprise par le gouvernement libanais en faveur du sport.

En 1993, la section de l'enseignement supérieur a donné les premiers permis aux universités pour commencer à établir des programmes d'Education Physique et Sportive.

En 1997, le Décret 10227 a officiellement inscrit l'EPS comme matière officielle dans le programme scolaire libanais.

Le premier projet de loi entrepris par le gouvernement visant à définir l'organisation sportive libanaise a été concrétisé par le Décret 247, signé en 2000, qui a « transformé » la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports en un Ministère de la Jeunesse et des Sports et l'a séparé du Ministère de l'Education.

En 2004, le Comité de la Jeunesse et des Sports au Parlement a voté la Loi 629 qui explique le règlement qui régit le fonctionnement interne du Ministère de la Jeunesse et des Sports (Nseir, 2012).

En 2005, un programme de collaboration entre l'ambassade de France et le Ministère de la Jeunesse et des Sports a fait appel à deux experts en sport français, Henri-Pierre Gazzeri et Jean-François Isnard avec pour mission d'étudier la possibilité de mettre en place un Brevet d'Etat d'Educateur Sportif (inspiré du modèle de Brevet d'Etat Français) au Liban (Verdel et al. 2007).

Le Ministère de la Jeunesse et des Sports du Liban n'a pas suffisamment de moyens financiers pour mettre en place ces diplômes.

Le conseiller de la Direction de la Jeunesse et des Sports, l'ancien champion du Liban de boxe et membre de l'équipe nationale de basket-ball, Joseph Sakr, a proposé un plan de base pour reconstruire l'organisation sportive libanaise. Il propose que la fédération libanaise du sport universitaire soit un organisme officiel reconnu par le gouvernement libanais.

Les acteurs principaux de cette structure sont les suivants :

-Le gouvernement, représenté par la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports du Ministère de l'Education.

-Le Comité Olympique Libanais, qui représente toutes les fédérations nationales, responsable de la participation du Liban aux Jeux Régionaux et Olympiques.

-Les fédérations nationales qui ont pour mission de développer le sport et de préparer les équipes qui représenteront le Liban dans les compétitions internationales organisées par les fédérations internationales.
-Les associations sportives qui désignent les membres des fédérations nationales.
Cette structure proposée par Joseph Sakr à la fin de l'année 1990 n'a jamais été mise en place (Nassif, 2013).

Cette présentation brève du Liban, était nécessaire pour comprendre la spécificité et la complexité du pays où l'on retrouve toutes les composantes de la mondialisation. Cependant, le but de notre étude étant l'impact de la mondialisation sur le sport professionnel dans ce pays et vice versa, imposait la détermination de son champ géographique. Ce travail identifiera si, dans cette perspective, les éléments constitutifs du sport libanais, sont un atout ou un handicap.

2.2.2 Un système basé sur le confessionnalisme

État multiconfessionnel basé sur un système de quotas, le Liban contemporain est une mosaïque de dix-huit communautés dont l'importance varie selon la période et la région. Leur poids varie selon les fluctuations de la démographie et de l'immigration. Mais cette évolution surtout des dernières décennies a été marqué par l'affaissement des communautés chrétiennes au profit des communautés musulmanes.
Le fonctionnement des institutions libanaises est régi par l'accord de Taëf signé le 22 octobre 1989 comme déjà mentionné. Au Parlement, l'accord réserve soixante-quatre sièges pour les chrétiens, et autant pour les musulmans alors que précédemment on comptait cinquante-quatre sièges pour les chrétiens pour quarante-cinq pour les musulmans. Ce Parlement est présidé par un Chiite et la vice-présidence est réservée à un Grec-Orthodoxe.
En ce qui concerne la formation du gouvernement, le poste de Président de la république est réservé à un chrétien maronite, celui de Premier ministre à un sunnite et celui de Vice-Premier ministre Grec-Orthodoxe. Le général en chef de l'armée libanaise est obligatoirement un maronite.
Devenus aujourd'hui majoritaires, les musulmans sont divisés en trois groupes : les Chiites (35%), les Sunnites (30%) et les Druzes (5%). Quelles sont les incidences d'une telle mosaïque communautaire sur le sport au Liban ? Comment le sport professionnel dans ce pays ainsi caractérisé influence-t-il le sport mondial ?

Pour répondre à ces questions, il faut avant tout comprendre la genèse et le fonctionnement de l'organisation sportive communautaire. Comme l'affirme Max Weber[34], un groupe communautaire se définit comme un groupe humain, non fondé sur la parenté, nourrissant une croyance subjective dans une communauté d'origine, à partir des similitudes de mœurs, de souvenirs, de sentiments et des croyances partagées (Patez, 1997).
A la différence avec les clubs communautaires qui existaient en France du temps des patronages, au Liban, la communauté est plus qu'une adhésion à une foi partagée, elle constitue un cadre social, politique et économique. Ainsi, chaque communauté est gouvernée par une autorité spécifique, régie par ses institutions et soumise à une juridiction autonome formée de membres appartenant à la hiérarchie religieuse, à laquelle l'État a reconnu la compétence d'appliquer ses lois et ses coutumes.

La Constitution libanaise, promulguée le 23 mai 1926 et modifiée par les accords de Taef dont nous avons parlé, confirme les garanties dont jouissent les communautés et reconnait trois groupes communautaires reconnus au Liban :
Communautés chrétiennes :

- Patriarcat grec catholique melkite,
- Patriarcat maronite,
- Patriarcat grec orthodoxe,
- Patriarcat arménien grégorien (orthodoxe),
- Patriarcat arménien catholique,
- Patriarcat syriaque orthodoxe (jacobite),
- Patriarcat syriaque catholique.

Communauté orientale assyrienne orthodoxe :

- Patriarcat chaldéen.

Église latine.
Église copte orthodoxe.

Communautés musulmanes :

- Communauté sunnite,
- Communauté chiite,
- Communauté alawite,

[34] Tiré de l'article Les relations communautaires ethniques selon Max Weber

- Communauté druze.

Communauté juive.

Cette répartition pluriconfessionnelle a donné lieu à plusieurs approches scientifiques celle de Simon Haddad professeur à l'université américaine du Liban, décrit ce système politique de deux termes : le consociationalisme et le confessionnalisme (Haddad, 2009).
Le consociationalisme est un mode de gouvernance où les élites politiques représentant les différentes communautés, font coalition pour gouverner et cela malgré les intenses divisions entre elles.
Le confessionnalisme peut être vu comme étant une forme de consociationalisme et est utilisé pour décrire le cas unique du système politique libanais. Le confessionnalisme est un système de gouvernance où le pouvoir est distribué selon les différentes communautés, ethniques ou religieuses, selon leurs pourcentages dans la population (Kerbaje, 2014).
Afin de mieux comprendre l'influence du confessionnalisme sur la vie quotidienne libanaise nous proposons cette observation.
D'abord les médias :
La chaîne télévisé « Future TV » fondée et financée par l'ancien premier ministre Rafik Hariri supporte l'idéologie du parti du Futur de religion musulmane sunnite. La chaîne « Al-Manar » appartient au Hezbollah parti musulman chiite ; « NBN TV » appartient à Nabih Berri président de la Chambre des députés et à son parti Amal (musulman chiite), « LBCI » appartient à un homme d'affaire chrétien, « MTV » appartient à la famille Murr (chrétienne) qui est présente aussi en politique, « OTV » le courant patriotique libre qui appartient au président de la république Michel Aoun.

Les établissements scolaires et les hôpitaux :

Les établissements scolaires et les hôpitaux ont également des affiliations communautaires, même s'ils font preuve de plus d'hétérogénéité étant donné que les familles libanaises, musulmanes ou chrétiennes, recherchent plus la qualité que l'appartenance confessionnelle lorsqu'il s'agit de santé et d'éducation.
Comme pour les médias les hôpitaux les écoles et les universités, ainsi est la situation dans le sport.

Dans le sport :

a- Le Basket-ball :

Le Basket-ball qui est la pratique sportive la plus populaire au Liban, se retrouve avec des équipes d'appartenance communautaire et d'affiliation politique :
Des clubs de basket-ball de Division 1 pour la saison 2016-2017
Nom du Club Appartenance communautaire Affiliation politique
1-«Homentmen » Club Arménien catholique, appartenant au parti Tachnag,
2-«Antranik » Antélias Club Chrétien Arménien parti politique Ramgavar,
3-«Champville » Club Chrétien Maronite Courant Patriotique Libre,
4-« Sagesse» Beyrouth Club Chrétien Maronite appartenant au parti Forces libanaises,
5-«Hoops» Beyrouth Club Musulman Chiite,
6-«Al-Moutahed » Tripoli Club Musulman Sunnite Fondation Safadi,
7-«Al-Riyadeh (Sporting) » Beyrouth Club Musulman Sunnite Parti du Futur,
8-Université Notre Dame club chrétien maronite,
9-«Tadamon » : Club chrétien maronite,
10-«Byblos » : club chrétien maronite.
Cela ne s'arrête pas là, car les spectateurs suivent leur équipe en fonction de l'appartenance religieuse, politique et régionale. De même pour les joueurs, les sponsors, les médias… tout est confessionnalisé.

b- Le football

Si dans le Basket-ball la domination chrétienne est évidente, ce n'est pas le cas du football car ci-dessous la distribution des clubs de football de Division 1 libanaise pour la saison 2016-2017 par appartenance communautaire et affiliation politique est la suivante :

- Al Ahed Beyrouth Club Musulman Chiite 'Hezbollah',
- Salam Zgharta club chrétien appartenant au parti politique « Marada »,
- Al Ansar Beyrouth Club Musulman Sunnite Parti du Futur,
- Safa Club' Beyrouth Club Druze Parti Progressiste Socialiste,
- Al-Nabi Shayth club musulman Shiite,
- Al Akhaa ahli appartient à la communauté druze,
- Al Nejme Beyrouth Club qui appartenait auparavant à la communauté musulmane, Chiite, aujourd'hui à la communauté sunnite et le parti du Futur,
- Al Tadamon Sour Club Musulman Chiite,
- Shabab Al Sahel Beyrouth Club Musulman Chiite,
- Racing Beyrouth Club Chrétien Orthodoxe Parti du Futur,
- Tripoli club appartenant à la communauté sunnite,
- Al ejtimaei Tripoli communauté sunnite.

Nous remarquons au football la domination « musulmane ».

c- Les fédérations

Ce système ou cette distribution est aussi présente dans les fédérations. Une étude faite par Nadim Nassif en 2003, montre la distribution de trente-deux fédérations libanaises avec l'appartenance communautaire de leurs présidents et vice-président :

Athlétisme : chrétien chrétien,
Volley-ball : chrétien chrétien,
Tae Kwon do : chrétien chrétien,
Aviron : chrétien musulman,
Ski : chrétien chrétien,
Ski Nautique : chrétien chrétien,
Gymnastique : chrétien chrétien,
Cyclisme : chrétien chrétien,
Haltérophilie : musulman musulman,
Tir : chrétien chrétien,
Badminton : musulman musulman,
Natation : chrétien musulman,
Squash : musulman musulman,
Escrime : musulman chrétien,

Equitation : chrétien chrétien,
Kick-boxing : musulman musulman,
Tir à l'Arc : chrétien musulman,
Karaté : chrétien chrétien,
Basket-ball : chrétien chrétien,
Tennis : chrétien chrétien,
Handball : musulman musulman,
Tennis de table : chrétien chrétien,
Football : musulman musulman,
Lutte : musulman musulman,
Boxe : musulman musulman,
Wushu : chrétien chrétien,
Voile : chrétien chrétien,
Echecs : musulman musulman,
Canoë-Kayak : musulman musulman,
Muay Thai : musulman chrétien,
Danse sportive : chrétien chrétien,
Handisport : musulman musulman (Abou Haidar 2012).

Georges Nseir, président de la fédération libanaise de Wushu dans sa thèse intitulée « Des communautés et des sports au Liban. Enjeux des regroupements sportifs et des rencontres intercommunautaires » obtenue à l'université de Strasbourg, analyse l'appartenance communautaire dans le sport. En effet, au football, deuxième sport le plus pratiqué au Liban, sur les quatorze joueurs de la sélection nationale en 1998-1999, douze étaient musulmans, soit plus de 85%.

Cette illustration montre combien l'appartenance confessionnelle est un facteur déterminant dans la société libanaise pour comprendre son fonctionnement si particulier. Au Liban, il est clair, comme l'illustre l'exemple du sport et de sa pratique. En effet, les clivages communautaires affectent profondément les instances de gestion des fédérations sportives et provoquent une répartition confessionnelle au sein des comités et bureaux fédéraux. Il faut ajouter que la propagation de l'influence impérialiste a été un facteur majeur pour comprendre et évaluer l'impact du phénomène analysé ici.

2.2.3 Sous l'influence de l'impérialisme culturel et de l'interdépendance entre les États

L'impérialisme culturel, tel qu'il s'est manifesté au Liban a, dans un premier temps, modifié les modes de vie pour les faire ressembler à celui de la culture dominante, c'est-à-dire l'assimilation de la population dominée par l'Occident.

Dans un contexte de mondialisation et d'internationalisation, cet impérialisme culturel s'est donc inscrit dans l'expression socio-culturelle du pays notamment dans le sport.

Cette domination européenne surtout à partir de 1850, s'est étendue également au Moyen-Orient, partagé alors entre les puissances européennes. La Grande-Bretagne a d'abord exercé sa suprématie industrielle et commerciale, suivie de la France de l'Allemagne et de l'Italie.

Il serait faux de croire que cette présence date de l'impérialisme moderne. Ce serait faire l'impasse des croisades du Moyen-Age et de ses effets sur l'ensemble de l'empire ottoman. Ce dernier s'écroula définitivement en 1920 avec la proclamation de l'indépendance de la « Grande Syrie », comprenant la Palestine et les territoires des États actuels de Syrie, de Jordanie et du Liban. C'était sans compter avec les prétentions de la Grande-Bretagne et de la France qui jouant d'accords secrets passés pendant la guerre se partagèrent le Moyen-Orient à leur tour[35].

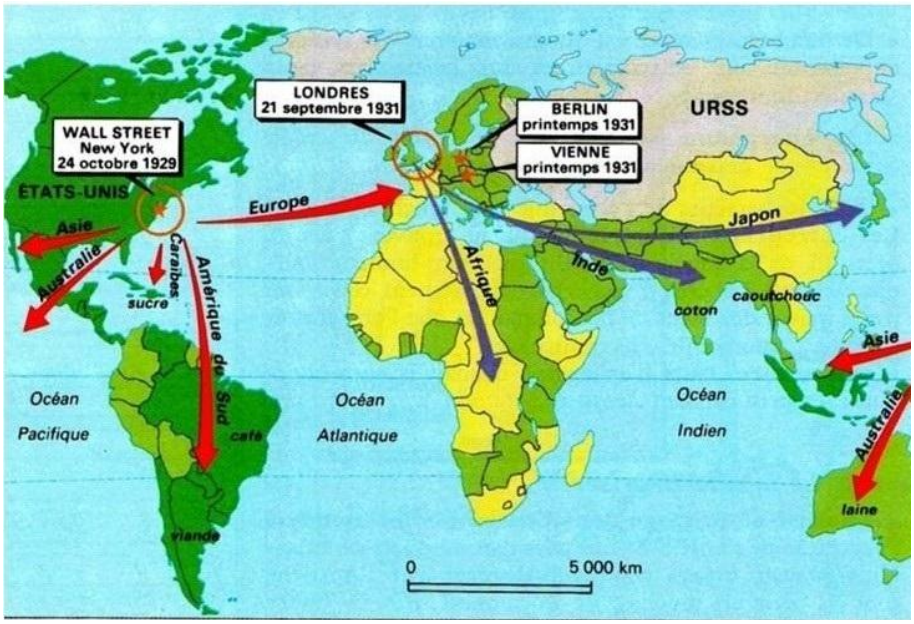
Si la Syrie et le Liban tombèrent dans le giron de la France, la Grande-Bretagne se réserva l'Irak, la Jordanie et la Palestine. L'Égypte fut placée sous son protectorat et sa présence se déploya dans toute la péninsule arabique. N'est-il pas ambigu de parler de mandat alors qu'il s'agissait d'une stratégie colonisatrice ? Mais l'organisation mondiale sous l'égide de la Société des Nations, était sans doute trop faible pour pouvoir réagir à cette forme de domination.

Aujourd'hui la domination de la culture française au Liban, dans le domaine linguistique, constitutionnel[36], institutionnel, ou encore touchant au modèle sportif adopté n'a plus court, car le modèle américain est en train de lui succéder progressivement.

Carte n°2 : La propagation de la crise économique de 1929

[35] Pendant des siècles, l'Empire ottoman réussit à maintenir ensemble des peuples et des pays très divers. Sa force militaire, le caractère absolutiste du pouvoir des sultans régnant à Istanbul l'expliquent en grande partie.

[36] L'autorité coloniale française ajouta encore sa propre touche : elle créa le confessionnalisme politique.



Source : http://crises-1929-2008.skyrock.com/

A titre d'exemple cette carte illustre les effets de la crise de 1929 et sa propagation à travers le monde. A cause d'un marché mondialisé, la crise provenant des Etats-Unis touche l'Europe identiquement dans tous les pays industrialisés où l'on assiste à une totale désorganisation du système économique. De façon analogue, on peut avancer que la colonisation a produit aussi des effets en chaine sur le sport mondial. Ce dernier en effet, s'est propagé dans toutes les parties du globe devenues interdépendantes. La notion d'internationalisation s'est manifestée notamment à travers l'élaboration de règlements sportifs qui sont ainsi devenus l'une des toutes premières formes de son expression. Ce qui a donné la part belle à la renaissance de l'esprit olympique incarnée par le Baron Pierre de Coubertin d'internationaliser le sport (Bourg et Gouguet, 2012).

Rappelons que c'est lui qui a voulu intégrer le sport au système éducatif français afin de favoriser un développement harmonieux entre le corps et l'esprit. Il voulait ainsi améliorer selon ses mots « le sort des plus pauvres par le développement intellectuel et la pratique du sport ». C'est dans ce contexte que furent lancés les Jeux Olympiques modernes donnant lieu à une grande fête internationale.

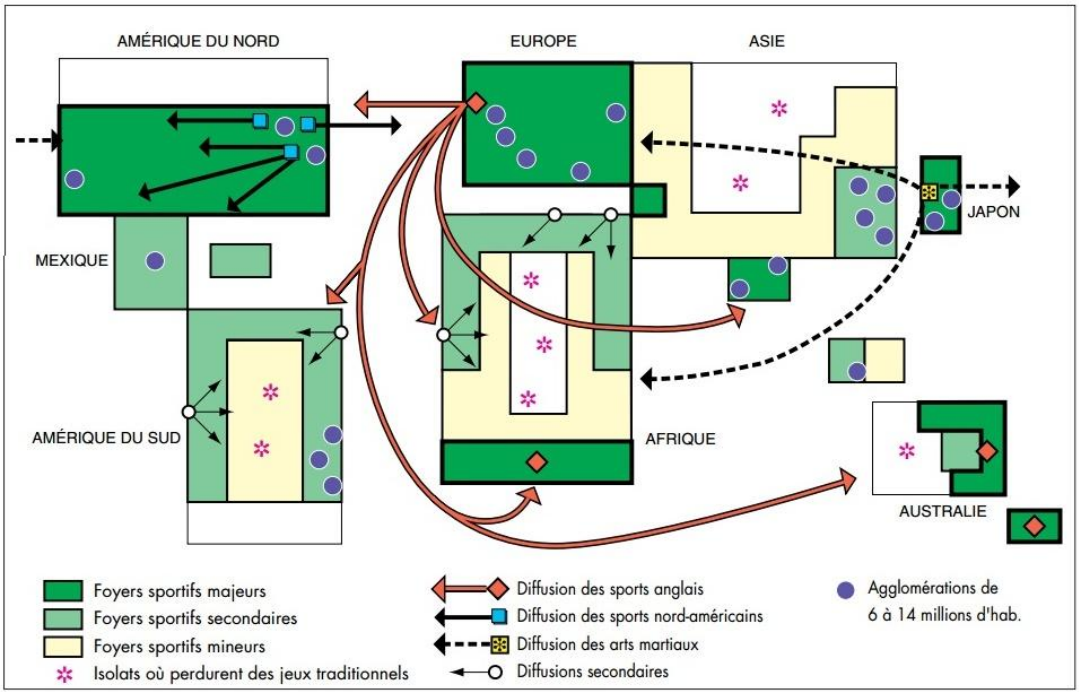
Né donc en Occident et propagé à travers le monde, le sport professionnel au Proche-Orient est dû à trois facteurs essentiels :

-La colonisation
-L'institutionnalisation et les événements sportifs majeurs
-La diffusion médiatique

2.1.4 La colonisation

La colonisation tel qu'elle s'est faite ressentie au Liban, et ses conséquences sur les populations ont donc interféré sur les activités sportives. Ainsi dans la première partie du XIX^{ème} siècle, la Grande-Bretagne fait figure de pionnière en la matière. S'appuyant sur sa puissance industrielle, elle a propagé ses sports nationaux à travers tout son empire colonial, ce qui explique la popularité du Cricket en Inde.

Schéma n°4 : Les foyers sportifs du monde à la fin du XX^{ème} siècle



Source : Les variations territoriales de la mondialisation du sport-Jean -Pierre Augustin 1996

Cette carte représente les différents foyers sportifs avec la diffusion du sport dans le monde. On peut observer que les principaux foyers majeurs sont l'Amérique du Nord et l'Europe, suivis par l'Afrique du Sud, le Japon, et une partie de l'Australie, sans oublier le Moyen-Orient dont le Liban et la Syrie alors sous mandat Français.

L'implantation des sports modernes dans le monde contemporain est le résultat de l'expansion des Empires britanniques, français et espagnols notamment à partir de la deuxième guerre mondiale. Dans le cadre de l'Amérique du Nord, celle – ci a large-

ment diffusé ses sports à travers le reste de son pays mais aussi en direction de l'Europe. Celle-ci a diffusé vers les Etats-Unis, l'Amérique du Sud, l'Afrique, et l'Australie. Le Japon a, quant à lui, diffusé ses arts martiaux vers l'Europe, l'Afrique et l'Amérique du Nord. Récemment nous assistons à un nouveau type de diffusion, qui provient du Moyen-Orient, c'est la forte influence de la culture de cette région sur les pratiques sportives occidentales.

Dans cette partie de notre travail nous nous sommes attachés à décrire l'espace géographique libanais comme un lieu privilégié des effets de la mondialisation. Nous avons souligné la couleur particulière d'un pays au contraste politiques économiques sociaux et religieux, aux contours très changeants. Le système confessionnel de la structure étatique a pénétré les canaux du sport et de ses manifestations notamment le basket-ball et le football, et plus généralement ses fédérations, lieux de toute son organisation. Le sport professionnel n'a pas été épargné, sous l'influence de la mondialisation qui s'est introduite par l'impérialisme culturel de l'Occident et par sa colonisation.

Si notre étude part d'un lieu spécifique et bien déterminé, il n'en reste pas moins qu'elle veut s'attacher à montrer à partir de ce lieu, combien le sport professionnel s'est vu transformé sous les effets de la mondialisation.

2.3 La mondialisation du sport professionnel

Comme le tourisme il y a quarante ans, le sport et les activités qui lui sont liées s'imposent comme un objet d'étude géographique permettant d'analyser les spatialités contemporaines et les effets de la mondialisation (Sobry, 2003 et 2005).
Le sport professionnel mondialisé influence-t-il des pays plus que d'autres ? Accroît-il les inégalités ? Dans quel sens va l'interaction entre les économies et les cultures des pays ? Afin de répondre de façon scientifique à ces questions et à d'autres ayant une incidence socio-économique, il faut pouvoir mesurer la mondialisation du sport spectacle.

2.3.1 Définir la mondialisation du sport pour mieux la mesurer

Historiquement, le terme de « desport » ou « disport » est utilisé au Moyen âge pour signifier la distraction, l'amusement. Le Grand dictionnaire universel du XIXème siècle de Larousse définit d'ailleurs encore le sport comme un « ensemble d'amusements, d'exercices et de simples plaisirs qui absorbent une portion assez notable du temps des hommes riches et oisifs ».[37] Dans le premier ouvrage qui lui soit explicitement consacré en France, le sport à Paris (1854), Eugène Chapus ne traite ainsi que des distractions mondaines de la capitale (turf, équitation, chasse, boxe, natation, gymnastique, patin, opéra, échecs…)[38].

Selon la plupart des auteurs spécialistes de l'histoire du sport, on peut dégager trois observations différentes :
1) le sport aurait toujours existé sous une forme ou sous une autre comme intrinsèquement lié à la nature humaine,
2) le sport contemporain serait l'héritier des jeux traditionnels de l'antiquité (soule et football ou rugby, jeu de paume et tennis, canotage et aviron…),
3) le sport moderne dont les règles ont été définies dans le monde anglo-saxon à l'époque de la révolution industrielle, s'est diffusé à travers la planète (Garrigou et Augustin, 1985). C'est à cette dernière observation que nous nous référons pour parler de la mondialisation du sport.

37 Citation tirée de « Histoire, femmes et sociétés » Thierry Terret et Michelle Zancarini-Fournel 2006 « Éditorial », Clio. [En ligne] 5-14. URL : http://journals.openedition.org/clio/1951
[38] En France, le professionnalisme s'est développé autour des sports populaires publics larges et pratiqués par les milieux populaires, il s'agit du cyclisme, de la boxe et du football.

Ainsi le sport s'est planétarisé, les mêmes jeux, les mêmes spectacles, les mêmes enthousiasmes, les mêmes modèles sportifs, et économiques se retrouvent tout autour du globe.

Le monde de l'entreprise investit dans l'univers du sport du haut niveau, les Etats utilisent le sport pour servir leurs politiques. Cette période qui débute au milieu des années 1980 constitue une césure fondamentale car dès lors, le sport de haut niveau se recompose autour de principes nouveaux. L'objet du sport de haut niveau n'est plus seulement la victoire ou l'excellence sportive mais devient la croissance des chiffres d'affaire et des profits liés à l'activité sportive sans oublier l'implication de la télévision qui par les droits de retransmission, procure des recettes aux clubs sportifs (Andreff et Nys, 2002).

En référence aux indicateurs de mesure de la mondialisation : KOF[39], l'indice Melchior[40], l'Indicateur d'Herfindahl[41], il est possible de proposer un instrument de mesure permettant d'évaluer et d'estimer l'importance de la mondialisation du sport professionnel sur le Liban et, en retour, de pouvoir observer l'impact de ce pays sur le sport dans le monde (Ross, 2003).

[39] Le plus fréquemment utilisé et en comparaison à d'autres indicateurs, il prend en compte une période nettement plus longue et pour davantage de pays (207). Il mesure également les composantes économique, sociale et politique de la mondialisation et comprend 23 variables.

[40] Est un instrument de mesure qui ambitionne de déterminer l'état réel des pays de façon plus fine que le PIB.

[41] Est un indice mesurant la concentration du marché.

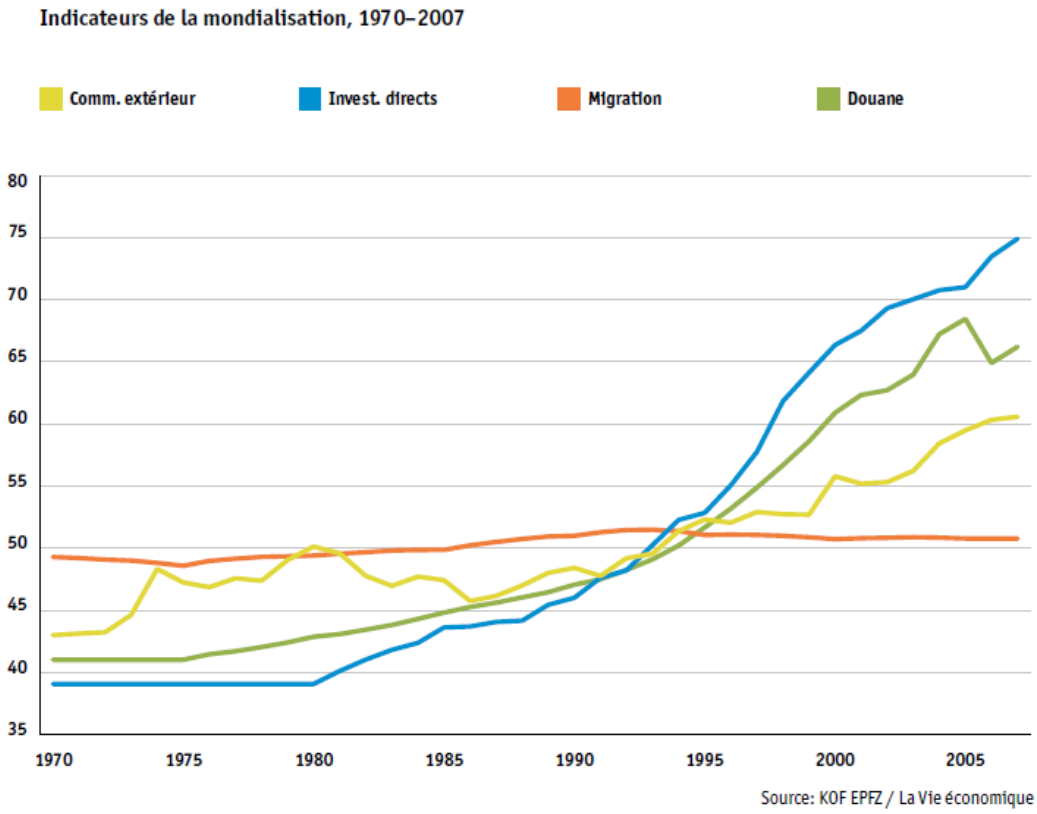


Schéma n°5 : Les indicateurs de la mondialisation[42]

Ce schéma permet d'analyser les composantes suivantes :

La composante économique qui mesure d'une part, les flux effectifs du commerce et des investissements, de l'autre les restrictions au commerce et l'intensité des contrôles auxquels sont soumis les sorties de capitaux dans chaque pays.

La composante sociale qui reflète le degré de propagation des informations et des idées; elle est mesurée par des variables tel que le taux de population étrangère ou le nombre d'internautes.

La composante politique qui vise l'intensité de la collaboration politique entre les pays et prend par exemple en compte le nombre d'ambassades dans un pays ou l'adhésion aux organisations internationales.

[42] Tiré de « Peut-on mesurer la mondialisation ? » Consulté en ligne sur https://dievolkswirtschaft.ch/content/uploads/2010/10/dreher1.pdf

L'utilisation de ces trois indicateurs se justifie parce qu'ils prennent en compte tous les aspects de la mondialisation. En effet, ils ne se contentent pas de mesurer l'aspect exclusivement économique pour tirer des conclusions en fonction des résultats. Certes, cet aspect est un important facteur surtout de nos jours mais quand notre champ d'étude est le Moyen-Orient, les autres aspects sont aussi importants, l'influence de la culture caractérisée par une implication du politico-religieux dans le sport.

Alors qu'on a déjà montré auparavant que la mondialisation possède quatre grandes composantes : économique, politique, sociale, et culturelle. Notre indicateur étudie toutes les composantes en même temps car elles sont indissociablement liées l'une à l'autre. A travers deux questionnaires, des entretiens, des études de cas et des observations, nous avons étudié et analyseé les points ci-dessous :

- Les habitudes et les comportements des joueurs et des téléspectateurs au Liban,
- Les grands événements sportifs internationaux organisés au Liban,
- La médiatisation du sport international au Liban,
- Les pratiques sportives préférées des Libanais,
- Les ventes de bien et produits sportifs au Liban,
- Le patronage et le sponsoring libanais[43] à l'étranger et vice versa,
- La place du Liban dans les grandes compétitions internationales,
- L'ouverture internationale des équipements libanais,
- L'attractivité du marché sportif libanais.

L'analyse des tendances des consommateurs libanais, et des pratiques sportives les plus populaires des équipements qu'on achète, le sport qu'on suit dans les médias, les facteurs qui influencent la prise de décision d'un sportif professionnel libanais et d'un spectateur (l'argent ? la religion ? l'amour du jeu ?) laissent dégager des résultats qui nous permettent d'estimer l'intensité de l'impact du sport mondial sur le sport professionnel au Liban et l'impact de ce dernier sur le sport mondial.

2.3.2 Approches économiques : le sport comme facteur de développement

Jamais l'économie du sport n'a brassé autant de dollars comme de nos jours. Jamais elle n'a suscité autant de convoitise et de surenchère. Jamais elle n'a incarné autant ce

[43] Ça peut être un individu, une entreprise, un pays…

désir de puissance pour des pays en quête d'un strapontin dans le concert des grandes nations (Andreff, 2010).
Le sport est devenu un business, on peut parler d'industrie de sport qui génère chaque année au niveau mondial entre 800 et 900 milliards de dollars. Soit quasiment 2% du PIB mondial. (Bourg, 2012).

-L'institutionnalisation et les événements sportifs majeurs

Créés en 1896 les Jeux Olympiques modernes ont permis une confrontation des meilleurs sportifs à l'échelle de la planète. Les mêmes jeux, les mêmes spectacles, les mêmes enthousiasmes se sont retrouvés tout autour du globe.
Grâce aux Comité International Olympique (CIO) créé par Pierre de Coubertin en 1894, renaissaient les olympiades de l'Antiquité les jeux donnaient au sport international un rendez-vous tous les quatre ans.
Autre exemple : la Fédération Internationale du Football Association (F.I.F.A.) fondée à Paris en 1904, s'est donnée pour but l'organisation du football au niveau continental, puis international par la mise en place de ses fédérations dans chaque pays (Sugden et Tomlinson, 1998).
Ainsi le sport professionnalisé n'épargne aucune partie du monde. L'amour du football, du tennis, du rugby, du basket… et d'autres jeux, devient universel. Les lois, les règlements, les modèles sportifs sont universels. Cela touche notamment la libre circulation des joueurs et des investisseurs devenue une loi en faveur de la mondialisation.

Le cas Bosman est particulièrement révélateur. Son règlement a abouti à la libre circulation des joueurs en conformité à une jurisprudence qui veut que les joueurs en fin de contrat soient complètement déliés de leur précédent club, et que les clubs puissent compter dans leurs effectifs autant de ressortissants de l'Union Européenne qu'ils le souhaitent. En 2002, une autre décision, l'arrêt Malaja est la première extension de l'arrêt Bosman, il a permis de faire reconnaitre les sportifs ressortissants des pays ayant des accords de libre circulation des travailleurs avec l'Union Européenne, au même titre que les sportifs ressortissants d'un des Etats membres de l'UE, à la suite de quoi de nombreux tribunaux tel que l'arrêt Kolpak et l'arrêt Simutenkov de la Cour européenne, optent pour la libre circulation de sportifs turcs et russes notamment (Heidmann, 2013). Enfin les accords de Cotonou en 2000, qui libéralisent les

échanges entre l'UE et 79 Etats d'Afrique. Des Caraïbes et du pacifique (Berisha-Krasniqi, Bouët, et Mevel, 2008).

C'est la fin de l'exception sportive : le joueur de football est désormais considéré comme un travailleur et peut librement circuler au sein de l'Europe. Cette mobilité est vite devenue incontrôlable et a abouti à une hyper libéralisation des échanges de sportifs au sein d'un système favorisant alors les clubs les plus riches.

-Le sport spectacle, télévision et hégémonie médiatique

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont fait du sport un partenaire privilégié. Ainsi forment-ils aujourd'hui un duo gagnant qui atteint l'ensemble des acteurs du dispositif sportif.

Le sport spectacle a toujours accompagné les dernières innovations technologiques, souvent utilisées à des fins économiques par l'augmentation des diffusions et des audiences. Les quatre supports médiatiques traditionnels à savoir : la presse écrite, la radio, la télévision et l'internet, révèlent combien le sport est associé à la mondialisation.

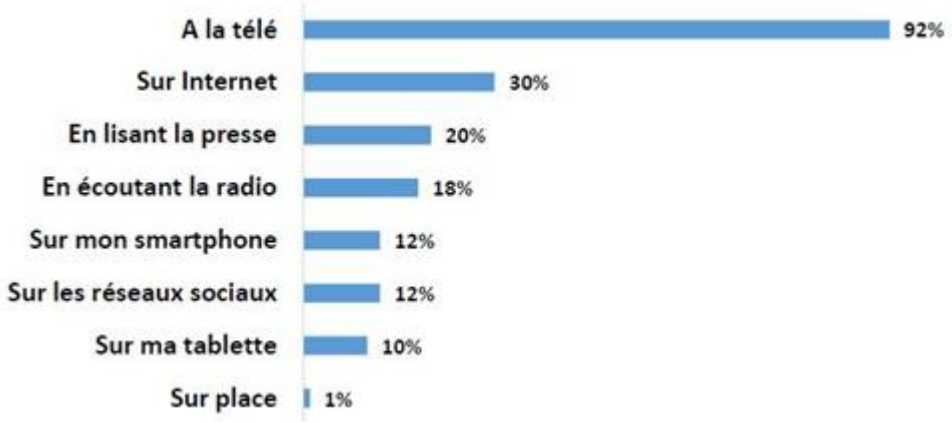
Très vite, la presse écrite anglo-saxonne a réalisé que la publication des résultats sportifs augmentait ses ventes. Le sport fascine, mobilise et intéresse de larges populations. Les médias amplifient ses effets. Les résultats captivent le public qui fait des rencontres sportives des événements capitaux. Une dialectique se crée alors : les sportifs de haut-niveau qui partagent ainsi la « une » des magazines et des revues de cinéma, ou de variétés, deviennent pour lui symbole de réussite (Chantelat, Bouhaouala, Champly, 2001).

Bien que la relation entre la télévision et le sport a commencé à la fin des années 1930, les évènements sportifs entre les deux guerres ont affermi et confirmé cette relation. En effet, la télévision utilisant le sport comme produit de son développement en est devenu le canal incontournable du sport spectacle. On ne peut concevoir une manifestation sportive sans y associer sa retransmission, et ses retombées économiques. (Brochand, 1992).

La mondialisation du sport est étroitement liée à la diffusion en direct de ses diverses manifestations. Sa surmédiatisation l'associe aux grandes évolutions de la planète. Aujourd'hui les téléspectateurs depuis leurs salons sont unis à n'importe quel événement sportif où qu'il se déroule à travers le monde.

En moyenne, un terrien regarderait la télévision 4h par jour, le chiffre des audiences cumulées de certains événements comme la Coupe du Monde ou les JO sont de près de 40 milliards de téléspectateurs. Selon une étude de Yougov (2014),[44] sur l'audience de la coupe du monde :

Schéma n°6 : Comment les français suivent-ils la coupe du monde de football ?



Comme les Français, le reste du monde aussi, préfère la télévision pour regarder le spectacle sportif. Il est remarquable, les 1 pour cent qui vont regarder l'événement sur place, ce qui montre l'intensité de cet impact de la télévision sur l'internationalisation du sport.

Prenons le cas Coca-cola qui a investi dans le sport dès 1928 et, depuis a dépensé des milliards de dollars dans la publicité en relation avec le sport. 90% de cette dépense a été faite depuis 1984. Devenu le partenaire principal des Jeux olympiques, de la Coupe du monde et l'Euro de football, la marque de boisson a développé sa surface de marché au pays émergents, l'Inde et la Chine ont aujourd'hui une consommation de son produit en pleine expansion (Bourdieu, 2008).[45]

D'abord avec l'arrivée des chaînes payantes au cœur du système vers la fin des années 80, et par la suite de l'internet, les droits de diffusion ont explosé. Par exemple les droits télé négociés par la Premier League sur la période 2016-2019 ont atteint au Royaume-Uni 2,3 milliards d'euros par an, en hausse de 70% par rapport aux années

[44] *YouGov* France est un institut de sondage et d'*études* de marché pionnier dans l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information. Https://fr.yougov.com. L'enquête a été réalisée sur 1022 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et +. Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire YouGov France, entre le 11 et le 14 avril 2014.

[45] Coca-Cola partenaire des plus grands événements sportifs depuis 1928 publié en ligne en 2015 sur : https://www.coca-cola-france.fr/stories/87-ans-d-engagement-dans-le-sport

précédentes ce qui fait un total de 6,92 milliards de dollars, presque 14 millions d'euros par match.[46]

Aux Etats-Unis les droits télévisions de la NHL (championnat nord-américain du hockey sur glace), ont bondi de 163% et ceux de la NBA (National basket-ball association) de 187% (ESPN et TNT ont signé pour 9 saisons à 24 milliards de dollars à partir de 2017) par rapport aux précédents appels d'offres qui s'étendent de 2007 à 2016.[47]

En France, la Ligue nationale de rugby a attribué les droits du Top 14 de 2019 à 2023 en exclusivité à Canal+ pour la coquette somme de 97 millions d'euros en moyenne par saison, contre 74 pour la période précédente (2015-2019), et seulement 1,2 million en 1995.[48]

Tableau n°10 : Classement des plus gros sponsors dans le sport en 2014[49]

Le sport et Soft power :

Sur le plan économique, le principal effet recherché par le sponsoring est l'augmentation de la notoriété, donc du chiffre d'affaires, donc des parts de marché. L'investissement des grandes entreprises dans le sport est ce qu'on appelle aux Etats-Unis le « *soft power* » qui passe par l'accueil et la participation aux grands événements, le sponsoring, le rachat de clubs, la diffusion médiatique du sport…Gazprom,

[46] Les droits TV en Angleterre, Allemagne, Italie, Espagne et France, publié en ligne en 2016 sur : https://www.rtbf.be/sport/football/detail_les-droits-tv-en-angleterre-allemagne-italie-espagne-et-france?id=9321498

[47] What The NBA's Insane New TV Deal Means For The League And For You. Publié en ligne en 2014 sur : https://deadspin.com/what-the-nbas-insane-new-tv-deal-means-for-the-league-a-1642926274

[48] Rugby : les droites télés du Top 14 de 2019 à 2023 attribués à Canal+ pour 97 M. EUR en moyenne par saison. Publié en ligne en 2016 sur : https://www.ladepeche.fr/article/2016/05/12/2343181-rugby-droits-tele-top-14-2019-2023-attribues-canal-97.html

[49] Le sport c'est bon pour les marques. Publié en ligne sur : http://www.Isa-conso.fr/le-sport-c-est-bon-pour-les-marques,139554

le géant gazier russe, est partenaire officiel de l'UEFA, sponsor des clubs de football de Chelsea, du Zenith Saint-Pétersbourg, de l'Etoile rouge de Belgrade et du Schalke 04. Le pouvoir économique et financier glisse peu à peu de l'Occident vers l'Orient, des grands pays développés vers le monde émergent. La compagnie aérienne Emirates, sans doute l'un des plus gros sponsors de la planète, du football en passant par le rugby, les courses de chevaux, le cricket, le foot australien ou la voile… Le Qatar par exemple, cette nouvelle puissance qui rejoint les géants que sont la Chine, le Brésil, la Russie…lance sa stratégie de développement à travers le sport avec le projet QNV 2030 (Qatar National Vision), en une quinzaine d'années rachète le PSG, lance la chaîne Al Jazeera sport d'abord qui se mondialise et devient BeIN Sports, créa un tour cycliste en 2002[50], un tournoi de tennis en 2003, un grand prix de moto en 2004, organisa les Jeux asiatiques en 2006, le mondial d'athlétisme en salle en 2010, le mondial de handball en 2015 (l'équipe nationale est arrivée en finale) et, évidemment l'organisation de la Coupe du monde de football (Al Qatari 2013). La plupart des monarchies pétrolières du Golfe utilisent la force médiatique du sport pour compter. Dans un entretien en 2015 avec Tarek Charaf docteur en management du sport, ancien membre du comité olympique libanais et qatari, considère que le Qatar est en train d'utiliser le sport comme « soft power » afin de transformer le pays en une capitale du sport mondial à travers l'organisation de 46 événements internationaux annuels dans différentes pratiques : tennis, football, basket-ball, handball, équitation, natation… Il rajoute que les tribunes sont quasi vides, les citoyens Qataris ne se déplacent pas pour regarder le sport, le gouvernement qatari paye des gens pour venir remplir les tribunes. Un pays qui compte 300 000 citoyens n'a pas assez de gens pour pratiquer du sport de haut niveau, le Qatar a recours à la naturalisation de joueurs, le cas du handball reflète bien cette stratégie qui a réussi à le faire terminer en deuxième position à la dernière coupe du monde en 2015 organisée sur son sol. Ils sont Tunisiens, Égyptiens, Français, Espagnols, Cubains et Monténégrins les joueurs qui forment l'équipe nationale du Qatar de handball masculin.

Sans doute le petit pays du Golfe reste un acteur et un grand investisseur dans le domaine du sport professionnel (Gillon, 2006).

[50] Le Tour du Qatar, annulé a partir de 2016 pour des raisons financières, devrait revenir en 2018. https://www.rtbf.be/sport/cyclisme/detail_les-organisateurs-du-tour-du-qatar-prevoient-une-reprise-en-2018?id=9509833

La Chine grande exportatrice d'équipements sportifs en direction du Liban, elle aussi, investit dans la planète football. En 2016, les équipes de la Super Ligue Chinoise de football a dépensé en achats de joueurs 337 millions d'euros, autant que la Premier League anglaise et la Série A italienne réunies.[51]

L'entreprise Nike a bien assimilé les spécificités culturelles du Moyen-Orient. Elle lancera au printemps 2018 sa première collection « Pro hijab[52] ». Elle a créé une ligne de voile en technique textile pensée pour la pratique de sport. Megan Saalfeld, porte-parole de Nike, a expliqué à la chaine de télévision Al Arabiya English que « Nike Pro Hijab » visait à répondre aux besoins exprimés par les athlètes de la région.

C'est en 2012 aux Jeux Olympiques de Londres que la Saoudienne Sarah Attar a participé voilée au 800 mètres. Nike a alors compris qu'un tel produit était appelé au succès. Son « Pro Hijab » devenant un produit phare qui lui permettra de conquérir le marché moyen-oriental estimé à 5 milliards de dollars d'ici 2020.

2.3.3 Le sport : instrument politique et marqueur identitaire

Il est indéniable que le sport agit considérablement sur la société, c'est un outil puissant de renforcement des liens et des réseaux sociaux, et de promotion des idéaux de paix, de fraternité, de solidarité, de non-violence, de tolérance et de justice, mais aussi un instrument de guerre, d'influence politique, et de racisme.

Depuis les Jeux Olympiques de 36 à Berlin, le sport a souvent été utilisé comme une arme de propagande idéologique. Confronté à la diversité de la société qui se reflète dans ses acteurs et ses spectateurs, il a un rôle éducatif et de socialisation qui en font un vecteur du dialogue interculturel et de l'intégration sociale (Cometti et Gasparini, 2010).

Sur un tout autre plan, la défaite des régimes totalitaires au lendemain de la deuxième guerre mondiale ne met pas fin à l'instrumentalisation du sport par les politiques. Plusieurs individus, partis et Etats utilisèrent le sport pour conforter ou développer leurs conceptions politiques et idéologiques. A titre d'illustration, aux Jeux Olympiques de Melbourne de 1956, six pays boycottent l'événement en signe de protestation. L'Espagne, les Pays-Bas et la Suisse refusent de rencontrer les envahisseurs de la Hongrie. L'Egypte, l'Irak et le Liban dénoncent l'intervention franco-

[51] Droits télé, salaires, sponsors... L'argent fou du sport. Publié en ligne en 2016 sur : https://www.lexpress.fr/actualite/sport/droits-tele-salaires-sponsors-l-argent-fou-du-sport_1807740.html

[52] Hijab est un mot arabe qui désigne le voile porté par les femmes musulmanes.

britannique à Suez. En 1980, les Etats-Unis boycottent les Jeux Olympiques organisés à Moscou. L'union des républiques soviétiques feront de même lors des J.O. de Los Angeles en 1984. Ces deux retentissantes absences s'expliquent par le contexte de guerre froide.

Récemment en 2016 alors que les 206 délégations nationales se rendent au légendaire stade Maracana pour défiler lors de la cérémonie d'ouverture des jeux olympiques, la délégation olympique libanaise a refusé que la délégation israélienne monte dans le même bus qu'elle pour se rendre au stade. Certains athlètes libanais auraient même bloqué avec leur corps la porte du bus, afin de barrer l'entrée aux sportifs israéliens. Le site « Oumma »[53] a publié le dimanche 7 août 2016 : « Bravo aux sportifs libanais ! Des sportifs qui représentent un Etat colonial, qui persécute et prive de sa liberté tout un peuple depuis des décennies, doivent savoir ce que le monde pense de leur Etat criminel. Et même si les médias n'en parlent pas, il faut savoir qu'Israël a cherché par tous les moyens à empêcher que la Palestine participe à ces Jeux Olympiques. Ne supportant pas le fait que 6 Palestiniens (2 en athlétisme, 1 en équitation, 1 en judo et 2 en natation), participent à ces JO, Israël a bloqué leurs maillots (fabriqués en Chine) à la douane israélienne à un jour de leur départ pour le Brésil ».[54]

En 1960, les athlètes français n'obtiennent que cinq médailles dont aucune est en or lors des Jeux olympiques à Rome. Ceci met le Président de Gaulle en colère, qui déclare : "Si la France brille à l'étranger par ses penseurs, ses savants, ses artistes, elle doit aussi rayonner par ses sportifs. Un pays doit être grand par la qualité de sa jeunesse et on ne saurait concevoir cette jeunesse sans un idéal sportif."[55]

Alors, l'Etat réagit et décide de s'impliquer davantage dans le domaine sportif. Dès lors, l'Etat lance un grand mouvement pour démocratiser le sport. Maurice Herzog, secrétaire d'Etat aux sports de 1958 à 1965, quadrille le territoire d'équipements sportifs. L'éducation nationale prend en charge les plus jeunes et leur enfile des baskets. Des fonds considérables sont investis. Au final, de 1961 à 1975, trois lois-programmes d'équipements sportifs et socio-éducatifs se succèdent. Les services de l'Etat estiment que 4000 gymnases, 1500 piscines et 8000 terrains de sports ont été construits grâce

[53]Site web créé en septembre 1999 destiné à la communauté musulmane francophone.

[54]J.O. 2016 : quand les sportifs israéliens sont boycottés. 2016. Disponible sur : http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/jeux-olympiques-rio2016/20160811.OBS6180/jo-2016-quand-les-sportifs-israeliens-sont-boycottes.html (consulté le 01.12.2016)

[55]Pour l'Etat français, les Jeux olympiques sont aussi politiques. Publié en ligne en 2012 sur : https://www.lexpress.fr/actualite/politique/pour-l-etat-francais-les-jeux-olympiques-sont-aussi-politiques_1143141.html

à ces programmes publics. Dernière étape de cette construction très politique du sport français, la décentralisation. Dans les années 80, communes, départements et régions gagnent en puissance. Les collectivités locales prennent le relais de l'Etat et subventionnent la construction d'équipements sportifs (Louveau, 2004). Voilà la France durablement installée dans le Top 10 des nations. De 1988 à 2016, la France se classe au pire 10ème (Pékin, 2008), au mieux 5ème (Atlanta, 1996).
Ce marqueur identitaire qui avait toute sa place en France a été pris en compte également au Moyen-Orient, comme nous allons maintenant le découvrir dans cette mosaïque complexe.

Conclusion du chapitre

Afin de mieux saisir les effets socio-économiques de la mondialisation dans le sport professionnel au Liban, nous avons au cours de ce second chapitre tenté de mesurer les changements qui se sont faits jour au cours de l'histoire et insisté sur l'interdépendance des Etats due à l'impérialisme à la fois culturel et économique de l'Occident.
Nous avons ensuite constaté que la multiplication des échanges et la réduction du temps et des distances, avaient contribué à la propagation des pratiques sportives à travers le monde. Ce qui nous a conduit à une analyse plus rapprochée de la mondialisation du sport professionnel (Augustin, 2007).
Il nous a fallu ensuite en mesurer les contours pour mieux comprendre combien le sport est un facteur de développement dans les échanges économiques qui agissaient dans la mondialisation. Plus encore, nous nous sommes attachés à en comprendre la

portée socio-politique et l'avons définie comme un marqueur non seulement du développement mais comme un marqueur identitaire favorisant les échanges culturels.
Notre travail s'est attaché à en montrer l'implication et l'appliquer à un territoire bien spécifique. La présentation du Liban dans un espace géopolitique dans son environnement propre, visait à révéler toute la spécificité socio-culturelle de toutes ses composantes pour en montrer les incidences concrètes dans le champ du sport professionnel.
Cette partie de notre recherche nous révèle combien le Liban dans son environnement moyen-oriental et le Moyen-Orient sont au cœur d'enjeux mondiaux. La place tenue par cette région dans la mondialisation ne se réduit pas à un aspect simplement culturel, commercial, financier et sportif… Le Liban par sa position de relais vers les autres pays arabes devient un acteur important qui nous permet de mieux comprendre la place du sport professionnel dans la mondialisation (Blanc, 2004).
Cet observatoire privilégié nous a permis d'élaborer un instrument capable de mesurer l'intensité de l'impact du sport mondial sur le sport au Liban et réciproquement. Cette élaboration nous donne désormais la possibilité d'étudier chacun de ces indicateurs.

Chapitre 3 : Étude des indicateurs de l'impact de la mondialisation

Introduction du chapitre

Dans ce troisième chapitre nous allons étudier les sept indicateurs que nous avons retenus comme significatif de l'impact de la mondialisation sur le sport professionnel. Ceux-ci ont été retenus parce qu'ils répondaient aux spécificités libanaises. Rappelons qu'un indicateur est avant tout un outil d'évaluation et d'aide à la décision. Ces indicateurs nous permettrons d'infirmer ou de confirmer nos hypothèses.

3.1 Le choix des indicateurs et la définition de la « mondialisation entrante » et la « mondialisation sortante »

D'après Jean-François Bourg (2012), auteur de nombreux ouvrages sur les enjeux économiques du sport ces dernières années, la recomposition du sport professionnel dans la nouvelle redistribution du marché mondialisé a pris une ampleur inédite. C'est pourquoi, à sa suite on qualifie désormais d'industrie du sport les relations économiques qui traversent le système sportif au sein duquel le supporter devient un consommateur, le club une marque, le sportif un professionnel, le sport une marchandise.

Wladimir Andreff, a présenté un programme détaillé de la mondialisation économique du sport et ses enjeux. Il considère que la mondialisation des spectacles sportifs télévisés a donné une nouvelle dimension au sponsoring sportif. C'est une première composante de la mondialisation économique du sport mais aussi de l'organisation de grandes compétitions sportives internationales (Andreff, 2009). De même que les sponsors sont des firmes multinationales (FMN) de l'industrie des articles de sport et d'autres industries. La production d'événements sportifs de qualité par des clubs, et pas seulement par des équipes nationales, a entraîné la mondialisation du marché des talents et du travail sportifs de haut niveau par le biais de transferts internationaux d'athlètes. Voici par exemple dans le tableau ci-dessous les cri-

tères qu'Andreff a choisis pour comparer l'évolution de la mondialisation des Jeux Olympiques et de la coupe du monde de football.

Tableau n°11 : La mondialisation des Jeux Olympiques et de la coupe du monde de football

Jeux olympiques d'été					**Coupe du monde de football**			
Année	Nombre de pays	Nombre d'athlètes	Nombre d'épreuves	Droits de Tv*	Année	Nombre de pays	Audience cumulée**	Droits de Tv***
1984	140	6797	221	287	1986	109	13.5	31
1988	159	8465	237	403	1990	103	26.7	66
1992	169	9368	257	636	1994	129	32.1	77
1996	197	10310	271	898	1998	163	24.8	94
2000	199	10321	300	1332	2002	187	28.8	908
2004	202	10500	301	1493	2006	181	26.3	1048
2008	204	10942	302	1737	2010	204	26	2100
* Millions de dollars			** Milliards de téléspectateurs		*** Millions d'euros			
Sources : Wladimir Andreff 2011 : Evénementiel sportif, impact économique et régulation								

Les travaux de Bourg et Andreff nous ont permis de choisir les indicateurs économiques de la mondialisation entrante et sortante du sport professionnel. Le plus difficile était de trouver des indicateurs socio-culturels..

Contrairement aux deux autres, Pierre Parlebas, sociologue français, et théoricien de l'éducation physique et sportive contemporaine, n'a pas conceptualisé la notion de mondialisation, mais il y fait souvent référence, de façon détournée, pour évoquer le passage du jeu au sport et le fait que les pays les moins développés économiquement dépensent leurs maigres deniers dans des équipements et des événements sportifs qui ne semble pas prioritaires au regard des besoins de la population. Selon lui, il s'agit, pour ces pays, de participer au concert des nations en adoptant les coutumes de l'Occident, quitte à y perdre leur spécificité ludomotrice (leurs jeux traditionnels). Dans le langage de l'auteur, cela revient à dire que la mondialisation du sport produit avant tout une forme néfaste d'acculturation, qui prive les peuples d'une forme traditionnelle d'éducation par le jeu. Cela ne peut qu'alimenter les crises culturelles liées à la globalisation de la culture. Il apparaît ainsi, selon Parlebas (2003), d'une part, que la

mondialisation économique incite les classes politiques à utiliser le sport comme une sorte de "cheval de Troie" culturel (une forme d'impérialisme) et, d'autre part, que cette transformation est avant tout subie par les pays non-occidentaux. Le sport met en scène une interaction sociale et engage des formes importantes de sensibilisation culturelle (Genty et Sudre, 2014).

Max Horkheimer, sociologue allemand, arrive à la conclusion que le sport est l'expression moderne de grandes traditions culturelles du passé, chaque peuple selon sa culture (Adorno et Horkheimer, 2012).

Le sport peut être utilisé comme outil, par les pouvoirs publics, par les entreprises, les Etats… pour faire face à l'incertain dans des perspectives de rapprochement des cultures et d'intégration sociale, en Orient et en Occident.

Le regard que l'on porte sur la mondialisation dépend de l'angle que l'on choisit pour l'approcher. Les contributions de cette recherche proposent de réfléchir dans le domaine du sport professionnel, sur les dynamiques des échanges culturels économiques et sociaux, analysées comme un processus d'interactions entre l'Occident et l'Orient. C'est grâce à la mondialisation que les croyances et les pratiques religieuses, les coutumes…se sont diffusées. Parlant de « mondialisation entrante » il s'agit de s'interroger sur les transformations et sur les impacts du processus de mondialisation du sport, sur le sport professionnel au Liban (Etat, fédérations, médias…) ainsi que sur la société locale (joueurs, spectateurs…).

La « mondialisation sortante » n'est autre que l'impact socio-économique du Liban sur le sport professionnel dans les pays régionaux et à l'international.

Il faut être très vigilant à l'égard de la mesure de la mondialisation. D'abord on ne peut pas mesurer la mondialisation mais nous mesurons l'intensité de son impact. Ensuite, il faut préciser que ce n'est pas le sport professionnel qui influence mais ses acteurs. On cite : les joueurs (richesse, performance, notoriété…), les fédérations, les entreprises, les médias, les sponsors, les Etats…

Dans cette partie nous allons exposer plusieurs cas et situations de manière concrète, ainsi que des statistiques et des tableaux comparatifs qui serviront comme indicateurs afin de mesurer l'intensité de l'impact de la mondialisation du sport moderne sur le sport au Liban. Ces indicateurs que nous avons choisis soigneusement, en nous appuyant sur les travaux des économistes comme Wladimir Andreff et Stefan Szymanski (2009), des sociologues comme Pierre Parlebas (2003) et Max Horkheimer (2012), sont des indicateurs économiques et sociaux.

Les outils de mesure de la mondialisation des pays tel que l'indice KOF[56], permettent de créer un instrument de mesure de la mondialisation du sport professionnel. Evidemment plusieurs méthodes existent, ici c'est celle qui classifie la mondialisation en variables économique, sociale, culturelle et politique qui a été privilégiée. Des indicateurs pour chaque variable ont été adoptés : ceux de type économique ou social, pour finalement répondre aux hypothèses de cette recherche. Quand il s'agit de mondialisation économique, l'indice KOF parle d'investissements à l'étranger, d'échanges de marchandises (import-export), ce qui correspond dans notre cas à des échanges de joueurs, d'organisation d'événements, de ventes d'articles de sport, de sponsoring sportif, et de diffusion médiatique.

Dans la mondialisation politique, l'indice KOF cite le mot « intégration », il parle de relations diplomatiques et de relations internationales avec le reste du monde. Dans le domaine du sport abordé ici, cela correspond à l'adoption et l'adaptation aux lois et aux règles universelles du jeu, s'appliquant aux modèles sportifs.

Dans la mondialisation sociale et culturelle, l'indice KOF mesure le taux de pauvreté, la distribution des revenus, le taux de chômage et la qualité de vie… Par rapport à ce paramètre, il était plus difficile de dégager un indicateur analogue pour le sport. Néanmoins les études de cas et les observations des sportifs professionnels et des spectateurs libanais (tenues vestimentaires, comportements, adaptation aux règles internationales…) ont permis de mesurer l'impact de la mondialisation socio-culturelle du sport.

[56] L'indice KOF de la mondialisation mesure les composantes économique, sociale et politique de la mondialisation.

3.2 Un modèle sportif européen, un mode de vie à l'américaine

Le premier indicateur de la mondialisation entrante et sortante comme nous l'avons défini plus haut est le modèle sportif adopté au Liban. Sa description peut être qualifiée d'indicateur socio-politique, qui prend en compte différentes composantes : des règles et des normes, des pratiques sportives, de l'observation des comportements des joueurs sportifs professionnels et des spectateurs, leur manière de s'habiller, de s'exprimer, de se coiffer… Il comprend trois parties : la présentation du modèle sportif adopté au Liban, l'observation des habitudes et les comportements des joueurs professionnels libanais, et les pratiques sportives préférées des Libanais.

3.2.1 Présentation du modèle sportif adopté au Liban

Aujourd'hui ce modèle sportif adopté au Liban n'est plus uniforme. Il est tiraillé entre deux grands types d'organisation du sport professionnel, d'une part l'européen où l'organisation du sport professionnel tend vers une économie libérale abolissant plusieurs contraintes, notamment sur le marché du travail des sportifs, et d'autre part le modèle américain, qui est celui des ligues « fermées ». Ce dernier n'est pas structuré comme le sport en Europe. La base de la structure se trouve dans le système scolaire et universitaire. La qualité des équipes, leur classement dans les différents championnats, l'appartenance de telle vedette, constituent des arguments très forts de communication pour recruter des étudiants. Le cœur du sport se trouve donc au niveau des lieux d'enseignement. L'une des caractéristiques du modèle sportif nord-américain est la présence de la NCAA (National Collegiate Athletic Association), association sportive qui organise le sport universitaire dans la plupart des universités et grandes écoles américaines répondant à certains critères.

Emanant de cette structure scolaire et universitaire on trouve les différentes ligues professionnelles : MLB, NFL, NBA, NHL, MLS[57]. Toutes ces ligues[58] sont créées à partir du début du XX^{ème} siècle dans le contexte économique d'industrialisation et d'urbanisation caractérisant les Etats-Unis après la guerre de Sécession. L'originalité du modèle américain a été de mettre en place des instruments pour réguler la concur-

[57] Major League Base-ball, National Football League, National Basket-ball Association, National Hockey League, Major League Soccer.

[58] MLB en 1903, NHL en 1917, NFL en 1920, NBA en 1950, MLS en 1993 précédée de la North American Soccer League(NASL) de 1968 à 1984

rence économique afin de ne pas compromettre la compétition sportive (Heimermann, 1990).

Le modèle européen quant à lui, repose sur les ligues ouvertes. D'après Wladimir Andreff et Stefan Szymanski (2012), la structure de gouvernance du sport à l'européenne, où il y a une instance mondiale, généralement nommée fédération internationale, qui gouverne la ligue professionnelle, et la fédération nationale. Cette dernière a pour vocation de gérer l'équipe nationale de chaque pays. Contrairement au système Nord-Américain, il ne peut y avoir deux ligues concurrentes dans une même discipline. Les clubs appartenant à la ligue ne sont jamais les mêmes d'une année à l'autre. En effet, en fonction des résultats, les clubs peuvent être promus en division supérieure ou relégués dans la division inférieure. Il n'y a pas de droits d'entrée dans la ligue, c'est le niveau de performance qui prime (Szymanski, 2010 b).

Le sport au Liban ne suit qu'en partie le modèle européen, provenant de la colonisation française. A l'instar de ce qui se passait dans les colonies françaises, c'est le football qui fut le premier introduit dans le pays. En 1933, la fédération libanaise de football fut créée et en 1935 elle devint membre de la FIFA. C'est principalement entre 1943 et 1948 que la plupart des fédérations sportives furent créées et certaines regroupaient plusieurs sports. Le Comité olympique libanais fut créé en 1948 et le Liban participa aux jeux d'hiver de 1948 à Saint-Moritz, puis aux jeux d'été à Londres**.** En 1952, il prit part aux jeux d'hiver à Oslo puis à ceux d'Helsinki. De même, il participa aux premiers et seconds jeux Méditerranéens, en 1951 en Alexandrie et 1953 à Barcelone. En 1953, également, il participera aux premiers jeux panarabes, en Alexandrie (Blanc, 2004).

Il s'agit donc, d'une structure hiérarchique pyramidale où les fédérations principales au Liban sont liées aux fédérations européennes et internationales comme la FIFA, la FIBA, la FIA… En effet, elles sont les garantes des valeurs et des règles sportives et de l'esprit sportif en général. Elles doivent assurer le respect national de ces règles et valeurs internationales d'une pratique sportive. C'est l'organisation hiérarchique pyramidale, selon cinq niveaux, du sport international, qui lie les fédérations libanaises et européennes entre elles. Le premier niveau qui est l'international (exemple la FIFA), le second est le continental (UEFA, AFC…)[59], le troisième est le national (FFF, FLFA…)[60] , le quatrième est occupé par les Ligues régionales de foot-

[59] UEFA : Union européenne des associations de football, AFC : Confédération asiatique de football

[60] FFF : La Fédération française de football, FLFA : la fédération libanaise de football association

ball et dernièrement le local. Les clubs forment la base de cette pyramide, ils sont généralement liés aux fédérations, suivant la pratique sportive. (Zintz et Winand, 2013). L'amateurisme est l'une des caractéristiques du sport au Liban. Les fédérations sportives nationales de chaque discipline représentent le pays au sein des fédérations européennes et internationales. Elles organisent les championnats nationaux en adoptant un système de promotion et de relégation. La structure pyramidale implique une interdépendance des différents niveaux, non seulement sur le plan de l'organisation, mais aussi sur le plan de la compétition, des rencontres sportives étant organisées aux différents niveaux. C'est ainsi qu'un club de football jouant en première division peut se faire reléguer ou se qualifier à des championnats régionaux voire internationaux. (Telle la Coupe des champions arabes, et la coupe d'Asie).

Relégation et promotion sont la caractéristique standard de tout championnat national qui suit le modèle européen. Comme le reconnaît la déclaration du traité d'Amsterdam, le sport a une grande importance sociale.[61] Il y est dit explicitement à la page 117 du traité que celui-là joue un rôle dans la formation de l'identité en amenant les gens à se rencontrer (Traité d'Amsterdam 2 octobre 1997)[62]. Le sport symbolise et renforce l'identité nationale et régionale en donnant aux gens le sentiment d'appartenir à un groupe. Il unit joueurs et spectateurs en donnant à ces derniers la possibilité de s'identifier à leur propre équipe et nation (Wann et al., 2001). Au Liban le sport est très influencé par la politique et le communautarisme religieux.

Après avoir présenté le modèle sportif adopté par les fédérations sportives libanaises, nous avons étudié les comportements des joueurs et des spectateurs libanais. Nous nous sommes basés à plusieurs reprises sur le basket-ball, car d'après plusieurs chercheurs, il est le sport numéro 1 au Liban. Nadim Nassif dans son étude de l'existence d'une politique sportive libanaise affirme que le basket-ball, est le sport le plus pratiqué au Liban. Au début de la saison 2009-2010, il y avait environ quinze mille licenciés. Ce nombre représente 0,36% de la population libanaise (Nassif, 2013). Cette proportion est la même qu'avait au cours de la même année, le Canoë-Kayak, treizième sport le plus pratiqué en France, qui, avec deux cent-mille licenciés, représente à son tour 0,36% de la population française. Le sport numéro un au Liban est donc

[61] La Conférence souligne l'importance sociale du sport et en particulier son rôle de ferment de l'identité et de trait d'union entre les hommes. La Conférence invite dès lors les institutions de l'Union européenne à consulter les associations sportives lorsque des questions importantes ayant trait au sport sont concernées. À cet égard, il convient de tenir tout spécialement compte des particularités du sport amateur

[62] URL : https://www.cvce.eu/content/publication/1999/1/1/578ebb8e-d641-4650-b1e3-3b3a795e01c9/publishable_fr.pdf

relativement aussi pratiqué que le sport numéro treize en France. De même Mohamad Haidar dans son étude sur l'usage politique du sport au Liban, considère le basket-ball comme la discipline sportive la plus populaire. Evidemment c'est le fruit de l'investissement, du parrainage, de l'intégration des joueurs étrangers, de la couverture médiatique, de l'organisation efficace, de la naturalisation de joueurs, de la participation aux championnats régionaux. Vladimir Andreff (2012) distingue entre sport populaire le plus pratiqué, et sport populaire le plus suivi à la télévision. Son hypothèse s'applique au cas du sport au Liban. En effet, 47.6% des spectateurs libanais ayant répondu au questionnaire qui leur a été administré en 2015 par e-mail, suivent le football à la télé et/ou dans les médias. Rappelons que l'on a eu recours à deux questionnaires de dix-huit demandes chacun. Le premier a été adressé en 2015, par e-mail, à quatre-vingt-six personnes libanaises de spécialisations différentes, à savoir des étudiants et des professeurs en sciences et techniques des activités physiques et sportives. Le choix de notre échantillon a pris en compte l'appartenance confessionnelle des personnes questionnées de manière à ce qu'elles soient réparties équitablement entre les trois catégories qui composent la société libanaise : chrétienne, musulmane, et athée.

Selon le rapport de SMG Insight intitulé « *Popularity and participation of Sports in the Middle East and North Africa 2011* » le Liban est de loin le pays qui suit le plus les compétitions de basket-ball dans la région.[63] Un deuxième impact sur le sport au Liban est la naturalisation et le recrutement de joueurs américains, influencé par ses voisins comme le Koweït, l'Arabie saoudite, le Qatar…

La mode de la naturalisation[64] d'athlètes internationaux pour glaner des succès mondiaux a été adoptée par les pays riches du Golfe, et par le Liban dans plusieurs disciplines, notamment le ski, le basket-ball et le football, mais ses maigres ressources financières par rapport aux pays du Golfe ne pouvaient pas lui permettre de tenir la route longtemps. En France par exemple, dans les années 1960, des joueurs argentins d'ascendance française sont recrutés et jouent en équipe de France, comme Hector de Bourgoing (5 sélections argentine 1956-57 ; 3 sélections française 1962-66) ; Angel

[64] Cette pratique déjà existante dans le sport moderne, depuis l'entre-deux guerres. Plusieurs joueurs sud-américains d'origine européenne ont été naturalisés, nous citons le joueur de football Luis Monti finaliste de la 1er coupe du monde en Uruguay avec l'Argentine, et gagne cette compétition 4 ans plus tard avec l'Italie.

Rambert (5 sélections 1962-64), Nestor Combin (8 sélections 1964-68) et de innombrables basketteurs américains naturalisés à partir des années 1970 en France.[65]
L'équipe « Sagesse » ou Hekme en arabe, appartient à la communauté chrétienne, a un parti politique « les forces libanaises », elle est trois fois championne de la Coupe d'Asie des clubs, deux fois vainqueur du championnat arabe des clubs de basket-ball et huit fois championne du Liban. En effet cette équipe a profité de l'aide des joueurs étrangers (de nationalité américaine dans leur majorité) pour faire ce palmarès. Voici une liste des joueurs qui ont évolué depuis 1992 au sein du club[66] :

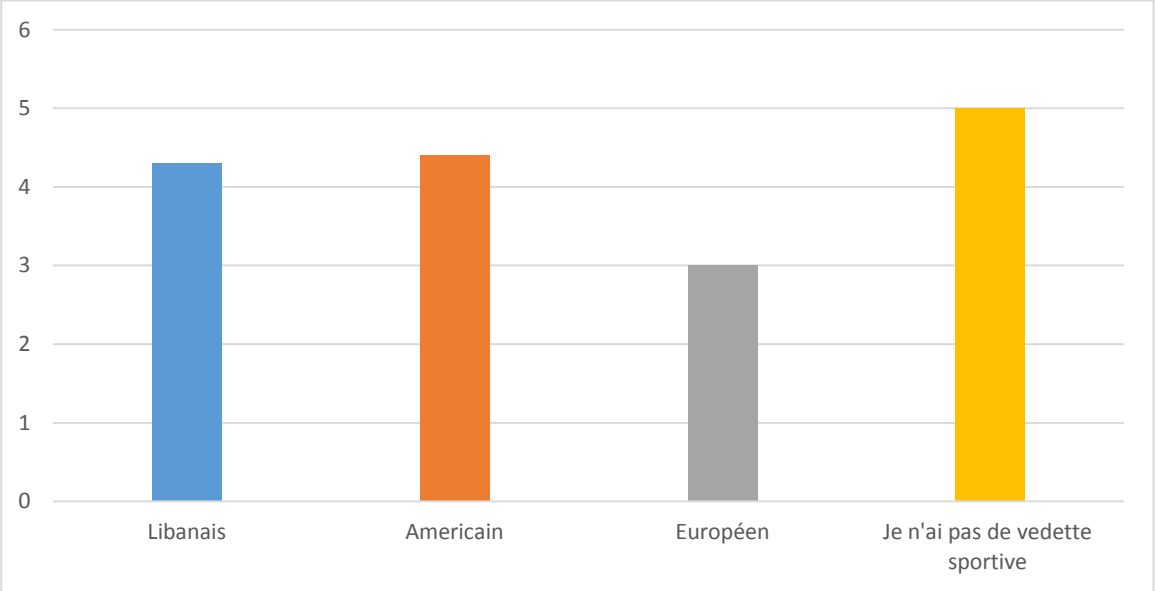
- Assane N'Diaye-Senegal
- Mohammad Asha-Nigeria et Etats-Unis
- Jumaine Jones-Etats-Unis
- Tre Kelley-Etats-Unis
- Eric Chatfield-Etats-Unis
- Michael Richardson-Etats-Unis
- Alpha Bangura-Sierre Leone et Lybie
- Desmond Penigar-Etats-Unis
- Darryl Watkins-Etats-Unis
- Samaki Walker-Etats-Unis
- DeShawn Sims-Etats-Unis
- Oleksiy Pecherov-Ukraine
- Dion Dixon-Etats-Unis
- Terrell Stoglin-Etats-Unis
- Jarrid Famous-Etats-Unis
- Dewarick Spencer-Etats-Unis
- Willie Burton-Etats-Unis
- Quincy Douby-Etats-Unis
- Ratko Varda-Serbie
- Sherell Ford-Etats-Unis
- DerMarr Johnson-Etats-Unis
- Cedric Henderson-Etats-Unis
- Mike Efevberha-USA et Nigeria
- Randy Culpepper-Etats-Unis
- Herve Toure-France
- Chris Daniels-Etats-Unis

[65] CES BLEUS VENUS D'EUROPE Un siècle de présences européennes et sud-américaines en équipe de France (1908-2014). En ligne sur : http://achac.com/sports-et-diversites/wp-content/uploads/2015/03/Bleus_venus_d_europe.pdf
[66] Entretien avec Ghayath Dibra, 2015.

- Charles Thomas-Etats-Unis
- Todd O'Brien-Etats-Unis
- Nate Johnson-Etats-Unis
- Ryan Richards-Anglais
- Demarius Bolds-Etats-Unis
- Aaron Harper-Etats-Unis
- Ekene Ibekwe-Nigeria
- Alvin Sims-Etats-Unis

Sur les 34 joueurs cités, nous avons 4 européens, soit 11,5%, et 27 joueurs américains qui représentent 79% des nationalités des joueurs. Tel est le cas pour toutes les autres équipes de la ligue de basket-ball libanaise. La domination américaine sur le basket-ball libanais, s'étends sur les autres équipes aussi.
D'ailleurs, d'après une enquête[67] menée auprès de spectateurs et téléspectateurs libanais, nous constatons que 63,3% d'entre eux suivent des vedettes de la NBA, et 13,3% la ligue locale du sport le plus populaire dans le pays.

Dans quel championnat évoluent vos vedettes sportives préférées de basket-ball ?



Nous avons choisi uniquement trois championnats de basket-ball, le libanais qui est celui du pays étudié, et les deux autres sont ceux qui ont le plus de valeurs économiques et sociales au monde.

[67] Deux questionnaires de dix-huit demandes. Le premier a été adressé en 2015, par e-mail, à quatre-vingt-six personnes libanaises de spécialisations différentes, à savoir des étudiants et professeurs en sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS), qui s'intéressent au sport local et international.
Entre 2015 et 2016, un deuxième questionnaire a été administré par e-mail à neuf « joueurs professionnels » libanais.

Nous avons aussi adressé deux questions aux libanais afin de savoir quel était leur championnat de basket-ball préféré :

Figure 1 : Résultats tirés du questionnaire, obtenu avec le logiciel SurveyMonkey[68]

Les résultats nous montrent que le championnat libanais est plébiscité à 87% par rapport à l'européen avec seulement 13.3%. En remplaçant le championnat arabe qui n'intéresse pas le libanais, par la NBA, on constate que cette dernière se partage à moitié avec la ligue libanaise de basket-ball la préférence des libanais comme nous le constatons dans le graphique ci-dessus.

3.2.2 Les habitudes et les comportements des joueurs professionnels libanais

Le second élément de ce premier indicateur est formé de l'ensemble des habitudes et des modes de vies des joueurs professionnels libanais.

D'après Antoine Khalil[69] **l'american way of life**[70]**,** se voit partout sur les terrains de basket-ball libanais, au moment où le français est la langue étrangère dominante au Liban, l'anglais est la langue officielle des terrains de basket-ball libanais. D'abord car la majorité des joueurs étrangers évoluant dans le championnat sont de nationalité américaine, ensuite Khalil considère que nos joueurs sont influencés par les stars de la NBA. Pour Antoine Khalil, le « local hero » libanais n'existe pas et s'il existait, il utiliserait lui-même les chaussures et les équipements à l'effigie des grandes stars de la NBA comme Michael Jordan, Kobe Bryant, Lebron James….

La rencontre entre les rivaux, Sagesse et Sporting est digne d'un show à l'américaine. Avant chaque match, les supporters des équipes entonnent avec émotion l'hymne Li-

[68] Site de sondage en ligne qui propose gratuitement, des sondages personnalisables, ainsi qu'une série de programmes de statistiques et d'analyse de données.
[69] Président directeur de « Primetime sport », entreprise de communication et de marketing sportif.
[70] Le style de vie Américain.

banais faisant resurgir leur patriotisme habituel. Puis, l'entrée des joueurs sur le terrain se fait comme aux Etats-Unis, chaque joueur est appelé par son nom au micro. Puis les équipes sont encouragées par les chorégraphies spectaculaires des « pom pom » girls et le son des fanfares. On a aussi droit à la mi-temps à des jeux pour tenter de gagner des lots exceptionnels comme une voiture par exemple. Les mascottes sont présentes au bord des terrains, et participent au folklore des matchs, un véritable show à l'américaine. Bien sûr, en Europe sur les terrains, on assiste à un spectacle pareil à celui-là mais il faut savoir que c'est une imitation du modèle Américain. Le sociologue français Matthieu Genty (Genty et Sudre, 2014) s'est intéressé à la question suivante : est-ce que le Liban adopte ce type de spectacle par réflexion de l'Europe (plus précisément la France) ou par influence directe des Etats-Unis à travers les médias ?

De même, nous observons qu'un joueur libanais qui accorde une interview, insère de nombreux mots et expressions anglaises dans son discours. Cela prouve encore une fois la répercussion de l'influence du basket-ball américain sur les joueurs et les spectateurs libanais, donc dans le sport professionnel au Liban, dans un article du professeur Lucie Leboutet « note sur l'introduction de mots anglais dans le vocabulaire de la psychologie » affirme que l'usage de mots étrangers dans une langue quelconque ne prouve pas une influence de cette langue sur la personne, dans la mesure où il s'agit de mots techniques (Leboutet, 1955). Mais le fait d'utiliser des expressions et des mots à plusieurs reprises montre une forte influence de la langue étrangère. Dans le cas des joueurs de Basket-Ball libanais cela touche à un mimétisme de l'ensemble du comportement.

Dans un interview, un enseignant et coach sportif à l'école « Broumana High school » au Liban, nous raconte que ses élèves et ses joueurs de basket-ball, quand ils parlent de sport, évoquent de grandes stars du football européen, de Messi et Ronaldo, de Barcelone, du Real et du Bayern, de la ligue des champions. L'uniforme scolaire est laissé à la maison au profit d'un t-shirt, des chaussures et accessoires à l'effigie de leurs stars.

Ils parlent aussi de basket-ball américain et de la NBA la plupart du temps, rarement le basket-ball libanais est évoqué. Sauf quand il y a un match entre les premières équipes du classement ou entre musulmans et chrétiens et bien sûr quand un club ou l'équipe nationale participent à une compétition régionale et internationale.

L'influence des sportifs de haut niveau sur les attitudes et les comportements de ces jeunes sportifs libanais est grande et largement d'actualité. En effet ces derniers vont très loin dans l'imitation de leurs stars préférées. En ce qui concerne l'apparence physique, visible au premier abord, les accessoires, la coiffure ou encore les tatouages et piercings viennent compléter leur tenue vestimentaire de base. Avoir un tatoo dans une société ou tout le monde n'a pas l'esprit ouvert, est un grand défi. On l'a vu, au cours de l'histoire le tatouage a été stigmatisé à cause de l'origine de ceux qui le portaient : les prisonniers et les criminels, des marginaux, des isolés…il y a encore un grand nombre de personnes qui pensent ainsi dans la société Libanaise.
L'apparence de chaque individu, dans les sociétés, est dans une forte majorité des cas, un choix personnel qui se fait sous influences extérieures. Chacun de nous est amené à choisir, ses propres vêtements, ses comportements, son « look » (Terral, 2013).

3.2.3 Les pratiques sportives préférées des Libanais

L'ensemble des pratiques sportives des libanais constituent notre troisième élément de ce premier indicateur. Au sein de ces pratiques, le basket-ball est l'un des sports les plus populaires au Liban. Il est le sport local le plus pratiqué. A partir de l'année 1996-1997, et après un succès des équipes libanaises en coupe d'Asie et coupe des champions arabes, les jeunes dans les écoles ont laissé de côté toutes les autres pratiques pour le basket-ball. Il fut joué au Liban pour la première fois au milieu des années 1920 après la création du Grand Liban par les Français. L'Équipe du Liban de basket-ball a participé trois fois consécutives à la Coupe du monde de basket-ball FIBA: en 2002, en 2006 et en 2010. Elle a été 24ème du classement international établi par la FIBA en 2004, et 54ème en 2018, et l'équipe nationale féminine 56ème la même année[71]. Le Liban possède sa propre ligue de basket-ball : le Championnat du Liban de basket-ball masculin et féminin, en plus de la Coupe du Liban de Basket-ball.

a- L'émergence du Futsal au Liban

Les libanais jouent au mini-foot, qui est une pratique similaire au futsal. Mais petit à petit le futsal s'est imposé comme pratique très populaire chez les jeunes. Même si le football reste le sport le plus suivi dans les médias, le futsal est aujourd'hui le sport scolaire et universitaire le plus populaire.
Dans une interview, Nadim Nassif (cf. tableau 1 p. 28), l'une des personnes à avoir mis en place le Futsal au Liban, rappelle que le premier tournoi non officiel de Futsal

[71] http://www.fiba.basketball/fr/rankingmen

a été organisé par lui-même au Liban en 1999. La première équipe nationale a été mise en place en 2003 bien qu'il n'y ait pas eu encore de ligue professionnelle, et que les joueurs provenaient encore de la ligue de football à 11.
La première ligue professionnelle fut mise en place en 2007. A cette époque il n'y avait que 320 licenciés.
En 2010, trois divisions masculines (900 licenciés) plus une division féminine (120 licenciées).
L'équipe nationale du Liban de Futsal représente le Liban lors des compétitions internationales de futsal et est dirigée par la Commission de Futsal de la fédération du Liban de football. Elle fait partie des équipes d'Asie en ascension. En Décembre 2007, l'équipe libanaise s'est classée 34e au Classement Mondial des Nations Futsal (Futsal World Ranking), la sixième équipe asiatique la mieux classée cette année-là. En 2010 le Liban s'est classé 41ème puis 60ème en 2013, et 50ème en 2015 avec l'arrivée du coach espagnol Paco Araujo[72].
Francisco (Paco) Araujo était sélectionneur du Costa Rica avant d'arriver au Liban, dans un entretien avec lui, il m'a affirmé qu'il a souffert d'instabilité et d'insécurité dans ce pays. Le Liban très influencé par le football des pays latins, tente de recruter Paco Araujo afin de développer davantage le futsal au Liban. Il pensait du Liban que c'était seulement un pays de guerre, ou il n'y avait pas de liberté. Il a rapidement découvert qu'il se trompait et qu'au Liban on vit comme en Espagne, même le climat est pareil. Il considère que le niveau des joueurs libanais est très bon et assez élevé, mais qu'il n'y a pas de programme sportif clair, ni de politique sportive constructive, que ça soit pour les jeunes joueurs autant que pour les adultes. Selon lui, le gouvernement et les fédérations libanaises ne jouent pas leur rôle. Il s'est basé sur une comparaison avec ce qui se passe dans son pays, en Espagne. « Les libanais ne sont pas encore habitués au sport professionnel, ils pratiquent le foot des rues, pour eux le sport est un moyen de divertissement sans plus ».
Mais les choses sont en train d'évoluer et cette mentalité change petit à petit. Au Liban, les responsables de l'équipe nationale de futsal accordent beaucoup de confiance, à son projet de développement.
En le questionnant sur son avis par rapport à l'influence des communautés religieuses sur le sport, il était d'accord pour dire que c'est un phénomène nuisible pour le sport, et qu'il ne s'intéresse pas du tout à la religion de ses joueurs mais à leurs capacités

[72] Francisco " Paco" Araujo est un ancien joueur de futsal de l'équipe de Barcelone. Actuellement entraineur de l'équipe nationale libanaise de futsal.

techniques, physiques et mentales. Les joueurs libanais sont très influencés par Messi et les grands joueurs de l'Europe, ils ne lui cachent pas leur volonté d'aller jouer en Europe. C'est leur rêve.

b- Le cas du tennis

Le tennis arriva au Liban avant 1889 lorsqu'il fut introduit pour la première fois dans le village de Broumana. Il a été aussi l'un des premiers villages du Liban à avoir un court de tennis, qui fut construit par cinq professeurs de l'Université américaine de Beyrouth au début du XX^{e} siècle. Le tournoi annuel de tennis, qui était un événement international avant le début de la guerre en 1975, mais qui est davantage national aujourd'hui, se tient en Août à l'Université de Broumana.

Dans un entretien en 2015, Jalal Sadek[73] (12 ans), raconte que ses parents financent tout son parcours sportif, il n'a pas de sponsors ni de soutien au niveau des fédérations. Cela le rend triste, déçu et jaloux des joueurs philippins et iraniens, qui eux, durant les rencontres régionales et internationales possèdent toutes sortes de soutien. Il considère qu'il ne participe pas assez à des tournois qui peuvent contribuer à son amélioration et développement. Lui il veut devenir un « gentleman » comme Federer, fort physiquement comme Nadal, et champion comme Djokovic. L'isolement de certains champions en herbe, conduit à leur découragement et l'effort individuel ne suffit pas, il doit être relayé par le soutien de la fédération et les politiques.

Voici un tableau que nous avons dressé. Il sert à renseigner sur la popularité des sports au Liban depuis l'année 1992 jusqu'en 2016.

Tableau n°12 : Classement selon le sport le plus pratiqué en fonction de l'année[74]

Année/Pratique	Football	Basket-ball	Volleyball	Futsal	Tennis
1992	1	3	2	0	4
1997	1	2	3	0	4
2002	2	1	3	4	5
2007	2	1	4	3	5

[73] Champion du Liban de tennis dans sa catégorie (11-12ans), 4ème place en Asie.

2011	3	1	4	2	5
2016	1	2	4	3	5

Les entretiens effectués respectivement avec Ghayath Dibra et Maroun el Khoury (juillet 2016), et Tony Khalil (septembre 2016), ont permis de dresser ce tableau. En effet, les critères pris en considération pour effectuer ce classement, sont le nombre de licenciés et la base des supporters dans chaque discipline. Sur vingt-cinq ans, ce tableau nous montre les variations du classement tous les cinq ans des pratiques sportives les plus populaires au Liban : football, basket-ball, volley-ball, futsal, tennis. Il met en évidence le relais pris par le football sur le volleyball en 1992, et la suprématie du basket-ball à partir des années 2002 à 2011. Depuis 2016, c'est le futsal.

D'après Nadim Nassif, la fédération libanaise de basket-ball[75], comptait en 2009-2010, quinze mille licenciés. Aujourd'hui elle ne compte plus que treize mille licenciés.

Le changement de popularité est dû aux résultats que les équipes libanaises ont obtenus dans les compétitions régionales et internationales.

Tableau n°13 : Les sports les plus populaires en France et aux USA pour l'année 2015:[76]

France:	Etats-Unis:
1- Football	1-Football Américain
2- Tennis	2-Basket-ball
3- Rugby	3-Baseball

[75] Sport le plus pratiqué au Liban à cette époque.

[76] Classement selon biggestglobalsport.com qui est une plateforme d'analyse statistique des sports les plus populaires au monde. Son créateur est diplômé de Oxford University Economics et a travaillé dans le département de mesure sportive d'une société de recherche mondiale. Sa méthodologie repose sur la collecte de données des sites d'information sportive les plus visités dans les 16 plus grands pays du monde en termes de population (représentant plus de 60% de la population et de la richesse mondiales). A partir de là, des listes des meilleurs sports par pays ont été produites au cours de l'année. Les résultats d'une telle méthodologie ne peuvent être totalement fiables et manquent d'une certaine objectivité vu les indicateurs utilisés pour classer les disciplines.

4- Basket-ball	4-Hockey sur glace
5- Cyclisme	5-Golfe

Selon Antoine Khalil (2015), les Libanais n'ont pas adopté un sport dominant ou identitaire comme c'est le cas au Brésil. Dans ce pays, le football s'est vite ancré dans la culture de la société pour devenir un vecteur de l'identité nationale brésilienne, après l'instauration de la première république en 1889. En effet, le processus d'importation et de développement du football dans ce pays, à São Paulo comme à Rio de Janeiro, s'est fait à travers Charles Miller et Oscar Cox. Le premier naît à São Paulo, fils d'un ingénieur écossais, en 1884, il part faire ses études en Angleterre et revient dix ans plus tard sur ses terres natales en rapportant dans ses bagages les règles du football ainsi que des maillots. Le 14 avril 1895, il organise ce qui est considéré comme le tout premier match de football de l'histoire du Brésil. Quant à Oscar Cox, il part faire ses études en Suisse où il découvre le football et ramène en 1897, un ballon à Rio de Janeiro (Raspaud, 2010). Certes on jouait déjà au football dans les années 1890 sans toutefois appliquer les règles du football association. Les nombreux « local hero » qui se sont succédés de Pelé jusqu'à Neymar bénéficiaient d'une réputation plus large auprès du peuple brésilien que son président de la république.
Antoine Khalil, poursuit sa réflexion en ajoutant qu'au Liban les résultats des équipes nationales et des clubs, influencent positivement et/ou négativement la popularité d'un sport. Il cite notamment les succès des deux clubs « S*agesse* » et « S*porting* » dans les compétitions régionales et internationales, qui ont encouragé de nombreux jeunes libanais pratiquant le football à passer au basket-ball.

3.3 L'impact des grands événements sportifs : Organisation et participation

L'impact des grands événements sportifs vus sous l'aspect de leur organisation et de leur participation par le Liban forment notre second indicateur de l'impact de la mondialisation du sport professionnel.

L'accueil d'un méga-événement sportif constituerait aujourd'hui une bonne affaire pour la ville hôte, la région, voire pour le pays entier. Le Liban qui sortait d'une longue période de guerre ne pouvait que tirer profit de l'organisation des grands événements sportifs.
Concernant un petit pays du Moyen-Orient, certaines compétitions sportives comme

la coupe des champions arabes, la coupe d'Asie, peuvent avoir de grandes répercussions. D'après Roche (2000), ces événements sont : des manifestations culturelles d'envergure (notamment au niveau commercial et sportif) qui ont un caractère dramatique mobilisant un grand nombre de personnes et qui ont une importance internationale. Ils sont caractérisés par :

- Une forte attractivité touristique.
- Une influence sur l'image du pays (région) visité.
- Un effet dynamisant pour le commerce local.
- Un effet accélérateur pour la construction des équipements publics locaux.
- Une importante couverture médiatique (Roche, 2000).

a- Les principaux événements sportifs de basket-ball

Les questionnaires, les interviews de notre recherche, appuient les hypothèses de Roche.

La coupe arabe des nations de basket-ball, organisée par le Liban en 1997 et en 2010, compétition réunissant les équipes nationales des pays arabes se tient tous les deux ans avant 2007. Il y a eu 22 éditions de cette coupe et la dernière s'est tenue au Caire en Egypte en 2017. L'Egypte a remporté cette dernière version de la coupe ainsi que dix autres soit 50% du total de la compétition.

La Coupe Arabe des clubs champions de basket-ball est également une manifestation sportive réunissant tous les ans les clubs arabes de basket-ball masculins ayant remporté leur championnat national. Elle a été un facteur important plaçant le Liban au premier rang au sein du monde arabe.

Tableau n°14 : Coupe arabe des clubs champions de basket-ball

Année	Organisateur	Vainqueur
1996	Liban	Ittihad Alexandrie (Egypte)
1998	Liban	Club Sagesse (Liban)
1999	Liban	Club Sagesse (Liban)

2009	Liban	Riyadeh (Liban)

Au plan continental, le championnat d'Asie de basket-ball masculin, est une compétition opposant les sélections nationales de basket-ball. Elle n'a jamais été organisée ni remportée par le Liban mais il a terminé en 2ème place en 2001, 2005 et 2007.

La Coupe d'Asie des clubs champions de basket-ball (*FIBA Asia Champions Cup*) est une compétition annuelle de basket-ball entre les meilleurs clubs du continent asiatique. Elle est organisée par la FIBA-Asie. Le Liban a accueilli cette coupe en 1999 et 2000, et l'a remportée grâce au club Sagesse.

Tableau n°15 : FIBA coupe d'Asie des clubs champions

Année	Organisateur	Vainqueur
1999	Liban	Sagesse Liban
2000	Liban	Sagesse Liban

Tarek Charaf, docteur en management du sport, et ancien membre du comité olympique libanais et qatari[77] affirme que le Liban a suivi le Qatar dans sa stratégie en naturalisant des joueurs de basket-ball pour la coupe d'Asie des clubs champions. Pendant longtemps cette compétition était dominée par les Chinois, les Coréens, et les Philippins. Mais en 1999 le Liban avec l'équipe « Sagesse » était le premier pays « Arabe » ou du Moyen-Orient a remporté cette compétition face au Chinois, avec l'aide de deux joueurs étrangers. Cela lui a permis de participer à la « Mc Donald championship » qui est la version Basket-ball de la coupe du monde des clubs de football.

Cette victoire a montré aux autres pays arabes, que les Asiatiques ne sont pas imbattables, et qu'avec une bonne stratégie et politique sportive, ils peuvent eux aussi ga-

[77] http://www.tarekcharaf.com/page.html

gner des trophées. En 2001 le championnat organisé par les Emirats, est remporté par les Saoudiens, en 2002 et 2005 par les Qataris.

Source : fr.wikipedia.org/wiki/Cité_sportive_Camille-Chamoun

Après les grands événements du basket-ball, impliquant le sport professionnel au Liban, nous étudierons sur le même principe le seul grand événement de football.

b- Les principaux événements sportifs de football

La Coupe d'Asie des Nations, parfois abrégée en CAN (à différencier de la Coupe d'Afrique des Nations qui utilise le même acronyme), est une compétition de football qui oppose les meilleures équipes nationales des pays d'Asie. Le vainqueur devient Champion d'Asie et représente communément le représentant de la confédération asiatique (l'AFC) à la Coupe des confédérations organisée par la FIFA. Le Liban organisa la version de 2000 remportée par le Japon.

La coupe d'Asie de football telle qu'elle fut organisée par le Liban, met en évidence les caractéristiques comme les présente Roche et que nous avons mentionnées plus haut. Ainsi l'organisation d'un événement sportif dans un pays est un accélérateur pour la construction des équipements publics. Après la guerre civile qui s'est achevée en 1990, le Liban ne possédait aucun terrain de football ni d'infrastructures répondant aux exigences et aux normes des fédérations internationales, et la coupe d'Asie a permis grâce aux médias un essor du tourisme, un changement radical de la réputation du pays, une relance des ventes et de la construction. Cette observation s'applique aux autres événements sportifs dont le Liban a été l'organisateur.[78] Les trois images ci-contre viennent illustrer la thèse de Roche, et montrent les trois phases traversées par la cité sportive de Beyrouth. L'organisation des manifestations sportives internationales a permis sa reconstruction. En France, par comparaison, la ville est propriétaire du terrain, le sport français jouit des subventions régulières de

[78] Entretien avec Maroun el Khoury en Juillet 2016.

l'État et des collectivités territoriales. Ces subventions régulières sont accordées aux mairies, pour l'entretien et la construction des stades. Au Liban, ce type de financement n'a jamais eu lieu depuis la création de la fédération de football en 1933.
Le financement du sport professionnel au Liban est caractérisé par des aides occasionnelles souvent privées et insuffisantes et/ou mal gérées.
La guerre civile libanaise s'est terminée par la signature de l'accord du Taef fruit d'une collaboration tripartite entre les Etats-Unis la Syrie et l'Arabie-saoudite. Rafic Hariri, premier ministre libanais à cette époque, qui a aussi la nationalité saoudienne, était conscient de l'impact du sport sur la politique.
Il mettra tout son poids pour que le Liban organise la coupe de football des nations asiatiques. Son objectif de développer le sport et de le soutenir va au-delà des terrains. Il veut atteindre des exigences politiques locales, régionales et internationales. En effet, entre 1996 et 2000, le gouvernement libanais a dépensé dix-huit millions de dollars pour la construction de deux stades qui répondent aux normes exigées par les fédérations internationales. Le stade municipal de Sidon avec 23000 places et le stade municipal de Tripoli construit au bord de la mer à l'entrée de la ville, avec 25000 places. Puis la cité sportive a été rénovée et peut accueillir 50000 spectateurs.
Avant la coupe d'Asie, le Liban possédait 15 terrains de football. Aucun d'entre eux ne pouvaient accueillir une compétition internationale.

c- Les Jeux de la Francophonie

Le dernier exemple que nous retenons pour le deuxième indicateur, est l'événement sportif et culturel que constituent les Jeux de la Francophonie, une communauté linguistique qui regroupe 200 millions de personnes. Ces jeux représentent avant tout un carrefour d'échanges entre pays francophones et permettent leur rapprochement. Ils réunissent environ 3 000 participants et sont l'expression concrète de la solidarité et de la coopération, principe fondateur de la francophonie.
Les épreuves sont régies par les règlements techniques de la fédération internationale olympique concernée et sont intégrées au calendrier de chaque fédération en fonction de la pratique sportive. Expression de l'excellence francophone, les Jeux de la Francophonie, représentent non seulement un événement privilégié pour la détection de jeunes talents sportifs francophones, à titre d'exemple, Marie-José Pérec[79] obtint sa première médaille d'or lors des Jeux de 1989 au Maroc, mais ils offrent également

[79] Triple championne olympique de 200m et 400m.

l'expérience de la compétition internationale et l'opportunité d'une exposition à un large public.
Cet indicateur va contribuer à la relève sportive francophone en vue de sa participation à d'autres grands événements internationaux. Le Liban a organisé la 6ème édition de ces jeux en 2009, avec la participation de 3500 athlètes de 70 pays. Les organisateurs espéraient rassembler plus de 50 000 spectateurs lors de la cérémonie d'ouverture à la cité sportive de Beyrouth, la chose qui ne s'est pas réalisée.

L'image ci-dessous est prise durant la cérémonie d'ouverture :

Source : Vue générale de la cérémonie d'ouverture des jeux de la francophonie (Photo : Sharif Karim/ Reuters)

En effet, durant la cérémonie d'ouverture, au moins la moitié du stade était vide. La situation sécuritaire au Liban en 2009 n'était pas favorable et les libanais avaient beaucoup de soucis, un événement pareil n'a pas réussi à les attirer aux stades.
Cet indicateur prend en compte sa retransmission en direct sur de nombreux canaux télévisés dont la chaîne Future Tv (Liban) et Tv5 Monde (France), le lancement du magazine télévisé Espace francophone de son nouveau site internet CanalOrient.tv, un site télévisuel francophone sous-titré en arabe, qui selon Nada Anid membre du Comité national des Jeux de la francophonie, a pour but de faire connaître aux occidentaux, la diversité culturelle du Liban et du monde arabe et permettra en particulier de promouvoir cette manifestation.
De nos jours comme le montre ce dernier exemple de notre indicateur, la mondialisation prend en compte la diversité culturelle, et son interaction entre Orient et Occident, entre cultures, économies et sociétés.

Selon Shada Nasr, une des meilleures joueuses de basket-ball au Liban souligne ces Jeux sont l'événement sportif le plus important auquel puissent participer en la présence de stars internationales sportives et culturelles.

Au cours de notre enquête, la rencontre avec Zeina Mina, consultante expert Sport auprès du CIJF[80], et également directrice de l'Institut d'Éducation Physique et Sportive de l'Université Antonine, membre de la fédération universitaire libanaise, et surtout membre du haut comité national des Jeux de la Francophonie Liban 2009, reconnait l'échec des équipes libanaises à ces jeux, et sans vouloir me donner des chiffres dénonce l'échec économique dû à la corruption.

On attendait plus de 200 000 spectateurs dans les stades, seulement 10% étaient présents. Seuls 50 millions de téléspectateurs étaient au rendez-vous. D'après Zeina Mina ces jeux n'ont pas constitués une attraction tant au niveau local qu'international, du fait du contexte socio-politique de l'époque. L'instabilité politique, la corruption, et l'insécurité au Liban sont à l'origine de toutes les carences dont souffres le sport. Cette thèse est appuyée par Nadim Nassif qui lui va au-delà de la corruption financière pour parler d'une absence de politique et de gestion sportives au Liban : « Ce type de corruption demeure cependant très fort, l'exemple le plus récent étant la « disparition » de 800 000 US$ donnés par le gouvernement Français au Liban pour l'organisation des Jeux de la Francophonie 2009 à Beyrouth. » (Nassif, 2013).

Ce tableau comparatif illustre la différence d'affluence des jeux de la francophonie en fonction des années et du pays organisateur.

Tableau n° 16 : Affluence des jeux de la francophonie en fonction des années et du pays organisateur.[81]

Jeux de la francophonie au Niger à Niamey 2005	44 nations 2500 athlètes	N/A
Jeux de la francophonie Au Liban 2009	40 nations 3000 athlètes	50 millions de téléspectateurs.
Jeux de la francophonie en France à Nice	54 nations	150 millions téléspectateurs.

[80] Comité international des Jeux de la Francophonie.

[81] Tableau de synthèse réalisé à partir d'une collecte de données sur les sites officiels de chaque version des Jeux de la francophonie.

2012	3 200 participants	
Jeux de la francophonie en Côte d'ivoire à Abidjan 2017	4000 athlètes 77 nations de la francophonie	Une audience mondiale de 500 millions téléspectateurs

Il montre que les Jeux de la francophonie organisés au Liban, ont connu le plus petit nombre de nations participantes. Nous remarquons aussi l'augmentation rapide du nombre de participants qui a presque doublé entre 2009 et 2017, avec une audience multipliée par dix qui est passée de 50 millions de téléspectateurs à 500 millions.

Tableau n°17 : classement des pays qui ont participé aux Jeux de 2009 en fonction de leurs résultats.

Pays	Or	Argent	Bronze	Total
1-France	23	9	18	50
2-Maroc	12	20	15	47
3-Roumanie	10	4	10	24
4-Canada	9	10	18	37
5-Egypte	4	5	5	14
6-Maurice	3	3	2	8
7-Rwanda	3	2	0	5
8-Canada Québec	3	0	5	8
9-Tunisie	2	7	5	14
10-Cameroun	2	2	8	12
11-Côte d'Ivoire	2	2	0	4
12-Tchad	2	0	0	2
13-Sénégal	1	8	5	14
14-Vietnam	1	2	1	4

Pays	Or	Argent	Bronze	Total
15-Fédération Wallonie-Bruxelles	1	1	4	6
16-Suisse	1	1	3	5
17-Burkina Faso	1	1	1	3
18-Congo RD	1	0	3	4
19-Congo	1	0	2	3
20-Ex-République yougoslave de Macédoine	1	0	0	1
21-Seychelles	1	0	0	1
22-Liban	**0**	**4**	**0**	**4**
23-Mali	0	1	1	2
24-Arménie	0	1	0	1
25-Bénin	0	1	0	1
26-Bulgarie	0	0	1	1
27-Burundi	0	0	1	1
28-Centrafrique	0	0	1	1
29Luxembourg	0	0	1	1

Dans le tableau ci-dessus, il s'agit du classement des pays qui ont participé aux Jeux de la francophonie organisés au Liban, qui est notre champ d'étude. Beaucoup d'observateurs s'interrogent sur le fait d'accueillir les Jeux à domicile et combien cela influence de façon significative la performance globale du pays hôte (Blais-Morisset et Boucher et Fortin, 2017). Avec seulement 4 médailles obtenues, le Liban n'a pas fourni une grande performance.

En évoquant ici les grands évènements sportifs auxquels le Liban a participé et organisés, nous en dégageons le deuxième indicateur nous permettant de mesurer l'impact de la mondialisation du sport mondial au Liban et réciproquement.

Ce deuxième indicateur mesure les conséquences et les retombées socio-économiques de l'organisation d'un grand événement sportif pour le territoire. Il comprend trois

types de conséquences : celles qui concernent l'emploi, celles qui touchent aux ventes et celles qui portent l'image du pays.
Plus précisément, ces trois éléments provoquent chez les économistes du sport les questions suivantes : combien d'emplois vont être créés pour répondre aux besoins générés par l'organisation de l'événement sportif ? Pour le territoire organisateur (restaurants, magasins…) quel va être le supplément de revenu obtenu ? Comment va-t-il se manifester, par l'intermédiaire des relations internationales ?

3.4 Observation des ventes des équipements de sport au Liban

Le troisième indicateur est composé de trois éléments, le premier résulte de l'observation des ventes d'équipements sportifs au Liban de 1990 jusqu'à 2015 et le second, de l'influence chinoise et américaine sur le basket-ball au Liban et réciproquement et enfin le troisième de l'émergence des ventes en ligne. Apparemment les deux premières composantes semblent ne pas avoir de liens entre elles, mais il s'avère que les équipements destinés au basket-ball au Liban proviennent tant de la Chine que des Etats-Unis, où viennent s'introduire les produits de contrefaçon. Quant au troisième, il est la résultante d'une rupture profonde qu'internet a provoquée dans le système du marketing.

3.4.1 Ventes, publicités et contrefaçons

En 2000, les Libanais avaient les yeux rivés sur le basket-ball à cause des succès de leurs équipes nationales et de leurs clubs dans les compétitions internationales. Ils accueillaient aussi la coupe d'Asie de football. Mais l'insécurité dans le pays causée par le conflit entre Israël et le Hezbollah, ternit ses effets. Pour les atténuer, le premier ministre Rafic Hariri eut recours aux responsables syriens et internationaux, pour assurer une période de paix pendant l'organisation de cet événement.
Dans le cadre de cette recherche la rencontre avec les responsables de ventes des deux plus grands magasins compétiteurs d'articles de sport au Liban : Mike sport et Class sport, n'a pas été aussi concluante qu'espérée, car ceux-ci se sont contentés de nous fournir que des pourcentages au lieu des chiffres.

Tableau n°18 : Pourcentage de vente d'articles de sport de deux magasins

Pratique	Basket-ball	Football et Futsal	Volleyball	Tennis	Autres

Période	total des Ventes	total des Ventes	total des Ventes	total des Ventes	total des Ventes
1992-1996	20%	50%	8%	2%	20%
1997-2002	40%	32%	4%	4%	20%
2003-2008	20%	60%	3%	3%	14%
2009-2015	15%	65%	3%	3%	14%

Source : Entretien avec Richard el Hajj et Mario Hobeika Aout 2015

Ce tableau qui ne nous donne que des pourcentages de vente d'articles de sport de deux magasins de propriétaires différents[82] couvrant 90% du marché libanais, indique que sur la période 1997-2002 les ventes d'articles destinées au basket-ball dépassaient celles destinées au football. Le basculement en faveur du basket s'est produit à la faveur des bons résultats obtenus par les équipes libanaises, alors que le football était en déclin ou en perte de vitesse. A partir de 2003, cette tendance s'est encore inversée surtout à cause des grands événements internationaux en football diffusés à la télévision.

Tableaux n°18 bis : Distribution des ventes d'articles de sport, des magasins « Mike sport » et « class sport »

Pratique	Basket-ball			Football et Futsal		
Equipements / Période	Chaussures	Ballons	Tenues	Chaussures	Ballons	Tenues
1992-1996	70%	20%	10%	70%	10%	20%
1997-2002	65%	15%	20%	55%	10%	35%
2003-2008	70%	15%	15%	60%	10%	30%
2009-2015	70%	15%	15%	65%	10%	25%

Source : Entretien avec Richard el Hajj et Mario Hobeika Aout 2015

[82] Mike sport et Class sport sont deux magasins concurrents d'articles de sport. Ensemble, ils monopolisent le marché libanais d'articles de sport. Le tableau fait parti de la grille d'entretien de notre recherche et a été rempli durant les entretiens avec Richard el Hajj (Class sport) et Mario Hobeika (Mike sport). A la base ils sont deux tableaux, un pour chaque magasin, nous les avons fusionnés en faisant la moyenne.

Pratique	Volleyball			Tennis			Autres
Equipements / Période	Chaussures	Ballons	Tenues et équipements	Chaussures	Balles	Raquettes	Equipements
1992-1996	10%	70%	20%	30%	10%	60%	23%
1997-2002	10%	70%	20%	30%	10%	60%	23%
2003-2008	10%	70%	20%	30%	10%	60%	23%
2009-2015	10%	70%	20%	30%	10%	60%	23%

Source : Entretien avec Richard el Hajj et Mario Hobeika Aout 2015

Pour commenter ce tableau des ventes, Richard el Hajj propriétaire du magasin « Class sport » affirme que 80% des clients sont influencés par les publicités et font leurs achats en fonction de ce qu'ils voient à la télévision. Il souligne que l'envahissement des produits de contrefaçons a eu des conséquences sur le marché libanais, qui reste une pratique impunie.

Cette contrefaçon des produits en majorité, provenant de la Chine, de la Turquie et de la Syrie a entrainé des pertes pour ces entreprises, marquées par une baisse des ventes notamment des tenues sportives. Ce phénomène est en augmentation constante.

L'année 2003, constitue une explosion de la contrefaçon. Durant cette année deux millions d'articles textiles ont été dénombrés par les douanes libanaises, en majorité provenant de Chine[83]. Avant les années 1990 et 2000, la contrefaçon représentait juste une activité marginale économiquement négligeable mais depuis, elle va devenir une activité organisée et très lucrative (Roudaut, 2008)

Le secteur textile est un des plus touchés par la contrefaçon notamment celui des équipements sportifs (maillots, chaussures…). C'est la stratégie de délocalisation des marques, les distributeurs, l'inventivité des contrefacteurs, et le développement des ventes sur Internet, en un seul mot : la mondialisation. En 2006 lors de la coupe du monde de football, le maillot de l'équipe de France fabriqué par Adidas était vendu chez Class sport et Mike sport à prix unique : 120$ (115 euros) t-shirt et short. Ses contrefaçons provenant de la Syrie vendues à 10$ (8 euros), ont fait baisser les ventes de 40% sur ce produit.

Selon les directeurs de ces deux magasins, la politique de l'Etat libanais porte un préjudice notoire à la vente des produits légaux à travers leurs magasins. Cette observation obstrue une lecture pertinente des ventes d'équipements sportifs, comme indicateur de la mondialisation du sport dans notre étude.

[83] Extrait de l'entretien avec Richard el Hajj en Août, 2016.

3.4.2 L'influence chinoise et américaine sur le basket-ball libanais

Comme nous l'avons dit plus haut, ce second élément du troisième indicateur s'explique par le fait que la majorité des équipements sportifs du basket-ball au Liban, proviennent de marques chinoises et américaines. C'est ce qui en fait sa pertinence.

-L'influence chinoise :

La marque PEAK créée en 1989, et implantée dans l'univers du basket-ball, signe son premier partenariat en 2005 avec la « FIBA Europe All Star Game ». Sur sa lancée, elle signa par la suite d'autres partenariats prestigieux avec la FIBA et la « Chinese Basket Association ».

Selon Richard el Hajj directeur des ventes chez Class sport,[84] la marque Peak a grandi grâce à deux équipes de basket-ball : Le Liban et l'équipe féminine d'Australie.

Nombreuses sont les entreprises attirées par le sponsoring sportif, cela se constate pour le basket-ball. Grace à Tony Parker, l'équipementier Peak a fait une entrée sur le marché français en 2013.[85]

Ce sponsoring sportif a pour but d'obtenir une visibilité qui dépend des investissements réciproques des partenaires. Peak n'avait pas encore suffisamment de notoriété, et de moyens pour séduire les grandes équipes. L'équipe libanaise lui a offert cette opportunité. En lui fournissant tous les équipements pour sa participation aux compétitions internationales, la marque à accéder à une notoriété internationale. Et la participation du Liban a la coupe du monde n'a fait que l'accentuée. D'après Meenaghan (2001) : L'action du sponsoring sportif augmente l'intention d'achat chez le client.

En 1999 le Liban participa au championnat d'Asie (ABC cup), qui est une compétition opposant les sélections nationales de basket-ball du continent asiatique. Il se déroulait au Japon. Son maillot était fabriqué par Peak. En 2002 il se qualifie pour le Championnat du monde masculin de basket-ball qui a lieu aux États-Unis à Indianapolis. Ces deux compétitions le Liban n'a pas obtenu de grands résultats. Mais la marque Peak a profité de la grande diffusion médiatique de ces tournois,

[84] Entretien en Aout, 2015.

[85] Dans un entretien avec Tony Khalil en 2016, il note que les résultats obtenus par l'équipe nationale libanaise de basket-ball on fait promouvoir directement ou indirectement l'image de l'équipementier sportif « Peak » lui ouvrant l'accès à plusieurs marchés européens tel que : l'allemand, serbe, iranien et australien.

pour se faire connaitre surtout aux États-Unis et en Europe. En 2006, le Liban décolle vers le Japon toujours avec le même sponsor, pour participer au championnat du monde de basket-ball. L'équipe libanaise bat le Venezuela au premier match, puis la France à la surprise générale. Ghassan Sarkis entraineur de l'équipe Sagesse à l'époque, déclare : « le Liban bat la France, *désormais, le Liban est respecté par les autres équipes et attirera surement de nouveaux sponsors* ».
Grâce à cet exploit, le pays du Cèdre se révèle aux yeux de la planète du basket-ball, devant des millions de téléspectateurs. Une pareille victoire retransmise à la télévision, montre combien ce sponsoring s'est avéré payant en visibilité et en parts de marché. Désormais Peak peut jouer dans la cours des grands en sponsorisant les équipes d'Allemagne, Serbie, Australie, Qatar et l'Iran.
En 2010 la dernière qualification des Libanais en coupe du monde de basket-ball, avait échoué. Le Liban se plaçant à la quatrième place au championnat d'Asie 2009, sa participation n'a été possible qu'à travers une *wildcard* de la FIBA, qui a coûté 500 000 euros à la fédération libanaise. Elie Nassar, chef des sports au quotidien *al-Balad*, ecrit: « *Avec les 500 000 euros, on aurait pu détecter et former une centaine de joueurs de talent.* » (Chognot, 2010, 2013). La FIBA « wildcard est une invitation que la Fédération Internationale de Basketball offre aux nations ayant échoué de se qualifier pour le championnat du monde ou le tournoi olympique. L'attribution prend en compte, d'un côté des aspects sportifs comme la popularité du basketball dans le pays, la qualité et les résultats sportifs de l'équipe nationale du pays et la qualité du travail de la fédération nationale, et d'un autre côté des aspects économiques à savoir l'importance du pays à promouvoir la FIBA et à attirer les partenaires TV, et l'importance du pays pour les organisateurs du championnat du monde (Reiche, 2011). Acheter la qualification est une forme de corruption. Selon Nadim Nassif (2014), la corruption dans le sport au Liban a conduit au gaspillage des ressources très limitées que l'État alloue au sport (2 millions de dollars par an, ce qui en termes de budget sportif par rapport à la population est 46 fois inférieur à celui de la Tunisie, malgré un ratio PNB / population
1,3 fois plus élevé). Par conséquent, les fédérations sportives sont sous-financées et les normes et les résultats restent très modestes.

Ces impacts ont eu pour le sport Libanais leurs revers. Si l'entreprise a gagné de nouvelles parts de marché cela a eu pour conséquences une élévation de ses prix au pays du cèdre. Cela a mis fin à son sponsoring. Richard el Hajj et son entreprise Class

sport, négocie avec l'entreprise chinoise sans résultats, à cause de la taille modeste du marché libanais et les résultats instables des équipes.
Le contrat avec Peak est rompu, et le basket-ball Libanais se met à la recherche de nouveaux sponsors.

-L'influence américaine :

Il est intéressant de voir comment s'est réalisée cette transition. Avant 2008 les maillots provenaient du sponsor Peak. En 2010, durant la coupe du monde de basket-ball, les maillots fabriqués par une entreprise locale portent déjà le nom du nouveau sponsor américain : Pepsi. En effet, c'est la marque de boisson Pepsi cola qui devient le nouveau sponsor du basket-ball libanais et permet le déroulement du championnat local en 2011-2012 qui était menacé à cause de manque de financement.
Ci-dessous une photo prise lors de la coupe du monde 2006, et une autre en 2010.

Source : http://www.interbasket.net/players/el-khatib.htm

La marque Peak a accompagné le Liban durant sa montée en basket-ball. Tout au long de cette collaboration entre les deux parties, l'influence économique est grande sur un pays où le gouvernement n'accorde pas de subventions pour le sport. La sponsorisation des maillots de l'équipe nationale libanaise par Peak durant 10 ans, a fait économiser environ 30000 euros par an à la fédération libanaise de basket-ball.[86]
Désormais l'influence américaine prend le relais du sponsoring chinois. Dans un questionnaire destiné à alimenter notre recherche, une question porte sur l'utilisation des équipements à l'effigie des stars mondiales : utilisez-vous des articles de sport (chaussures, t-shirt…) à l'effigie d'une star mondiale ?

[86] Interview Richard el Hajj, 2015.

Comme le montre le graphique ci-dessous, 66,7% des joueurs professionnels libanais de notre échantillon, déclarent utiliser ces équipements.

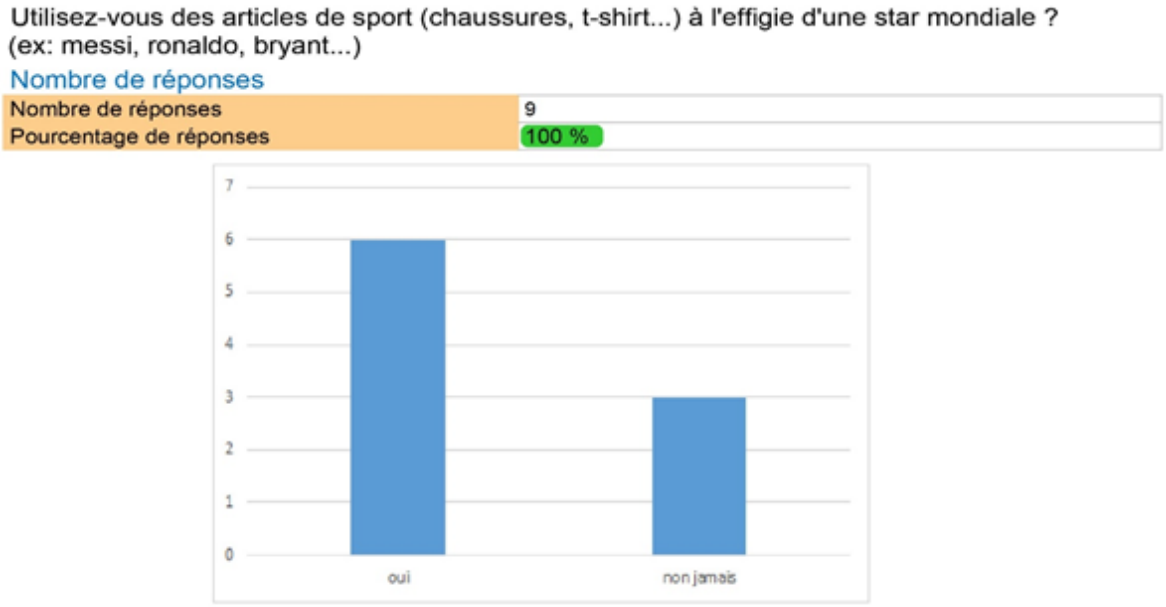


Figure 2 : Questionnaire adressé aux joueurs professionnels libanais[87]

Si l'on avait adressé cette question aux joueurs professionnels américains concernant les articles de sport libanais, le résultat obtenu aurait assurément été zéro.[88]

Une question adressée aux supporters de basket-ball libanais, montre que la majorité de leurs vedettes sportives évoluent dans la NBA aux Etats-Unis. En effet la plupart des gens s'identifient à une des stars du sport, ce qui en fait des idoles. D'après Antoine Khalil, le Liban manque de star local. Au basket-ball, il préfère les joueurs de la NBA. Cela conditionne leurs pratiques de consommation, « consumer behavior ».

Le fait d'utiliser les célébrités (sportives, cinéma…) en publicité s'appelle de l'endossement. Cette stratégie marketing est apparue la première fois aux Etats-Unis, et s'est propagée dans le monde. (Ganassali et Didellon, 1996). Au Liban, l'entreprise de boisson énergétique « Red Bull » décida d'adopter le basketteur libanais Rodrigue Akel comme promoteur de sa marque dans le pays.

[87] Entre 2015 et 2016, un questionnaire a été administré par e-mail à neuf « joueurs professionnels » libanais.
[88] Le Liban produit à travers « Mike sport » et « class sport » des articles de sport de bas de gamme comme la marque : « Top Ten ».

Source :https://sports-961.com/tag/rodrigue-akl/

L'objectif est alors de bénéficier de certains traits d'image associés à l'entité parrainée. Red Bull cherchait un joueur qui puisse répondre à sa demande d'assurer sa visibilité et atteindre un plus grand marché.

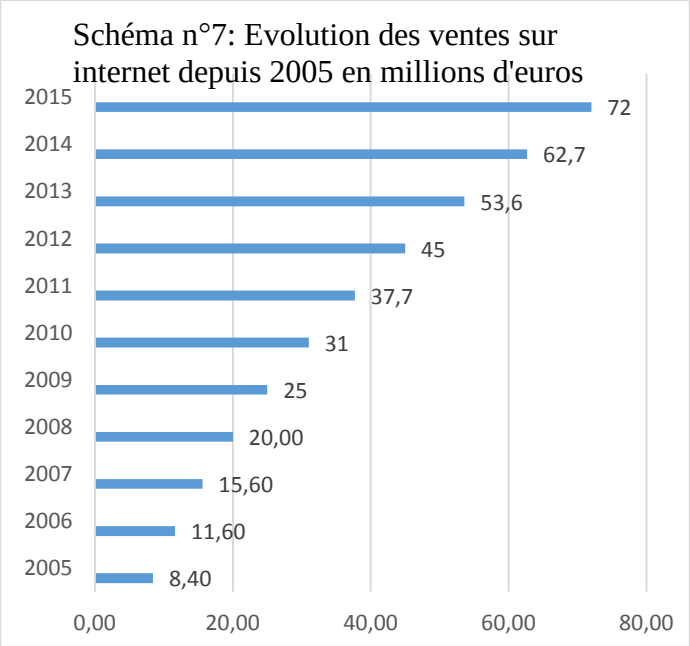
Les spécialistes en marketing sportif sont tous unanimes quant à l'impact des stars dopant la notoriété des marques sur le plan local et international. En effet, d'après Philippe Kotler, et Bernard Dubois, « lorsque la perception de l'image du produit est positive, cela favorise la commercialisation du produit et de ce fait argumente la pratique de prix élevés »[89].

3.4.3 L'émergence des ventes en ligne

Un troisième élément complète cet indicateur : L'émergence des ventes en ligne. Il s'agit d'un facteur qui constitue un amplificateur de la mondialisation du sport, qui découle de l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTICs). La rupture qu'internet a provoquée sur de très nombreux aspects de l'exercice des métiers du sport s'est combinée aux spécificités des comportements des acheteurs en ligne pour conduire à des transformations radicales des modalités de la concurrence, appelant de nouvelles compétences.

Le schéma n°7 indique l'évolution mondiales des ventes en lignes du secteur sportif de 2005 à 2015

89 Extraite de : Pourquoi l'image de marque est si importante pour une entreprise ? 2015. En ligne sur : https://www.anthedesign.fr/communication-2/image-de-marque-entreprise/



Source : Fevad-2015

Cette évolution mondiale des ventes en ligne a gagné aussi le Liban. Bien sûr le e-commerce du secteur sportif n'est pas aussi grand que celui des services (vols, hôtels…), mais il est en croissance continue, et constitue un compétiteur réel surtout pour les magasins de sport au Liban. Notre recherche nous a conduit à étudier le cas de « Pro:direct soccer », entreprise anglaise très populaire chez les sportifs professionnels libanais, et à mesurer combien le e-commerce du secteur sportif mondial influence le sport professionnel dans ce petit pays du Moyen-Orient.

-Le cas prodirectsoccer.com :

Pro:direct Soccer, spécialiste de vente par correspondance, appartenant au groupe Sports Direct International plc vend des articles de sport, est devenue maîtresse en matière de communication digitale, cette enseigne de chaussures de sport pour les professionnels, a su s'imposer sur le marché du Moyen-Orient, plus précisément sur le marché libanais.

Collant aux exigences du marché, cette marque est devenue la plus grande vitrine mondiale en matière d'articles sportifs et offre un grand choix des grandes marques que sont Adidas, Puma ou encore Nike.

D'après Georges Sayegh (cf. Tableau 1 p. 27)[90], la majorité des achats d'équipements sportifs se fait sur ce site. En effet, afin de réduire les coûts de livraison, les joueurs se mettent d'accord pour acheter ensemble tous leurs équipements (chaussures, sacs, ballons…) sur le site « prodirectsport.com » en utilisant un seul compte bancaire et une seule adresse de livraison. Cette pratique a pour effet de rendre l'achat de ces produits dans un magasin local totalement illusoire.
Les magasins Mike sport, Class Sport et Décathlon Liban, proposent aussi le service de vente en ligne. Au Liban la livraison ne se déroule pas comme en France. Depuis la privatisation de la livraison à domicile en 1998 assurée par Libanpost, société d'origine canadienne, le service s'est dégradé. Selon les observations, l'acheminement vers une boite postale est généralement correct, alors que l'acheminement vers une adresse de type local est plus incertain.

Les responsables des trois magasins déjà cités affirment que leurs ventes locales en ligne sont négligeables (1%) par rapport aux ventes en magasin (99%). Les dimensions du pays font que les gens préfèrent se rendre directement sur place pour acheter leurs produits.
Les commerçants engagés dans ce domaine, ne peuvent ignorer l'influence des sites internationaux, dont prodirectsport.com. Ce dernier constitue une concurrence réelle. Les magasins libanais subissent l'impact de la mondialisation avec une baisse de 10% de leurs ventes en général, et 30% des ventes de chaussures de football et de basket-ball de marque (Nike, Adidas, Puma, Reebok…) à cause des ventes en lignes. Nous parlons uniquement des joueurs professionnels et des clubs sportifs.
L'achat d'un article de sport est un acte important pour les joueurs libanais. Cette décision doit prendre en compte leurs revenus plutôt modestes : de 600 à 3000 dollars par mois. Pour eux, économiser 30 à 50 dollars par achat est important.
La concurrence dans le marketing actuel est une composante qui exige de nouvelles stratégies. Une entreprise libanaise, ne peut étendre son marché sans prendre en compte les prétentions d'entreprise étrangères et ne se limiter qu'à des horizons à courtes vues. La mondialisation exige de sa part une plus grande ouverture pour aborder cette nouvelle forme de rivalité.
Selon le rapport sur l'économie de l'information publié en 2015, la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced) classe le Liban au 51ème rang mondial (sur 130 pays étudiés) et au deuxième rang arabe – derrière le Bahreïn

[90] Entretiens effectués au Liban en avril, 2015.

(34ème rang mondial) et devant les Émirats arabes unis (66ème) – parmi les pays les mieux armés pour le développement du commerce électronique. Ce classement traduit le score de 57,7 obtenu par le Liban à travers l'indice du commerce électronique B2C (entreprise à consommateur) élaboré par la Cnuced. Selon la Cnuced, 75% des Libanais utilisent Internet, contre une moyenne mondiale de 49%, tandis que 11% des Libanais de plus de 15 ans possèdent une carte de crédit, comparé à une moyenne mondiale de 19%.[91]

En conclusion, l'étude de ce troisième indicateur portant sur l'observation des ventes d'équipements sportifs, sur l'influence chinoise et américaine au Liban et sur l'émergence des ventes en ligne, a montré combien le sport mondial influence le comportement du consommateur libanais. Nous avons vu à quel point la contrefaçon provenant de l'international était nuisible aux ventes d'équipements sportifs au Liban. De son côté, le sponsoring a montré des effets entrants et sortants, d'une part le Liban a pu bénéficier d'une visibilité internationale et d'équipements sportifs gratuits, et permis à la marque chinoises un essor dû avant tout à son engagement avec l'équipe nationale libanaise, et d'autre part, a connu les limites de ce partenariat du fait de la modestie de son marché et de l'instabilité de ses résultats sportifs. Enfin cet indicateur dans son troisième élément, nous a montré l'importance des changements provoqués par l'émergence des ventes en ligne.

3.5 Le mécénat

Le quatrième indicateur que nous allons maintenant étudier limite son champ à l'espace libanais, il s'agira d'étudier le mécénat exercé localement par des chefs d'entreprises. Selon Bertrand Barthelot, « le mécénat se distingue généralement du sponsoring ou du parrainage par la nature des actions soutenues et par le fait qu'il n'y a normalement pas de contreparties contractuelles publicitaires au soutien du mécène ».[92]

Tout soutien d'un mécène n'est pas éternel. La concurrence est forte, et à chaque instant son appui peut cesser. Dans un entretien avec Ghayas Dibra, commentateur et présentateur sur la chaîne LBCI qui diffuse la ligue libanaise de basket-ball, nous ap-

[91] Le commerce du Levant P.H.B., mai, 2015.
[92] http://www.definitions-marketing.com/definition/mecenat/, mis à jour le 11 mai 2016.

prenons que lors de la première saison du championnat en 1993, les clubs libanais n'étaient pas encore dotés des terrains en parquet, on jouait sur du béton peint, dans des terrains qui appartenaient aux écoles ou aux universités et non aux équipes elles-mêmes.

L'année 1994 marque l'arrivée d'Antoine Choueiri dans le sport. Il est le parrain du basket-ball libanais et « patriarche des médias au Moyen-Orient » : naît en 1939 à Beyrouth, d'une famille chrétienne originaire du nord du Liban, il a étudié au Collège de La Sagesse des Pères Maronites. Il arrête l'école à 15 ans, par manque de moyens financiers et entame des cours du soir de comptabilité et obtient son diplôme. Il se marie avec Rose Salameh en 1961, deux enfants naissent de cette union : Pierre et Lena, qui ont pris le relais dans le groupe Choueiri (Choueirigroup, 2010).

Élu président du club de La Sagesse en 1992 son équipe remporte vingt titres en huit ans : huit fois consécutivement championne de la ligue libanaise de basket-ball (de 1997 à 2004), cinq fois vainqueur de la Coupe du Liban (de 1999 à 2003), elle a remporté trois fois la Coupe d'Asie des clubs champions (1999, 2000, 2004) et deux fois la coupe Champion d'Asie de l'Ouest (2002, 2004)[93] et enfin deux fois la Coupe arabe des clubs champions (1998, 1999).

Il publie entre autres l'hebdomadaire francophone « Magazine ». En 1971 à 32 ans, il décide de créer sa propre régie publicitaire au Liban, la Régie Générale de Presse. Quatre ans plus tard, la guerre civile le pousse à se réfugier à Paris, où il pose les fondations de son groupe en développant en Europe les ventes des titres arabes tels que « Al Watan al'Arabi ».

En 1994, la chaîne libanaise LBCI diffuseur du basket-ball libanais, au bord de la faillite, en raison de la situation politique, était devenue insolvable. Antoine Choueiri grâce à ses soutiens dans le Golfe, redresse la situation financière de la chaine. Son soutien était dicté par son esprit communautariste et son implication dans le sport. Il était proche des « forces libanaises » parti politique propriétaire de la chaine à l'époque.

Agissant en stratège et en fin politique, il a bien perçu que le mécénat représentait un atout à son profit et de celui du basket-ball, alors aux prises avec la corruption. Il utilise ses compétences en publicité et en commercialisation pour créer l'affiche « Sagesse vs Sporting -Chrétiens vs Musulmans », le « classico » libanais.

[93] Connue sous le nom de WABA Champions Cup.

L'affiche remporte un réel succès pour toute la chaîne sportive, celle des acteurs de la mondialisation du basket-ball libanais en fut la première bénéficiaire. Antoine Choueiri a joué sur la fibre sensible du public provoquant chez lui une véritable exaltation émotionnelle au point de faire du basket-ball une addiction chez les libanais concrétisé par une augmentation du nombre des licenciés.

Tableau n°19 : L'évolution du nombre de téléspectateurs et de licenciés dans la FLBB depuis 1992[94]

Année	1992	1995	2000	2005	2010	2015
Téléspectateurs[95]	10 000	50 000	2 100 000	1 800 000	1 000 000	500 000
Licenciés	500	5 000	10 000	14 500	15 000	14 000

Ce tableau nous montre l'évolution du nombre des licenciés et des téléspectateurs de 1992 à 2015. Le nombre des téléspectateurs a atteint son pic entre les années 2000 et 2005 qui ont connu une domination des équipes libanaises de basket-ball au Moyen-Orient. Il s'est imposé le rival numéro 1 de la Chine.

a- Le communautarisme déforme l'image du basket-ball libanais dans le monde

Comme le reconnait Ghayath Dibra, les libanais ont été attirés également par la qualité du jeu et des bons résultats obtenus. Cette affiche a créé un lien fusionnel entre les équipes et leurs supporters au point de faire dégénérer la moitié des matchs, en bagarres généralisées.

Lea Boukhater dans son article, évoque le sujet du confessionnalisme sportif dans le basket-ball libanais. Il existe quatre divisions de basket-ball qui sont réparties en fonction des districts. Comme les régions « mixtes », ne sont pas nombreuses, la plupart des équipes sélectionnées sont formées de joueurs à 80% de même religion. Ce phénomène confessionnel a encore été ravivé par la guerre. Elle rapporte ses observations des matchs opposant les équipes de *Sagesse* et du *Sporting* qui se disputent la plupart du temps la première place au classement national. L'équipe « Sagesse » rassemble principalement des chrétiens d'Achrafieh (Beyrouth) ; la deuxième réunit pour l'essentiel des musulmans sunnites de Manara (Boukhater, 2004).

Les rencontres sportives vont de plus en plus donner lieu au spectacle lamentable de supporters jetant des projectiles sur les joueurs adversaires, lançant des insultes et des chants religieux sur les terrains. Les bagarres dans les tribunes et les rues, vont

[94] Entretien avec Ghayath Dibra 2015. Flbb : fédération libanaise de basket-ball.
[95] Un match entre le premier et le deuxième de la ligue.

donner lieu à des affrontements de plus en plus préoccupants détériorant l'image du sport au Liban.

Les matchs sont souvent placés sous surveillance policière voire militaire. « Malgré la fin de la guerre civile, il y a 25 ans, les troubles confessionnels se durcissent dans les stades libanais. De violentes échauffourées ont éclaté dernièrement lors de la finale du championnat national de basket-ball, »[96] publie la journaliste marocaine Khadija Ben Hayyan en 2014.

Dans une interview avec le magazine libanais en ligne sports-961.com, le fameux joueur de la NBA Hassan Whiteside décrit la saison qu'il a passé au Liban comme la pire de toute sa carrière, il se déclare consterné par ce qu'il a vu sur le terrain lors de son deuxième match à l'étranger.

Source : Naharnet[97]

Hassan Whiteside quitte le Liban sur des impressions détestables et non à cause de la médiocrité de son jeu comme le prétendent ses coéquipiers libanais.

Ce type de mécénat a permis l'établissement d'une ligue nationale de basket-ball. Il a révélé aussi l'envers de la médaille et mis au grand jour l'existence d'un pays en proie à des conflits inter-religieux dont la mondialisation actuelle permet d'en mesurer l'ampleur.

[96] Au Liban, le sport victime des tensions confessionnelles. Publié en 2014 sur : http://geopolis.francetvinfo.fr/les-tensions-confessionnelles-empoisonnent-le-sport-au-liban-37821

[97] Le texte en Anglais "They got up on the announcers table," Whiteside said. "This is my second game overseas. I'm like, 'What's going on?' The crowd was trying to rush the floor. We've got military guys at our game. It's not like here where they've got a couple cops with a couple pistols. They got riot gear on with the shields and AKs, holding the people back. We all had to run into the locker room." Tiré de : "From Forgotten to Coveted Hassan Whiteside's NBA Journey" de Jonathan Abrams, le 28 Juin 2016.

Après la démission du président Choueiri, en été 2004, le club n'a plus rien gagné il était même en danger de disparition pour manque de financements et de bonne gestion. En 2016 c'est toujours le cas, il cherche à survivre. De même pour l'équipe nationale Libanaise qui depuis sa dernière participation en coupe du monde 2010, n'a plus connu de bons résultats.

b- Le mécénat comme promoteur de la marque café Najjar :

Un autre acteur a joué un rôle important dans le développement du mécénat dans le basket-ball libanais, et mérite une mention spéciale dans la description de notre indicateur : Le Café Najjar une entreprise de café créée en 1957 au Liban. Elle s'est développée en ouvrant des Maisons du Café dans 14 pays dans la région du Moyen-Orient.
A la fin des années 90 et début des années 2000, le basket-ball libanais profitant de son succès en battant toutes les équipes de la région, a donné à travers la télévision le spectacle de sa réussite sportive montrant l'enthousiasme des foules et allant de victoire en victoire. Le pays avait trouvé son sport national et les mécènes se bousculaient en faveur des équipes.
Le propriétaire de Café Najjar, Michel Najjar, profitant de cette situation favorable, lance une équipe de basket-ball à son nom dans la quatrième division libanaise. Au Liban les équipes dotées d'argent peuvent passer de la quatrième division à la première dans un espace de deux ans, un type de gestion adopté par la fédération libanaise de basket-ball visant à améliorer le niveau du jeu et à augmenter la compétition entre les équipes de la première division.
Michel Najjar a bien compris qu'une équipe portant le nom de son entreprise lui valait bien plus que tous les sponsorings. Il s'est inspiré de la stratégie commerciale utilisée par les clubs italiens de première division, tel que Emporio Armani Milano, et Benetton Treviso qui, en 2012, décident de se retirer complètement de la ligue… Le club libanais dès la première année en division une, atteint les phases finales et termine quatrième, il représente le Liban l'année suivante en 2004 au championnat des clubs arabes et termine troisième perdant en demi-finale à un point de différence face aux champions du tournoi « Al Ittihad » Arabie-saoudite (Al Doussari, 2004). Juste après ce tournoi l'équipe a été résiliée, mission accomplie car l'entreprise de café ouvre sa filière « maison du café » aux Emirats, a étendu ses branches au Moyen-Orient et aux marchés internationaux, surtout dans le marché égyptien.

Ce mécénat a rempli ses objectifs de communication et de mobilisation interne. Il a traduit en faveur de son intérêt personnel ce qui pouvait apparaitre comme une entreprise philanthropique. Il ne faut pas l'oublier, le mécénat permet des déductions fiscales contrairement au sponsoring qui est considéré comme un investissement publicitaire.

c- Le mécène principal financeur des équipes

Une étude menée sur la distribution de dépenses et de revenues de l'équipe libanaise de basket-ball « Riyadeh » révèle le poids financier du mécène sur une équipe de première division. [98]

1- Les revenus des terrains : **54000$** (46000 euros)[99]
2- Revenu des droits télévision : **36000$** (32000 euros)
3- Des publicités sur le sol et aux bords du terrain : **209000$** (182000 euros)
4- Revenus des ventes des équipements sportifs (tenue de l'équipe, brassard…) : **200000$** (174000 euros)
5- Des activités promotionnelles (diner, rencontres avec les fans…) : **250000$** (218000 euros)

Ces sources de revenus nous donnent un total annuel de : **713,000$ américains** (620,000 euros).

Le budget de l'équipe de « Riyadeh » durant la saison 2014-2015 a atteint les 5 millions de dollars américains, (app : 4, 500,000 euros).

La différence entre les revenus et le budget est de : -4, 287,000$, la couverture de ces dépenses est assurée par le mécène, qui est souvent un homme politique appuyé par une communauté religieuse. Durant notre entretien avec Pascal Galantin (2015), directeur commercial du club Professionnel « Paris Levallois », il souligne que le budget de son club durant la saison 2014-2015 a atteint les 5,375 millions d'euros soit 800.000 euros de plus que le club libanais. Les charges de l'équipe « Paris Levallois » s'élèvent à 5,175,000 euros au moment où ses recettes ont atteint les 537,500,000 euros repartis de la manière suivante : 2 250 000 euros provenant des subventions publiques, 2 700 000 euros provenant des partenariats privés, 425 000 euros de recettes diverses (billetterie, boutique…). Nous constatons que le budget de cette équipe repose sur plusieurs entités.

[98] Ces chiffres ont été fournis par Tony Khalil lors d'un entretien avec lui en septembre 2016.
[99] Taux de change de l'année 2016 donné par le site Oanda.com : 1€ = 1.17 US$

3.6 L'attractivité de la ligue libanaise de basket-ball

Le cinquième indicateur est constitué par la capacité de la ligue professionnelle libanaise de basket-ball à attirer les investisseurs locaux et internationaux. Pour en comprendre les raisons, il faudra répondre à deux questions principales : quelles sont les mesures prises par les responsables sportifs libanais pour rendre la ligue plus attrayante pour les sponsors, investisseurs et le public? Et la deuxième question sera de voir : quelles en sont les conséquences?

a- Les conséquences des mesures prises par la ligue de basket-ball

Ce qui semble être le cœur de ce cinquième indicateur a été l'action développée par Antoine Choueiri, parrain du basket-ball libanais. Son influence occulte lui a permis en 2003-2004 de prendre l'initiative de réduire le nombre des équipes de la ligue une, de douze à huit. Cela eut pour effet de fusionner certains clubs et faire émerger d'autres clubs riches, parmi lesquels « la Sagesse » son club. Son ambition était de faire du Liban une des dix meilleures nations du monde en basket-ball. Sa stratégie permettra de :

- Améliorer le niveau du jeu,
- Remplir les tribunes de spectateurs (10% en 1993 à 100% en 2000),
- Construire et rénover des terrains de basket-ball,
- Acquérir de nouveaux sponsors,
- Attirer les politiques à investir dans le basket-ball libanais,
- Recruter des joueurs étrangers,
- Professionnaliser le basket-ball,
- Augmenter le nombre de téléspectateurs,
- Augmenter les recettes télévisions.

Antoine Choueiri voulait mettre en place la Pro Ligue arabe ou comme il l'a nommée la NBA arabe. Cela impliquait un plus grand nombre d'équipes, un plus haut niveau, un meilleur spectacle, plus de spectateurs et de téléspectateurs, une augmentation des droits de télévisions, l'attraction de nouveaux sponsors, l'interaction des sociétés arabes grâce au tourisme sportif et les déplacements des supporters des équipes (Cochennec, 2016). Les joueurs auraient été mieux payés. Le projet était rentable économiquement et socialement. Le marché libanais compte 4 millions d'habitants dont

15% seulement suivent le basket-ball[100], ce nombre n'est pas suffisant pour permettre la croissance et la pérennité du basket-ball libanais. A travers cette Pro Ligue ou NBA arabe, le marché aurait été 100 fois plus important. Le projet n'a pas vu le jour et à cause de cela Antoine Choueiri a quitté le basket-ball en 2004 définitivement après avoir dépensé plus de 90 millions de dollars pour ce sport. Personne ne connait les raisons profondes de cet échec mais selon plusieurs experts du basket-ball libanais comme Ghayath Dibra, Tony Khalil, Ghassan Sarkis et Salim Chemaly[101], les influences politico-confessionnelles étrangères, plus précisément celles des pays arabes en majorité musulmane, seraient à l'origine de ce déboire.[102]

La thèse de Mohamed Haidar qui critiquait le projet d'Antoine Choueiri sous prétexte qu'il favorisait les clubs riches, voulait prouver que la dépendance du basket-ball libanais entre les mains d'une personne ou d'une communauté jouissant d'une richesse pour financer les équipes, utilisées à des fins politiques, tentait à prouver sa fragilité et sa dépendance.
Cette critique de Mohamed Haidar, ne tient pas devant les résultats obtenus par l'équipe d'Antoine Choueiri, qui de 1992 à 2004, a remporté le championnat libanais de basket-ball huit fois, 1993-94, 1997–98, 1998–99, 1999-2000, 2000–01, 2001–02, 2002–03, 2003–04.
Sept fois vainqueur de la coupe du Liban,
Le championnat des clubs arabe deux fois 1998 et 1999,
Trois fois vainqueurs de la Coupe d'Asie des clubs champions : 1999, 2000, 2004.
De son académie sont sortis les deux meilleurs joueurs libanais de tous les temps : Elie Mechantaf et Fadi el Khatib, grâce à qui l'équipe nationale libanaise s'est imposée comme un leader dans la région au basket-ball, surtout avec trois participations à la coupe du monde. Le Liban était classé 18ème mondial au classement établi par la FIBA en 2002, 1er des pays arabes et 2ème d'Asie, en 2016 il n'est que 45ème derrière l'Iran, la Tunisie et la Jordanie.[103]

La mesure consistant à réduire le nombre des équipes participants à la ligue professionnelle de basket-ball, a eu pour conséquence d'augmenter les droits de retransmission des matchs de première division à la chaîne de télévision LBCI. En 1999, ils at-

[101] Salim Chemali est l'entraineur de l'équipe nationale libanaise de la catégorie moins de 16 ans
[102] Entretien avec Ghayath Dibra et Tony Khalil en 2015
[103] http://www.fiba.basketball/fr/rankingmen

teignent un million US$[104] ce qui est à considérer comme une réussite et révèle combien ce marqueur est pertinent. 2005 marqua le début d'un déclin du basket-ball libanais lorsque qu'Antoine Choueiri se retira. C'est bien en développant l'attractivité que cet indicateur manifeste toute sa pertinence. Alors qu'en 2010 les droits de retransmissions de la ligue libanaise de basket-ball tombent à 600 000 dollars américains, ils ne sont plus que de 250 000 dollars américains pour la saison 2016-2017.[105] Ces chiffres viennent appuyer l'avis des spectateurs et des joueurs professionnels libanais qui s'expriment dans notre enquête.

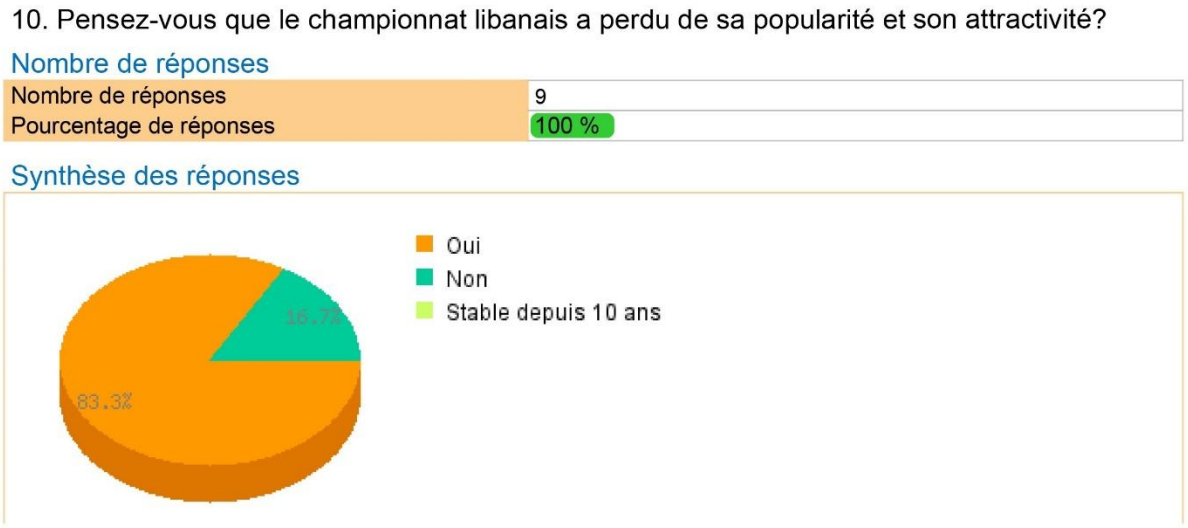


Figure 3 : Questionnaire adressé aux joueurs professionnels libanais en Août 2015.

Dans le questionnaire s'adressant aux joueurs professionnels libanais, on demande si l'attractivité de notre ligue de basket-ball a perdu en popularité. 83% des répondants considèrent que oui.

L'époque d'Antoine Choueiri était la plus florissante pour le sport au Liban et le basket-ball en particulier. Il a investi massivement dans les équipes locales et pour l'organisation des compétitions arabes et asiatiques. D'après Nadim Nassif, ces facteurs peuvent être considérés comme suffisamment déterminants dans l'évaluation du succès d'un sport dans un pays.

Autre conséquence : cette stratégie a attiré et augmenté le nombre des sponsors présents dans le basket-ball libanais, tant dans le pays qu'à l'international. Mais parallèlement à des fins politico-religieuses, leaders politiques et communautés religieuses, ont voulu profiter de la notoriété du basket-ball. Cela n'a pas duré longtemps et les

[104] Nadim Nassif, 2013.
[105] Entretien avec Ghayath Dibara 2015. Les droits de retransmissions ont été déjà vendus pour la saison 2016/2017.

équipes se sont retrouvées devant de graves problèmes financiers. Dans l'entretien avec Ghayath Dibra mentionné plus haut, celui-ci affirme également que le basket-ball libanais a atteint son pic de popularité en 2006 au moment où les chaînes de télévisions privilégiaient la transmission des matchs de basket-ball aux débats politiques qui se déroulaient au même moment.

Mais depuis 2007, la popularité de la ligue baisse considérablement auprès des libanais. En effet, le Liban enchaine les mauvais résultats, le niveau de jeu baisse et l'implication politico-religieuse dans le basket-ball devient récurrente. Ajoutez aussi à cela les sanctions adressées par la FIBA en 2013. En effet, cette dernière a sanctionné la Fédération Libanaise de basket-ball pour une accumulation d'ingérences politiques et judiciaires dans le championnat local. Le Liban, a été suspendue de toute participation à une compétition officielle.[106]

La deuxième conséquence a été l'arrivée de nouveaux sponsors. Ces derniers sont dans leur majorité des entreprises de boissons telles que XXL (équivalent de Red Bull), Gatorade et Pepsi. Mais on trouve aussi des assurances et des banques : en 2011 le championnat portait le nom de « BANKMED FLB League ».

b- Le cas de Pepsi Cola

En 2014-2015, Pepsi Cola, la grande marque américaine de boissons devient le sponsor officiel de la ligue libanaise de basket-ball, ce qu'on appelle le « naming sportif », « Pepsi Lebanese Basket-ball Championship ».

Dans le paragraphe qui suit, il s'agit de montrer les influences du Liban sur le sport mondial, à travers cet exemple de Pepsi et de son choix pour ce pays.

Pourquoi un tel intérêt de cette grande multinationale pour un si petit marché ? Pourquoi sponsoriser un championnat dont la popularité est en déclin ? Certes, Pepsi est la boisson la plus vendue au Liban avec 70% des parts du marché[107]. Que cherche alors ce sponsor ?

Le Liban au sommet de son ascension battant la Chine en finale de la coupe d'Asie des clubs en 1999, puis s'inclinant devant elle en finale en 2001 durant la coupe d'Asie des nations conduisent les chinois à s'intéresser à la ligue libanaise, son fonctionnement et ses joueurs. Depuis lors, plusieurs joueurs libanais ont signé des contrats avec des équipes chinoises, comme Sabah Khoury en 2009 Qingdao Doublestar

[106] Extrait de : https://www.lorientlejour.com/article/824217/la-federation-libanaise-de-basket-ball-officiellement-suspendue-par-la-fiba.html

[107] Entretien avec Joseph Zakaria en 2016, vice-président Pepsico au Moyen-Orient.

Eagles, et Rony Fahed 2009-2012 avec Tianjin Ronggang , et Fadi el Khatib avec Fujian. Le basket-ball est désormais l'un des sports phares en Chine, son championnat local, la CBA sorte de NBA du pauvre» selon l'entraîneur de Nanterre Pascal Donnadieu, offre aux joueurs étrangers une grande visibilité (27,1 minutes/match en moyenne en 2015-2016)[108], deux tiers des étrangers de CBA (40/60) étaient américains durant cette saison. Les autres pays représentés par leurs joueurs étaient de Taïwan, Iran, Nigeria, Uruguay, Liban, Palestine, Jamaïque, Ukraine, Haïti, Canada et Porto Rico (Marciniak, 2016).

En effet la Chine regarde le championnat libanais à cause de la qualité de son jeu et sa popularité, car celui-ci, au niveau continental et régional, vient se placer en deuxième position en termes de notoriété, juste derrière la CBA Chinoise.[109]
L'entreprise Pepsi usant de son sponsoring du championnat libanais chercherait donc à atteindre le public chinois. La compétition avec sa marque rivale Coca-cola est très serrée et cela lui permettrait d'augmenter sa visibilité sur un marché où elle n'arrivait pas à s'implanter (Henry, 2015).
En regardant le tableau ci-dessous, l'on constate que, dans le marché mondial, Coca-Cola est largement dominante avec 24,6% sur Pepsi (10,3%). Cette domination est semblable sur le marché chinois mais l'écart se réduit avec Pepsi : 24,6% pour Coca-Cola et 20,1% pour Pepsi.

Tableau n°20 : Brand shares of Coca-Cola and Pepsi in China From 2008 to 2010 in the cola market[110]

	2008	2009	2010	Change
World average 2010 : 87,8 billion liters, 2015 CAGR market growth : +1,7%				
Coca-Cola	24,,6%	24,5%	24,6%	0%
Pepsi	10,,6%	10,6%	10,3%	-0,3%
China 2010 : 4,5 billion liters, 2015 CAGR market growth : +0,8%				

[108] Statistique tirée du site de la CIES International Centre for Sports Studies.
[109] Interview avec Ghayath Dibra, 2015.
[110] SURRENDER TO THE SOCIAL MEDIA DILEMMA! Even marketing giants struggle to make it work. Fang Liu and Dr. Willem Smit -July 2011

Coca-Cola	25,,3%	25,0%	24,6%	-0,7%
Pepsi	21,,8%	20,6%	20,1%	-1,7%

Il est encore prématuré de connaitre les retombées de l'investissement que Pepsi a entamé dans le sport au Liban, et de voir les effets sur les ventes de l'entreprise en Chine. Avec 1,3 milliard d'habitants, son marché est très vaste et les opportunités d'affaires y sont florissantes.

Ce cinquième indicateur parlait de l'attractivité de la ligue libanaise de basket-ball, des mesures mises en œuvre à cet effet et leurs conséquences. Ces mesures ont mis en évidence l'attrait des sponsors tant nationaux qu'internationaux. Nous avons accordé une place particulière à la stratégie d'Antoine Choueiri qui a compris que la qualité et les performances de la ligue passaient par une réduction du nombre des équipes. Cette stratégie a été payante et a eu des conséquences positives : l'amélioration du niveau du jeu, la fréquentation des tournois, la rénovation des infrastructures, une nouvelle politique d'investissement dans ce sport, une professionnalisation qui a attiré les joueurs de haut niveau, et une augmentation de la couverture médiatique avec les recettes qui en découlaient. Mais nous avons retenu aussi les conséquences négatives de ce succès : la confusion du politico-religieux et du sportif, allant jusqu'à faire des matchs des lieux de conflits et de bagarres. Cet indicateur reste un marqueur important de ce que la mondialisation du sport peut apporter de positif et de négatif.

3.7 La diaspora libanaise

Le sixième indicateur porte en lui une originalité spécifique. La population libanaise compte approximativement 4 millions d'habitants, celle de sa diaspora représente trois fois plus (Heyberger et Girard, 2015). Et la synergie qui relie ces deux ensembles constitue notre indicateur comme facteur propre à notre approche de la mondialisation. En effet, la taille importante de la diaspora, sa présence dans les différentes parties du monde, ses implications socio-économiques, en font un phénomène qui est au cœur de notre problématique. Il est particulièrement intéressant d'en mesurer les impacts entrants et sortants.

L'une des formes les plus révélatrices de la mondialisation existant depuis des siècles, est la migration humaine. La diaspora libanaise le reflète particulièrement car elle est l'une des plus grandes diasporas au monde par son ancienneté et son ampleur. Les Libanais de la diaspora mobilisent leurs ressources financières et culturelles, au service de leur pays d'origine. Leur capacité à s'intégrer leur permet d'exercer une influence dans les pays d'accueil, et parallèlement leur attachement à leur patrie les dispose à s'impliquer dans l'évolution de leur pays d'origine. C'est pourquoi le phénomène de la diaspora libanaise intéresse de plus en plus les chercheurs.

Le spectre de cette diaspora se caractérise par son ampleur. Selon certaines estimations aujourd'hui les trois quarts des membres de cette diaspora, se concentrent dans les deux Amériques, dont 10% aux États-Unis, 10% en Argentine, 40% au Brésil. Le reste est réparti entre l'Afrique, l'Australie, l'Europe et les pays du Golfe (Saikal, 2016).

L'évolution politique durant ces dernières années a gravement affecté l'économie intérieure du pays qui reposait sur le tourisme, affaiblissant en particulier le pouvoir d'achat de ses habitants. Les transferts d'argent de la diaspora ont permis d'apporter un soutien aux membres de leurs familles au Liban. Cela a révélé combien cet apport financier a permis d'éviter un effondrement. Afin de mieux comprendre cet impact, il s'agira d'analyser le tableau ci-dessous qui est un classement des pays d'où viennent les fonds les plus importants de la diaspora.

a- Le poids socio-économique de la diaspora libanaise

Tableau n°21 Principaux pays bénéficiant d'envois de fonds en 2015 (milliards de dollars)

Inde	27	Pakistan	6.1
Chine	25.7	Indonésie	6.0
Mexique	25	Egypte	5.9
Philippines	17	Maroc	5.7
Roumanie	6.8	Liban	5.5
Bangladesh	6.4	Pologne	5.0

Source: Migration and Remittances Factbook, The World Bank

En tête de ce tableau figure l'Inde et la Chine. La diaspora indienne bénéficie de sa réussite dans le domaine des nouvelles technologies surtout aux Etats-Unis, et elle contribue largement au développement économique de l'Inde en y transférant vingt-sept milliards de dollars chaque année. Quant au PIB de la diaspora chinoise d'environ cinquante millions de personnes, il constitue 68% du PIB de la Chine en rapportant au pays plus de vingt-cinq milliards de dollars par an.
Le Liban, occupant l'avant dernière position avec seulement 5,5 milliards de dollars de contribution, est en fait le pays qui rapporte le plus. Cet apport reparti sur 4 millions d'habitants représente 1375 dollars par personne chaque année. L'apport de la diaspora indienne ne produit que 21 dollars par personne chaque année à cause de sa nombreuse population. Cela justifie l'importance que nous accordons à l'étude de l'influence de la diaspora libanaise.

Voici une liste des personnalités connues de la diaspora libanaise dont il est révélateur de voir que les sportifs tiennent une place de premier plan pour garantir la renommée de ce pays :

Sportifs

Rony Seikaly (1965-…), joueur de la NBA durant les années 1990 il était à Orlando Magic l'ailier fort à côté de Shaquille O'neil.

Roda Antar (1980-…), ancien milieu de terrain du club Allemand SC Fribourg

Miguel Layun (1988-…) joueur de football actuel, ses parents sont libanais émigré au Mexique. Il joue pour l'équipe nationale mexicaine et le Fc Porto.

Márcos Baghdatís (1985-…), joueur de tennis chypriote-libanais (meilleur classement mondial : 8e en 2006)

Tony Kanaan (1974-…), pilote automobile brésilien de père Libanais (remporte le championnat d'Indy Car 2004)

Faryd Mondragon (1971-…), Ancien Gardien de l'équipe nationale colombienne de football

Mário Zagallo (1931-…), footballeur brésilien

Felipe Nasr (1992-…) pilote de formule 1 actuellement chez Sauber, brésilien d'origine libanaise.

Cinéma

Omar Sharif (1932-2015), acteur égyptien, d'origine libanaise (son vrai nom est Michel Shalhoub)

Salma Hayek (1966-...), actrice-réalisatrice mexicaine de parents libanais.

Hommes d'affaires

Carlos Ghosn (1954-...), PDG de Renault et de Nissan (Ghosn veut dire branche d'un arbre).

Nicolas Hayek (1928-2010), président du groupe horloger Swatch Group et créateur de la Smart

Carlos Slim Helú (1940-...), l'homme le plus riche du monde depuis 2010 selon *Forbes*

Stylistes

Elie Saab (1964-...), créateur de mode

Zuhair Murad (1971-...), créateur de mode

Divers

Rima Fakih (1985-...), Miss Michigan et Miss USA 2010

René Angélil (1942-2016), agent artistique et mari de Céline Dion. Sa mère est d'origine libanaise.

Andrée Chedid (1920-2011), poétesse et romancière français

Léa Salamé (1979-...), journaliste et présentatrice.

Musicien et chanteurs

Paul Anka (1941-...), auteur-compositeur-interprète canadien, naturalisé citoyen des États-Unis.

Mika (1983-...), chanteur libano-américain

Shakira (1977-...), auteur-compositeur-interprète colombienne d'un père libanais

K-Maro (1980-...), chanteur canadien de R'n'B

Massari (1980-...), chanteur

Vient s'ajouter à cette liste le médecin Michel Dabaghi qui est le premier à implanter, en 1966, une assistance ventriculaire gauche à un patient en défaillance cardiaque. Son expertise médicale l'a conduit à opérer ou superviser l'opération de plusieurs hommes d'Etat dont le roi Léopold III, de Belgique et plus récemment (novembre 1996) le président Russe Boris Eltsine.[111] En 1992, l'ancien président américain Bill Clinton, met l'accent sur le rôle important qu'a joué la diaspora libanaise dans l'histoire des Etats-Unis dans le domaine de la médecine, le commerce, l'art, le sport…

b-La diaspora libanaise, le football et le basket-ball:

L'influence de la diaspora s'est traduite dans le domaine du sport, notamment dans le football et le basket-ball, mais pas exclusivement. Durant la Coupe d'Asie de football de 2000, cinq joueurs étaient brésiliens d'origine libanaise : Jadir Morgenstern, Newton De Oliveira, Gilberto Dos Santos, Marcelo Silva et Luis Fernandes. Le Liban ne s'est pas qualifié pour les phases finales de la coupe d'Asie, mais les joueurs de la diaspora se sont impliqués dans le championnat libanais durant les cinq années qui ont suivi cette coupe. Cela concerne notamment Pierre Issa l'ancien joueur de l'Olympique de Marseille et de l'équipe nationale de L'Afrique du Sud, qui a joué de 2002 jusqu'à 2005 à l'Olympique Beyrouth, et Badwi Farah le défenseur central de l'équipe nationale libanaise en 2003-2004 est un Australien d'origine libanaise.
Un autre cas est celui de la fédération libanaise de basket-ball qui vers le début des années 2000, a lancé une campagne qui appelle les joueurs d'origine libanaise évoluant dans des ligues étrangères à venir jouer dans son championnat. Cet appel a été entendu par l'arrivée du joueur de la NBA Ronald Fred Seikaly, l'arrivée de Paul Khoury du royaume de Tonga en Polynésie, Charbel Chibani et Ali Mahmoud, Charles Bardawil du Canada, Marwan Ali Ahmad de la France, Brian Bechara, Ali Haidar, Mohammad et Ahmad Ibrahim, Matt Freijé, Sabah Khoury, Hani El Zakhem des Etats-Unis d'Amérique, Julien Kazzouh de l'Australie et bien d'autres.
En effet, ces athlètes ont contribué fortement au succès du basket-ball au Liban, au niveau économique et social. Leur arrivée au championnat et en équipe nationale a attiré beaucoup de sponsors et de nouveaux investisseurs. La réaction des libanais ne s'est pas faite attendre en manifestant son enthousiasme pour ce sport. D'après

[111] http://www.biography.com/people/michael-debakey-9269009

Ghayath Dibra, de 2000 à 2006, les téléspectateurs de la diaspora constituaient la plus grande partie de l'audience.
Vient s'ajouter à l'accueil de ces joueurs, la perspective de naturalisation d'autres joueurs. Cela concerne Joseph Vogel, joueur américain choisi pour la NBA en 1996, qui a attiré l'attention des libanais en jouant dans l'équipe saoudienne contre l'équipe Sagesse libanaise. Lors de son intégration à l'équipe nationale celle-ci a pu se qualifier en coupe du monde à Indianapolis (2002).

Cet apport a rendu la préparation plus sérieuse et a permis à l'équipe nationale d'obtenir de bons résultats et de s'imposer comme l'une des meilleures équipes tant dans le monde arabe qu'en Asie.

c- Le cas du nageur Wael Koubrously :

Après avoir vu la place de la diaspora dans le football et le basket-ball, un autre exemple nous a été donné au hasard d'une rencontre à Paris en avril 2015. Wael Koubrously, nageur professionnel est d'origine libanaise, est l'un de ces représentants défendant son pays au cours des Jeux Olympiques 2008 et 2012. Dans un entretien, il révèle avoir développé sa passion pour ce sport dans un club de Beyrouth (Al Manara). Une médaille d'argent aux Jeux Arabes du Caire 2007 lui ouvre l'accès aux J.O. de Pékin. Ses performances attirent l'attention le regard de Christos Paparadopoulos, l'entraîneur d'Hugues Duboscq[112] du club du Havre qui lui propose de préparer les J.O. de Londres. Cela ne lui a pas permis de trouver un sponsor, ni de soutien financier et moral de son pays et de la fédération libanaise de natation. Le fait de vivre en France lui a permis de décrocher son master en marketing international et de se *qualifier aux J.O.de Londres, mais pas de trouver de sponsor.*
Il rentre au Liban et la banque Audi voulant s'implanter en Europe, trouve en lui un produit marketing intéressant et signe un contrat de 10000 dollars américains (8500 euros) par an. Bien que la natation ne soit pas un sport populaire au Liban cet exemple permet de voir qu'un membre de la diaspora peut donner à une entreprise libanaise la possibilité de se développer à l'international, et qu'un libanais de la diaspora peut bénéficier d'un soutien extérieur à son pays pour promouvoir sa discipline.

[112] Plus de 40 titres de champion de France, détient le record européen des 100 mètres brasse.

La première photo montre le champion libanais aux jeux de Pékin sans sponsor, et la deuxième avec son nouveau sponsor Bank Audi qui s'est implanté finalement en France en 2015.

d- Le cas du Rugby à XIII

Le Rugby à XIII sous la pression de la fédération internationale s'est implanté au Liban.[113]

En 1997 à l'instigation d'un groupe de professionnels australiens d'origine libanaise est formée une équipe de Rugby : « The Cedars» ou les cèdres, qui souhaite représenter le Liban en Coupe du monde organisée en France et en Angleterre en 2000.

La fédération internationale accède à ce souhait à la condition de créer une ligue libanaise de rugby. En 2002, la fédération internationale envoya Danny Kazandjian un joueur anglais d'origine libanaise, pour aider au développement du Rugby au Liban.

D'après Nadim Nassif, les Libanais de la diaspora peuvent représenter un atout technique autant que les joueurs internationaux naturalisés, puisqu'ils ont effectué leur formation dans des pays « sportivement » avancés. L'équipe libanaise de rugby représenta le Liban en coupe du monde 2000 et devient la première équipe nationale à participer dans une phase finale de coupe du monde.

En utilisant simplement les infrastructures sportives des universités tel que l'AUB (American university of Beirut), la NDU (Notre Dame university), les membres de la diaspora ont mis en place une stratégie qui leur a permis de créer une fédération, une équipe nationale et une participation en coupe du monde. Les liens sur place ont été d'un grand secours (famille, résidence, etc.).

[113] Le rugby à XIII a été intégré en Australie en 1908 et est devenu le sport national hivernal avec le football australien.

Au terme de l'exposé de cet indicateur nous voyons que la diaspora constitue un acteur principal dans la mondialisation du sport professionnel. Elle met en exergue à la fois une image dynamique du Liban et permet à celui-ci de bénéficier du savoir-faire occidental. Elle offre la possibilité de promouvoir des sponsors à l'international et aux Libanais de développer leurs compétences. Elle joue le rôle de soutien financier auprès des familles restées au pays. Mais l'un des effets négatifs majeurs qu'elle provoque, c'est l'encouragement des jeunes talents à s'expatrier.

3.8 La médiatisation du sport professionnel au Liban

Notre dernier indicateur le septième est constitué par une réflexion sur la médiatisation de plus en plus grande du sport professionnel au Liban. Le grand rôle que jouent les médias dans l'accélération du phénomène de la mondialisation fait de cet indicateur l'un des plus importants.

a- Les chaines de télévision et le confessionnalisme

Le rôle des médias nationaux pour la diffusion du sport local en direction de l'extérieur, devient majeur et en écho les médias internationaux au Liban gagnent en audience. Dans le pays, rappelons-le, le confessionnalisme s'est infiltré dans la sphère politique et dans d'autres domaines, a pris de plus en plus de l'ampleur à l'issue de la guerre civile en 1990. Les chaînes privées qui ont vu le jour se sont données pour cible commerciale les appartenances religieuses : chrétienne, sunnite, chiite…

Les chaînes télévisés LBCI et MTV appartenant aux « Forces libanaises » se sont tournées vers la communauté chrétienne, « Future TV » fondée et financée par l'ancien premier ministre Rafik Hariri a supporté l'idéologie du parti « Futur » et de la communauté sunnite, la chaîne « Al-Manar » appartenant au Hezbollah s'est tournée vers la communauté chiite, tout comme « NBN TV » du parti « Amal ». Quant à « OTV », fondée par le président de la république actuel Michel Aoun soutient l'idéologie du « courant patriotique libre » de tendance laïque. Cette répartition qui s'est d'abord appliquée au basket-ball, s'est étendue aux chaînes de télévisions aux journaux.

Une analogie peut être faite avec ce que rapporte en 2009 l'article intitulé : « Le marché des chaînes "ethniques" commence à émerger » publié dans le journal « le Monde » du 13 Août 2009. Cet article révèle combien la diversité ethnique a été prise

en compte par les chaînes spécialisées qui ont ciblé les communautés étrangères du pays : le bouquet « Grande Muraille » pour la communauté chinoise en France, puis le bouquet africain, prouvant qu'il existait un marché des chaînes payantes destinées principalement à certains types de populations.

b- Stratégies de diffusion

Avant les années 2000 les Libanais suivaient les chaînes nationales. Le privilège de bénéficier des chaines internationales était réservé aux familles riches pouvant s'acheter des paraboles. La chaine LBCI[114], LBC à l'époque, était incontestablement, la chaîne numéro 1 au Liban. Créée durant la guerre libanaise pour soutenir les idées des Forces libanaises, mais depuis est devenue moins partisane et a gagné de la popularité dans le monde arabe. Plus tard on a rajouté le « I » à LBC, qui signifie internationale. Depuis, elle émet en plusieurs versions destinées à ses différents publics (libanais, arabe, européen, australien) et adopte des programmes tels que *Survivor*, *Star Academy*, *La Ferme Célébrités, Fort Boyard*. Cette chaîne est souvent considérée comme la seconde du monde arabe pour ses revenus, après la chaine MBC basée à Dubaï, surtout après l'entrée au capital du prince Al-Walid ben Talal. [115]

Ce qui attire les investisseurs, c'est la liberté d'expression des médias libanais dans un régime démocratique. Ils font du Liban l'un des pays les plus ouverts de la région.

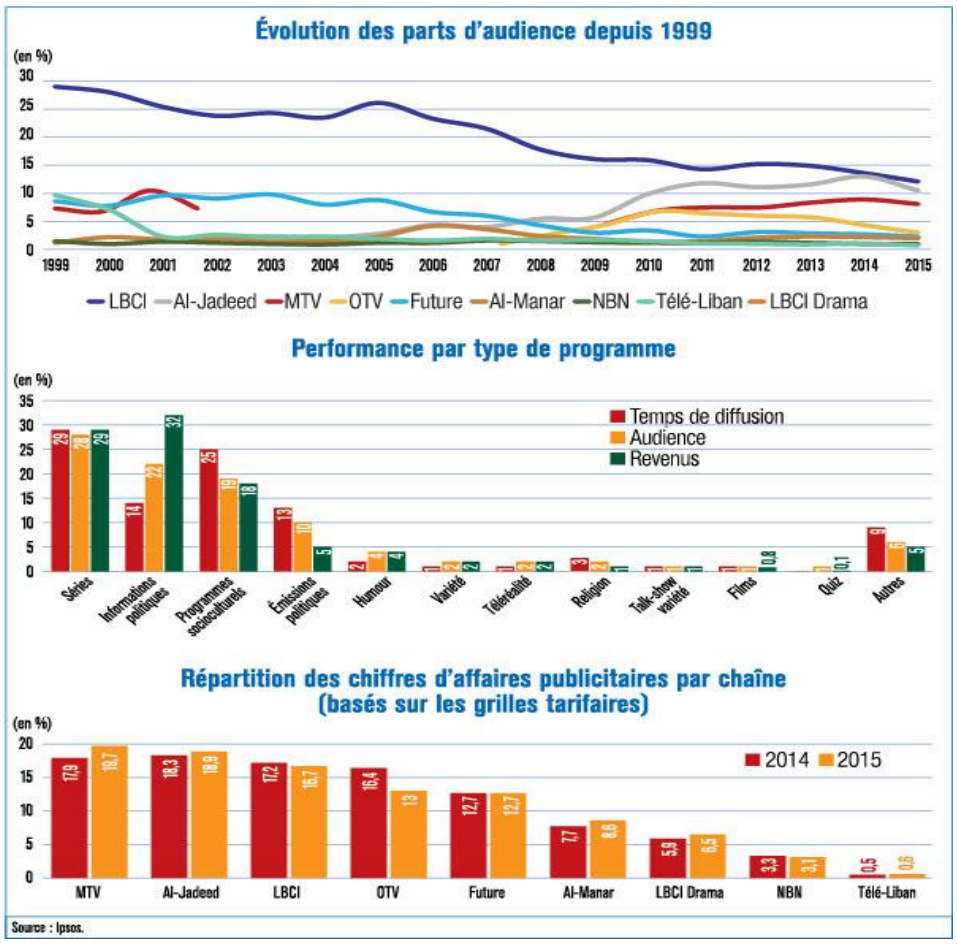
Avant que s'ouvre la course aux droits de diffusions des compétitions sportives entre les médias, les chaînes libanaises se sentaient protégées et épargnées par la concurrence, et se partageaient ces diffusions.
La LBCI diffusait la ligue libanaise de basket-ball, la ligue des champions et les coupes du monde de football. La Future TV diffusait la ligue libanaise de football et la Formule 1 juste après la fermeture de la chaîne MTV à cause des dictateurs syriens qui l'ont forcée à fermer ses portes.[116]

c- Les audiences et les répartitions

[114] Lebanese broadcasting corporation.
[115] Interview avec Ghayath Dibra. Al Walid Ben Talal est un homme d'affaires saoudien, né d'une mère libanaise.
[116] La réouverture de la MTV, « chaîne de la majorité silencieuse » en ligne sur : http://www.baldati.com/wallposts.php?action=viewNewsPost&newspostId=902

Pour mesurer les audiences au Liban, l'entreprise Stat-Ipsos s'appuie sur un éventail de 651 foyers, soit 2 689 individus, répartis sur l'ensemble du territoire et représentatif de tous les âges et toutes les catégories socio-professionnelles. Chaque foyer disposant en moyenne de 1,84 poste de télévision, l'étude s'appuie sur 1 197 décodeurs. Ils ne prennent pas en compte les personnes regardant la télévision sur Internet ni les étrangers, et notamment les plus d'un million de réfugiés syriens enregistrés auprès de l'Onu au Liban. C'est la LBCI qui sort gagnante du classement par chaînes. Avec 12,1% de parts de marché en 2015, elle reste la chaîne préférée des Libanais, on parle de 12% d'un marché de 4 millions d'habitants, et ce depuis les premiers sondages d'Ipsos en 1999. Suivent al-Jadeed et MTV avec respectivement 10,5% et 8,1%, OTV 3%, Future TV 2,3%, Manar 2%, puis NBN, et Télé-Liban.[117]

Schéma n°8 : Audience médias au Liban



Le sport ne figure même pas dans les statistiques en tant que type de programme, il est pris en considération dans « Autres ». Les médias libanais traversent une grave

117 La télévision reste la reine incontestée des médias libanais. En ligne sur : https://www.lecommercedulevant.com/article/25988-la-tlvision-reste-la-reine-inconteste-des-mdias-libanais

crise financière, Julia Cagé économiste française a publié en 2015 aux éditions du Seuil le livre intitulé « Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie » car elle est persuadée que les médias sont en crise, à cause du tarissement d'une de ses sources de financement les plus importantes qui est la publicité. Aujourd'hui le sport est devenu un support de premier plan pour la publicité et la concurrence entre les chaines pour obtenir les droits de diffusions des plus grandes compétitions sportives s'est amplifiée (Laurent, 2017). L'arrivée de la parabole et l'accès aux chaines internationales à provoquer le déclin des télévisions nationales et entrainer la perte de droits de retransmissions des évènements sportifs majeurs. Cela est illustré par l'étude de quelques cas que nous abordons maintenant.

d- Etude de cas : la formule 1 et le basket-ball

-La formule 1

La MTV diffusait la formule 1 et les sports mécaniques qui attirent largement le public libanais. En 2001, Solidaire groupe appartenant à la famille Hariri, prévoyait construire un circuit automobile dans le Centre-ville de Beyrouth dans le but d'organiser les courses de Formule 1 au Liban. Le projet étant de faire du circuit de Formule 1 de Beyrouth le seul Grand Prix urbain à l'exception de Monaco. Plusieurs investisseurs ont présenté des projets en bonne et due forme. Le dernier en 2003 un projet qui a été examiné par le prince Albert et l'ancien premier ministre libanais Rafic Hariri. Un grand prix de formule 1 au Liban en 2003 avec l'aide de Monaco, est un projet qui ne s'est jamais concrétisé. Le projet de cet ancien premier ministre libanais assassiné en 2005, a ouvert les yeux des pays du Golfe, qui ont réalisé leurs propres circuits. Ces petites monarchies arabes de la région ont voulu déployer une stratégie sportive internationale, un développement à travers le sport, une stratégie de diversification économique. Cette idée était la bienvenue pour les responsables de ces pays, une stratégie qui les prépare à la fin de la manne pétrolière. Aujourd'hui les grands prix de formule 1 ne sont diffusés que sur la chaine qatari « BeIN sport ».

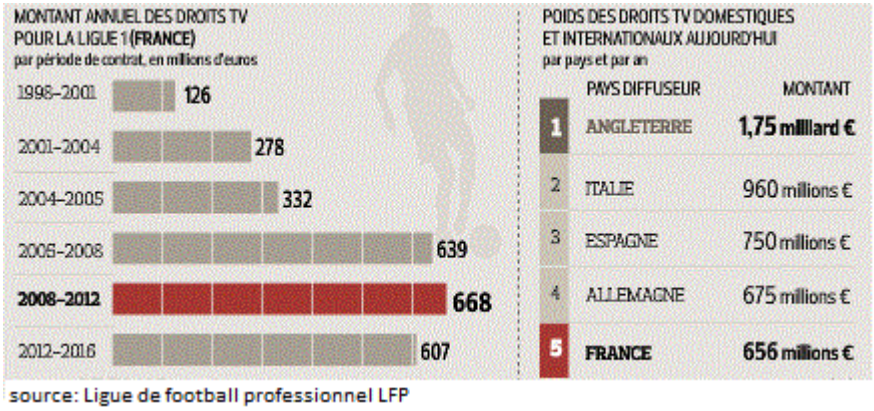
-Le basket-ball

En 1999 quand le basket-ball libanais attirait plus de 5 millions de téléspectateurs, la chaîne LBCI acquiert les droits de retransmission des matchs de première division à un million US$ (900 milles euros), en 2016 à 200 mille euros.[118]
La même année, pour l'organisation de la coupe asiatique de basket-ball, le budget atteignit 1284000 US$ (1 million 100 mille euros) et 469 spots publicitaires furent vendus pour l'occasion. Une simple collaboration entre la chaine LBCI et le coach de l'équipe Sagesse Ghassan Sarkis rapportait de l'argent aux deux parties. Ce dernier avait bien compris le jeu du marketing sportif, il prenait des « temps morts » non nécessaires par rapport au déroulement du match, pour permettre à la chaine de faire passer les publicités et augmenter davantage les recettes. Cette pratique est aujourd'hui dépassée à cause des revenus dérisoires qu'elle produit.[119]

e- L'importance de la taille du marché :

Ci-dessous un tableau comparatif des droits TV du football européen. Nous pouvons remarquer la différence de la taille du marché ainsi que le montant versé par rapport aux droits de la ligue libanaise de basket-ball.

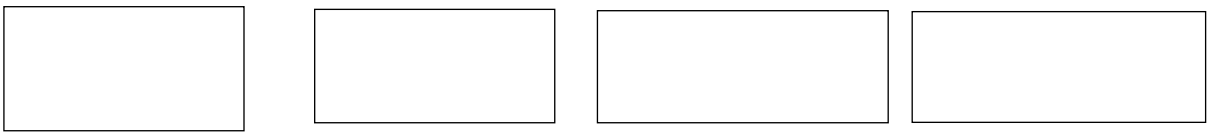
Tableau n°22 : tableau comparatif des droits TV du football européen



Afin de remédier à la déficience de la taille du marché sportif, Antoine Choueiri prend conscience du potentiel inexploité des médias au Moyen-Orient. Pour lui sport et medias, comme disent les américains est un « Win-Win situation » gagnant-gagnant : les pays du Golfe sont riches en pétrodollars, mais le niveau de leurs investissements dans le sport et dans la publicité était très faible à l'époque.
Antoine Choueiri essaye d'y remédier en créant des supports publicitaires : c'est ainsi qu'il est à l'origine en 1983 du concept de la vente d'espaces publicitaires sur vidéocassette, et surtout qu'il commercialise en 1984 le premier réseau d'affichage d'Arabie

[118] Interview avec Ghayath Dibra, 2015.
[119] Entretien avec Tony Khalil en septembre, 2016.

saoudite via la société Arabian Outdoors. L'importance économique et sociale de son projet de ligue de basket-ball arabe à l'instar de la ligue des champions en Europe, n'a pas convaincu les responsables de la région. Dans sa vision le schéma ressemblait à cela :



Antoine Choueiri était persuadé que le basket-ball était un très bon produit à commercialiser et à développer, sa stratégie est un exemple à adopter dans les autres pratiques sportives.

Son marché, était d'abord le monde arabe qui compte approximativement 400 millions de personnes. Mais sa vision était d'attirer par la suite les téléspectateurs du monde entier en élevant le niveau du jeu, en recrutant des joueurs américains, européens et chinois.

Les sponsors qui sont potentiellement toutes les grandes entreprises nationales et internationales, étaient intéressés à faire parvenir leurs produits à ce grand marché du monde arabe par le biais des médias pour rendre visibles leurs marques.

Les médias serviront à diffuser la ligue en premier lieu, et de faire passer les publicités des entreprises en second lieu, mais aussi d'augmenter les droits télévision à travers la compétition qui s'installera entre les chaînes qui veulent diffuser la ligue. Ça sera comme une vente aux enchères.

Mais soit ce projet n'a pas séduit les grands responsables du monde arabe soit les riches pays du Golfe préféraient s'orienter vers le savoir-faire européen. C'est à ce moment-là que s'est amorcé le « divorce » entre les pays du Golfe et le Liban.

Telle était la situation du sport et les chaînes de télévision libanaises juste avant l'émergence des grandes chaînes tel que Aljazeera sport (BeIN sport), NBA TV et autres.

f- L'émergence d'Aljazeera sport (BeIN sport)

Avant que le Qatar et les Emirats ne s'ouvrent à l'Europe, le Liban était leur destination touristique, économique et sociale. Beyrouth représentait un milieu social libre pour les émirats. Ils se sont intéressés à la topographie du pays pour investir dans l'immobilier, de 1998 à 2006 où la guerre a éclaté d'abord entre le Hezbollah et Israël, et plus tard en Syrie. Ces Emirats ont fait de l'Europe plus précisément la France et le Royaume-Uni leur nouveau champ d'investissement. Bénéficiant alors de leur nouvelle implantation ils ouvrent leur chaine « al Jazeera » à l'international.

C'est à la fin de 2002, qu'«Al Jazeera sport » voit le jour. Cette chaîne est issue du canal « Al Jazeera », dont le nom signifie « l'île » en référence à la Péninsule Arabe. Basée à Doha au Qatar, elle est lancée le 1er novembre 1996, par le cheikh Hamad Ben Khalifa Al Thani, émir du Qatar, qui vient d'accéder au pouvoir en renversant son père.

Pour élargir son audience à l'ensemble du monde arabe, « Al Jazeera » fait appel à des journalistes de tous les pays arabophones, et atteste d'une grande ouverture. Il est le seul media arabe à inviter des responsables politiques israéliens à des débats. Mais depuis le « printemps arabe », la chaîne phare du Qatar a perdu son rôle pionnier pour devenir la voix des nouveaux régimes islamistes (Jonson 2014). Cette nouvelle orientation a amené les dirigeants de la chaine à passer du nom « Al Jazeera sport » à « BeIN Sport », appellation dans la ligne de la mondialisation. Après avoir acquis les droits des principaux championnats de football européens, la chaîne « BeIN Sport » s'offre désormais la NBA.

Quand le Qatar a projeté d'acheter le Paris Saint-Germain en 2006, son projet s'est évanoui à cause de l'opposition des supporters et des principaux actionnaires : Canal+ et la ville de Paris, qui ne voulaient pas signer un contrat avec un Etat non démocratique (Liew, 2013).

En effet, Canal+ voyait le géant « BeIN Sport » arriver en arrière-plan de cet investissement, capable de verser d'énormes montants. Quatre ans plus tard, le président français à l'époque, Nicolas Sarkozy invite à l'Elysée le Cheikh Tamin Bin Hamad Al Thani, et Michel Platini ancien président de l'UEFA, et Sébastien Bazin l'actionnaire majoritaire du Paris Saint-Germain. On estimait que le club perdait 20 millions d'euros chaque année et il fallait absolument le sauver. D'après le journaliste James Dorsey, un accord en trois points était conclu : le Qatar achète le PSG et augmente ses investissements en France. Il était convenu que Michel Platini, membre du comité exécutif de la FIFA voterait en faveur du Qatar pour l'organisation de la coupe du

monde 2022. Enfin la chaîne Qatari « BeIN Sport » aurait la possibilité d'acheter une part des droits de retransmission des matchs de la Ligue 1 en France (Chesnot et Malbrunot, 2014).

Le poids économique et politique des Qataris et de la chaîne « BeIN Sport », a fait céder les Français, mais a eu pour conséquences son monopole sur tous les droits de diffusion du sport au Moyen-Orient. Les chaînes libanaises se sont retrouvées dans l'obligation de payer des droits de retransmission au géant qatari.

Les télévisions libanaises déjà en crise économique subissent cette contrainte et deviennent incapables de retransmettre des émissions suffisamment attractives pour leur public. Celui-ci se tourne alors vers les bouquets auxquels l'arrivée de la parabole lui donne accès. Dans le questionnaire adressé à des téléspectateurs libanais, on observe les résultats suivants :

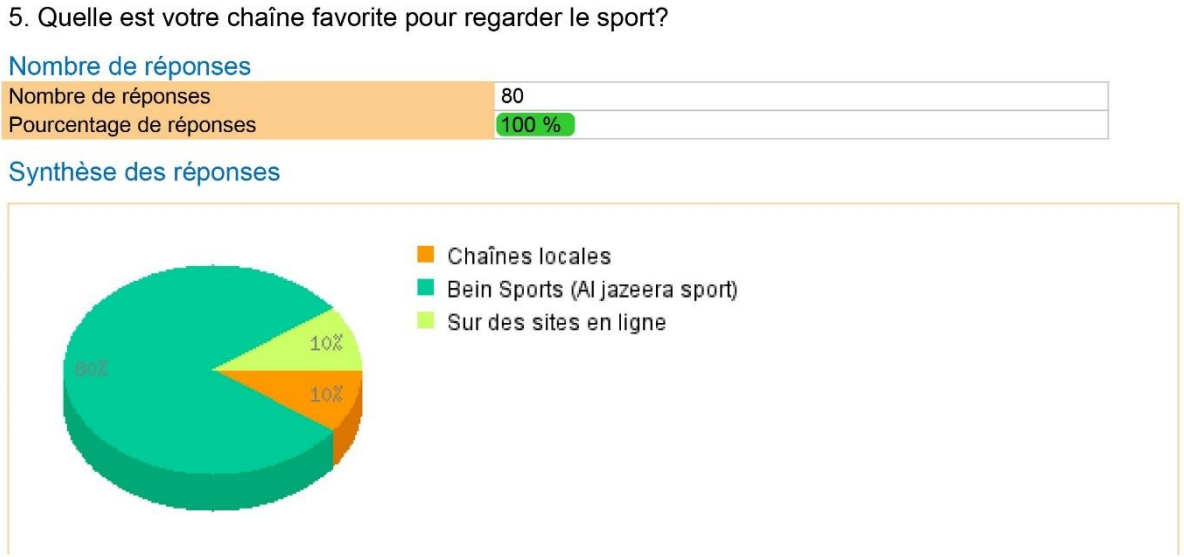


Figure 4 : Résultats tirés du questionnaire, obtenu avec le logiciel SurveyMonkey

Les droits de retransmission de la Coupe du monde dans les pays arabes ont été acquis par « al-Jazeera » en novembre 2009, qui les a rachetés à la chaîne satellitaire saoudienne ART (Arab Radio and Télévision). « BeIN sport » tient les droits exclusifs de la Coupe du monde de la FIFA 2010 et 2014, et de la Coupe d'Afrique des Nations de 2010 à 2016, ainsi que la majorité des ligues de football européennes.

Plusieurs conflits éclatent entre « BeIN sport » et les chaînes libanaises qui n'admettaient pas le fait de ne plus pouvoir diffuser des événements sportifs sans passer par la chaîne Qatari. Celle-ci porte plainte contre la chaîne publique libanaise « Télé Liban » pour avoir diffusé les matchs de la Coupe du Monde 2010 sans autorisation.

Afin de débloquer la situation, l'État libanais a dû verser 800 000 dollars américains à la chaîne qatarie en compensation de la diffusion des matchs de la Coupe du monde 2010.[120]

De plus Paul Ariss, explique que pour pouvoir retransmettre les matchs tout au long de la coupe du monde, les établissements hôteliers quatre étoiles de Beyrouth devaient verser 4000 dollars, 3000 dollars pour les trois étoiles, et 1000 dollars pour les deux et une étoile. En dehors de Beyrouth, ces tarifs sont rabaissés de 40%.

C'est vrai que « BeIN Sport » a balayé tous ses concurrents mais il n'est pas à l'abri car une nouvelle tendance est apparue récemment : le streaming illégal.[121]

Yousef Al-Obaidy, président de « BeIN Sport France » déclare que la lutte contre le streaming est devenue une priorité, l'augmentation des sites de streaming illégal leur cause des pertes financières : soit un manque à gagner de 200 millions euros.[122]

L'indicateur que nous avons intitulé la médiatisation du sport professionnel au Liban, nous a révélé que dans le contexte étudié qu'elle obéissait aux paramètres contraignant du confessionnalisme qui caractérise le pays. Le support médiatique que constituait la télévision répondait à une stratégie de diffusion bien précise dont nous avons fait l'étude. Cette étude nous a amené à examiner les audiences et leurs répartitions sur ce territoire. Dans une étude de cas : celui de la formule 1, nous avons montré comment un projet libanais a influencé les pays du Golfe, et dans l'étude du basket-ball nous avons montré comment une large diffusion était source de manne financière comme nous l'avons dit plus haut. L'étude de l'émergence de « BeIN sport », son arrivée sur le marché a montré comment la chaine qatarie a su se déployer dans la ligne de la mondialisation.

[120] Entretien avec Maroun el Khoury en juillet, 2016.

121« Le Liban paie un droit d'accès à al-Jazeera » en ligne sur : https://www.lecommercedulevant.com/article/15812-le-liban-paie-un-droit-daccs-al-jazeera

[122] « beIN Sports : La lutte contre le "streaming illégal », une priorité. En ligne sur : http://www.ozap.com/actu/bein-sports-la-lutte-contre-le-streaming-illegal-une-priorite/507476

Conclusion du chapitre

Au terme de ce troisième chapitre consacré à l'établissement d'indicateurs, destinés à mieux cerner l'étude de l'impact de la mondialisation du sport professionnel. Ceux-ci nous ont permis de traiter de tous les aspects de la mondialisation, en s'appliquant aux spécificités libanaises. Ces indicateurs se sont fondés sur les travaux de Wladimir Andreff, Jean-François Bourg, Pierre Parlebas, et sur la référence à l'indice KOF. Pour tenir compte des spécificités libanaises, l'étude s'est appuyée sur des entretiens, des enquêtes et observations de terrain. Ces outils de mesure se sont révélés être indispensables à une bonne évaluation et à une prise de décision. La mondialisation peut être étudiée sous des aspects différents. Notre étude retient l'approche socio-économique du sport professionnel.

Le premier des sept indicateurs porte sur le modèle sportif adopté au Liban. Il nous a montré à travers ses trois composantes, combien il était tributaire du passé mais qu'aujourd'hui il est tiraillé entre le modèle américain et les contraintes du communautarisme religieux. La seconde composante va jusqu'à affirmer la prédominance du mimétisme américain dans l'ensemble du comportement des joueurs professionnels libanais. Enfin sa troisième composante retient la nocivité du confessionnalisme religieux dans le sport.

Le deuxième indicateur consacré à l'impact des grands événements sportifs a étudié les retombées socio-économiques de l'organisation et de la participation de telles manifestations. Sous l'aspect économique, il y a eu la rénovation des infrastructures sportives, la multiplication des sponsors, au niveau social le Liban a donné de lui une meilleure image, mais toujours brouillée par l'hégémonie occidentale et la corruption persistante.

Notre troisième indicateur qui s'intéressait à l'observation des ventes des équipements de sport au Liban, se résume en trois mots : ventes, publicités et contrefaçons. Les ventes sont conditionnées par l'organisation des événements, le prix des produits, le comportement des consommateurs et le système du vedettariat. Les publicités à

travers l'exemple de la marque Peak ont montré l'influence du Liban sur l'expansion mondiale de cette entreprise. Les contrefaçons quant à elles, se sont révélées un élément nocif de la mondialisation.

Le mécénat étudié comme quatrième indicateur a été un facteur de promotion pour le basket-ball au Liban. Son étude nous a montré que ce mécénat était tant national qu'international et s'est révélé comme un promoteur puissant de l'amélioration du niveau de jeu comme des implantations commerciales au Proche-Orient. Mais ce mécénat a été dénaturé par l'usage dévoyé du confessionnalisme portant discorde et violence sur le terrain.

Le cinquième indicateur a inspiré l'attractivité de la ligue libanaise de basket-ball. Les recettes médiatiques, le nombre de spectateurs et téléspectateurs, l'importance des sponsors nationaux et internationaux, et la rencontre des populations. Nous avons accordé aussi, une place particulière à la stratégie d'Antoine Choueiri qui consistait à réduire le nombre des équipes, dans l'objectif d'améliorer la qualité et les performances de la ligue libanaise de basket-ball. D'autre part, nous avons retenu aussi les conséquences négatives de cette stratégie, à savoir la confusion du politico-religieux et du sportif, allant jusqu'à faire des matchs des lieux de conflits et de bagarres.

L'avant dernier indicateur fait référence à un acteur spécifique constitué par la diaspora libanaise. L'étude nous a montré que son influence était globale, elle met en évidence à la fois une image dynamique du Liban et permet à celui-ci de bénéficier du savoir-faire occidental. Cette diaspora joue le rôle de soutien financier auprès des familles restées au pays. Mais l'un des effets négatifs majeurs qu'elle provoque, c'est l'encouragement des jeunes talents à s'expatrier.

Enfin le septième et dernier indicateur porte sur la médiatisation du sport professionnel au Liban. Celle-ci s'est étendue comme une toile d'araignée sur l'ensemble du système sportif tant sur la diffusion des événements que sur leurs audiences. Il en est comme le lion de la fable. Le Liban n'est-il pas dans ce contexte de mondialisation le rat qui rapporte une libéralisation dans un système paralysé ?
Ces indicateurs agissent en synergie et sont unis par un dénominateur commun. Ce dénominateur commun découle de l'emprise de la mondialisation sur le sport profes-

sionnel dont nous avons mené l'étude en en limitant le champ d'application à l'exemple libanais.

Chapitre 4 : Résultats et Discussions

Introduction du chapitre

Ce quatrième chapitre présente les résultats empiriques de la recherche. Il vient analyser les indicateurs développés au chapitre précédent. Il fait le bilan de l'ensemble de l'investigation. Le débat qu'ouvre ce chapitre veut répondre à la problématique centrale formulé de la façon suivante : *quels sont les impacts socio-économiques de la mondialisation sur le sport professionnel du Moyen-Orient et de la culture de ces derniers sur l'évolution mondiale du sport*, et aux deux hypothèses que nous rappelons ici :

1- L'intensité de l'impact du sport mondial sur le sport libanais est largement supérieure à l'impact qu'exerce le Liban sur le sport mondial.

   a- La mondialisation et la façon dont elle se manifeste aujourd'hui, favorise la domination du sport moderne occidental sur le sport professionnel au Liban.
   b- La société libanaise est beaucoup plus intéressée par le sport étranger que par le sport local.

2- L'influence du sport professionnel libanais est négligeable à l'échelle mondiale, mais le Liban possède plusieurs atouts mal exploités.

Répondre à ces hypothèses, c'est offrir une analyse et une synthèse de l'ensemble des facteurs qui, d'après les éléments renseignés par la revue de littérature et les relevés sur le terrain (entretiens, questionnaires, observations…), aboutissent aux données nécessaires à évaluer l'impact sur le sport au Liban dans son aspect professionnel, et l'efficacité des stratégies sportives déployées dans le pays et son impact sur le sport mondial.

Nous avons analysé les documents et textes officiels, des articles de journaux et des émissions télévisées. Ensuite les entretiens semi-directifs face à face, par téléphone, par mail et les entrevues informelles non planifiées, enfin nos propres observations. Notre pratique personnelle s'est exercée dans le champ du futsal, du basket-ball et du

tennis de table, pendant une quinzaine d'années. Pour ce qui est du futsal, cet exercice se déroulait dans le cadre de l'université Saint Esprit Kaslik au Liban, jouant avec des équipes donnant accès à la sélection nationale. Il en va de même pour le basketball, évoluant pendant deux ans au sein d'une équipe de deuxième division. Ces différentes expériences nous ont donné d'observer et d'analyser le sport tel qu'il est pratiqué dans les « Ligues universitaires » et les « Ligues professionnelles » du Liban.

La méthode comparative se présente comme un outil excellent pour analyser l'impact de la mondialisation. Comme nous l'avons déjà constaté, les indicateurs que nous avions choisis laissent apparaitre des effets entrants et d'autres sortants. Le fait de les examiner et de les analyser nous permet de dégager des variables qualitatives et d'autres quantitatives.

Émile Durkheim, sociologue français considéré comme l'un des fondateurs de la sociologie(Delas et Milly, 2015)[123], a le plus clairement théorisé l'analyse comparative comme méthode positive. Il écrit : « Nous n'avons qu'un moyen de démontrer qu'un phénomène est causé d'un autre, c'est de comparer les cas où ils sont simultanément présents ou absents et de chercher si les variations qu'ils présentent dans ces différentes combinaisons de circonstances, témoignent que l'un dépend de l'autre. Quand ils peuvent être artificiellement produits au gré de l'observateur, la méthode est l'expérimentation proprement dite.» (Bourdin, 2015, p. 155)

Comme nous avions choisi sept indicateurs au chapitre précédent, ce chapitre vient introduire successivement les résultats obtenus d'une part, en mettant dans l'ordre l'ensemble des informations recueillies et d'autre part, en tenant compte des éléments de la revue de littérature, et en analysant chaque indicateur selon la logique suivante :

1- A quelle conclusion veut aboutir cette analyse ?
2- En quoi va-t-elle servir la problématique de départ et ses hypothèses ?
3-Quels sont les arguments à avancer ? Ont-ils été repris par les grandes références bibliographiques ?

4.1 L'influence du passé colonial sur le Liban : une domination occidentale

4.1.1 Influence française et européenne

L'approche historique amorcée au premier chapitre sur les échanges mondiaux, nous a fait prendre conscience de la réduction du temps et des distances (référence chapitre 1.4), avec les nouveaux accords douaniers l'émergence des multinationales et les nouveaux moyens de transport et de communication. Dans le chapitre deux, cette approche historique a fait l'objet d'une description des caractéristiques propres, qui ont forgé le Liban au cours d'une histoire complexe avec ses conséquences sur le sport professionnel. Le chapitre trois, nous a permis de forger un premier indicateur qui fait référence aux influences du passé.

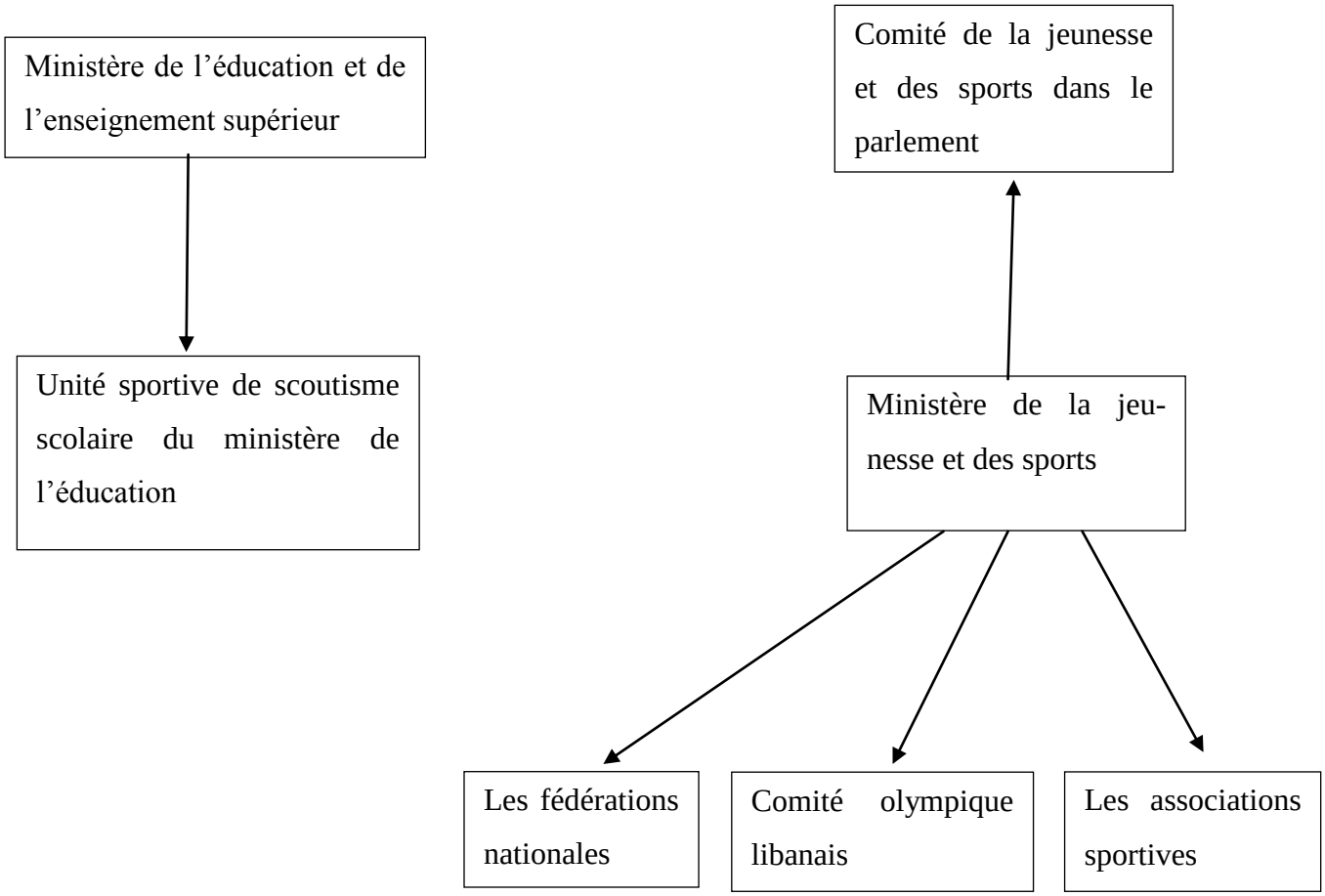
Depuis la proclamation de l'Etat du « Grand Liban » en 1920, sous l'influence française, le Liban développe une identité autonome, mais ce modèle est dès le départ marqué par l'esprit des Lumières même s'il est appliqué à une réalité tout à fait particulière imprégnée de confessionnalisme qui a abouti à l'instauration d'une « démocratie confessionnelle » dans le pays en instituant la communauté religieuse comme base de l'ordre public.

En 1926, le Liban est doté d'une constitution de type libéral, inspirée de la constitution française de 1875 et de la constitution belge, promouvant une meilleure intégration sociale. Ce système politique multiconfessionnel constitue la marque spécifique de la société libanaise, et cette spécificité intervient dans tous les aspects de la société, y compris le secteur du sport. Ce premier impact de l'héritage du passé et de la colonisation, se vérifie dans le fonctionnement actuel du sport au Liban.

Comprendre la complexité de la scène libanaise est un point très important pour pouvoir identifier les amplificateurs et les atténuateurs de la mondialisation du sport professionnel que nous aborderons plus loin.

Le sport est né en Occident, ses pays ont adopté et développé le sport moderne dans le cadre des échanges culturels. Le Liban l'a connu dans le cadre de l'instauration du système éducatif à la française. C'est par ce biais, que le sport a trouvé sa place au sein de ce système et a développé une organisation, et un mode de gestion régis par des règles et des lois d'inspiration française. A sa renaissance le sport professionnel au Liban s'organise en se référant au modèle français.

Schéma n°9 : Structures sportives au Liban



Le ministère de l'éducation élabore les matières d'éducation physique et sportive dans les écoles, et habilite les diplômes des universités. Il délègue l'unité sportive de scoutisme scolaire du ministère de l'éducation qui est responsable de l'organisation des compétitions sportives scolaires.
Le comité olympique représente le Liban dans les jeux régionaux et internationaux, et rassemble les fédérations nationales. Celles-ci organisent les championnats nationaux et représentent le Liban dans les compétitions internationales suivant leur pratique sportive. Les fédérations sont élues par les associations sportives et toutes les deux dépendent du ministère de la jeunesse et des sports qui a le pouvoir de les dissoudre.

L'étude du système sportif libanais apparait particulièrement bienvenue et révélatrice alors que la mondialisation du sport contribue à mettre en relief la corrélation des pays dits développés avec ceux en voie de développement. Jean-Pierre Augustin

(1996) affirme à ce sujet qu'il existe une forte corrélation entre les foyers de création du sport moderne et la mondialisation des pratiques.
A l'origine le système sportif libanais s'inspirait du modèle français. Cette influence s'est élargie à l'ensemble de l'Europe de l'ouest. Il est caractérisé par une structure pyramidale où les fédérations libanaises dépendent directement des fédérations internationales, et doivent respecter ses lois et ses règles.
Une seconde caractéristique du modèle européen se trouve dans le système de promotion et de relégation des équipes.
Wladimir Andreff (2010) souligne que le sport le plus pratiqué dans un pays n'est pas nécessairement le plus populaire ou le plus suivi. Cette théorie s'applique complètement sur le Liban. Dans le questionnaire administré par e-mail, à quatre-vingt-six personnes libanaises de spécialisations différentes, 80% des personnes interrogées ont déclaré suivre la Ligue des Champions de Football, contre seulement 15% le basket-ball américain. Au Liban, cette pratique sportive qui est la plus pratiquée par les libanais, n'est pas la plus populaire.
Au moment où le basket-ball est devenu le sport numéro un dans le pays avec 15000 licenciés, les Libanais maintiennent leurs préférences pour le football européen à la télévision. Les 15 000 licenciés du basket-ball libanais ne constituent que 0,36% de la population libanaise. Comparé aux 2 millions de licenciés de football en France constituant 4% de la population, cette proportion est minime. Mais l'importance d'un sport ne se mesure pas au nombre de ses licenciés, ses paramètres dépendent d'autres facteurs. On ne peut faire abstraction qu'après 25 ans de guerre au Liban, les réformes politiques et économiques successives ont marginalisé l'importance du sport et son organisation publique. L'observation des éléments organisationnels, politiques, économiques et culturels du sport professionnel au Liban accréditent l'idée que son mode de développement obéit à des règles qui lui sont propres.

4.1.2 Vers une « américanisation » du sport au Liban.

L'influence de l'impérialisme occidental ne s'est pas limitée à la période du protectorat français, mais celui-ci a permis l'implantation dans le système éducatif d'autres établissements non français, de type anglo-saxon. C'est ainsi qu'au début des années 30, à l'université américaine de Beyrouth apparaît le basket-ball. Son développement aboutit en 39, au lancement du premier championnat des collèges, en 1951, il devint le premier championnat national. De 1975 à 1993 la guerre arrête toute activité

sportive. Sa renaissance s'est réalisée non seulement en référence à son passé mais grâce à une innovation marquée par l'apport de plus en plus fort des Etats-Unis. Elle s'est traduite par les bons résultats des équipes, et ont rendu ce sport populaire parce qu'il imitait l'exemple américain.

Les tournois de basket-ball au Liban tournent bien souvent au « show » à l'américaine. L'entrée des joueurs sur le terrain se fait comme aux Etats-Unis, chaque joueur est appelé par son nom au micro, les équipes sont encouragées par les chorégraphies spectaculaires des « pom pom girls », on a aussi droit à la mi-temps à des jeux pour tenter de gagner des lots exceptionnels. Les mascottes sont présentes au bord des terrains, et participent au folklore des matchs. A cela vient s'ajouter ce tableau statistique qui montre le pourcentage des joueurs américains dans la ligue libanaise par rapport aux autres joueurs étrangers.

Tableau n°23 : le pourcentage des joueurs américains dans le basket-ball au Liban[124]

Année	% des joueurs américains
1993	30%
1999	60%
2005	70%
2010	75%
2016	85%

Nous l'avons vu aussi : le projet de la ligue arabe proposé en 2004 par Antoine Choueiri était inspiré du modèle américain avec l'adoption de ses divers instruments tel le « Salary Cap » des joueurs, les ventes centralisées (droits TV, produits marketing, billetterie…). Quant à l'arrivé du sponsor américain Pepsi cola, il a donné à la ligue libanaise de basket-ball un nouveau souffle.

4.1.3 Influence internationale

Parti du modèle français, le sport professionnel au Liban a été exposé aux influences les plus diverses. Le but de cette analyse est d'illustrer cette tendance à travers quatre points importants : d'abord le manque de confiance du consommateur libanais en son produit local. Deux magasins d'articles de sport libanais fabriquent une marque locale

[124] La méthodologie suivie dans ce tableau consiste à diviser le nombre des joueurs américains qui ont évolué dans la première division libanaise de basket-ball, sur le nombre total des joueurs et le multiplier par 100.

de qualité modeste. D'après les responsables de ces magasins, celle-ci ne séduit pas suffisamment la clientèle libanaise qui préfère se tourner vers la marque bas de gamme de Décathlon : « Kipsta » et « Domyos » [125].

Comme le rappelle l'entretien avec les responsables des magasins d'articles de sport les plus connus au Liban : Nike, Adidas et Reebok se partagent les parts de vente d'équipements sportifs du basket-ball. Ce qui montre la domination des marques étrangères sur le marché libanais.

La taille du marché libanais par rapport à ses voisins ne favorise pas son développement à l'international, même si on peut noter une certaine présence des entreprises libanaises qui ne vont pas au-delà du marché arabe.

Tableau n°24 : la répartition des ventes par rapport à l'équipement en fonction des années.

Pratique	**Basket-ball**		
Equipements / **Période**	Chaussures	Ballons	Tenues
1992-1996	70%	20%	10%
1997-2002	65%	15%	20%
2003-2008	70%	15%	15%
2009-2015	70%	15%	15%

Ce tableau contient les données fournies par les responsables de « Mike sport » et de « Class sport » concernant la répartition des ventes entre trois types d'équipements sportifs. La vente des chaussures a toujours été la plus élevé par rapport aux ballons et aux tenues. Dans le questionnaire adressé aux joueurs professionnels libanais en 2015, les résultats montrent que 70% des joueurs achètent des articles de sport à l'effigie d'une star internationale comme Kobe Bryant, LeBron James, Messi… En effet, l'exploitation des célébrités de sport dans la publicité ou le « celebrity-marketing » est une technique utilisée depuis au moins un siècle. Elle consiste à solliciter l'attention du consommateur et à tourner son intérêt vers le seul message publicitaire.

[125] Les responsables respectifs de Mike sport et Class sport, Mario Hobeika et Richard el hajj.

4.1.4 Impact politico-confessionnel

La société libanaise s'est vue morcelée en unités de bases juxtaposées, lignées familiales, régions, confessions…Fondée sur le partage du pouvoir entre plusieurs communautés ethnico-religieuses.

Pour illustrer ce que nous avons avancé plus haut l'exemple suivant atteste de ce lien particulier de l'exercice du sport et des caractéristiques de cette société.

Le dimanche 8 janvier 2017, le club « Sporting » accueillait sur son terrain le club arménien « Homenetmen ». C'était le champion contre son challenger dans le classement de la ligue professionnelle du basket-ball libanais. Les spectateurs du club Sporting « musulman sunnite » ont levé le drapeau turque dans les tribunes. Et cela survenait une semaine après l'attentat en Turquie dans une boite de nuit, où trois libanais avaient trouvé la mort.

Reference : www.mtv.com.lb 1

La fédération libanaise s'est contentée d'adresser une sanction minime au club et à ses spectateurs, en imposant un match à huit clos.

Par rapport à l'équipe arménienne et ses supporters, ce geste commis par les spectateurs de l'équipe adverse méritait une sanction plus sévère. En effet le joueur de l'AEK Athènes Giorgos Katidis a été banni de la sélection nationale pour avoir célébré son but par un salut nazi. Le jeune garçon de 20 ans Giorgos Katidis, marque un but libé-

rateur pour son équipe et se précipite vers une tribune, enlève son maillot et tend son bras droit : dans le stade olympique, il fait un salut nazi pour célébrer son but.[126]
La Charte olympique est claire : "Toute forme de discrimination à l'égard d'un pays ou d'une personne" fondée entre autres sur des considérations "de religion, de politique", est interdite et strictement sanctionnée ».
Le non-respect des lois internationales, va dans une logique d'inadaptation et de désintégration, ce qui constitue aussi un atténuateur à la mondialisation du sport.

Tableau n°25 : l'implication de la religion et de la politique dans le basket-ball libanais[127] :

Implication religion	Oui, nuisible	Non, c'est une bonne chose	Sans influence
Joueurs	85,7%	14,3%	0%
Spectateurs	76,7%	23,3%	0%

Implication politique	Oui, nuisible	Non, c'est une bonne chose	Sans influence
Joueurs	83,3%	16,7%	0%
Spectateurs	90%	10%	0%

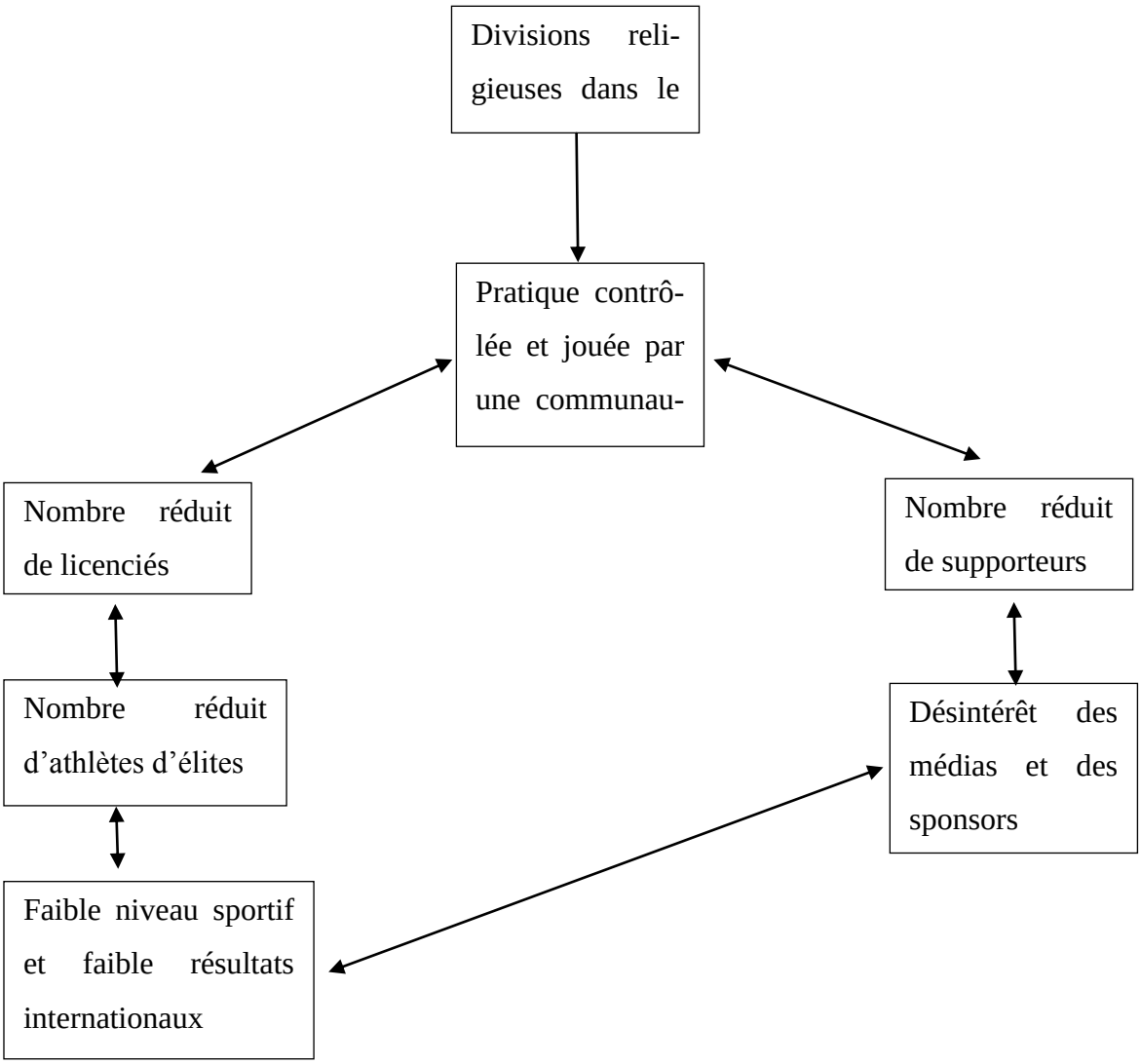
Les statistiques montrent qu'aujourd'hui ce modèle sportif politico-confessionnel appelle à un changement du modèle lui-même. Au Liban les disciplines sportives en général, le basket-ball plus spécifiquement, sont devenus le « hobby » préféré des hommes politiques. Chaque leader a son équipe de basket-ball dont il garantit le succès. D'après Jean-François Médard, le chef patrimonial traite seul toutes les affaires politiques, administratives ou judiciaires comme s'il s'agissait d'affaires personnelles (Castaignède, 2014).
Les conséquences de telles situations s'avèrent néfastes pour le Liban. La fédération internationale du basket-ball (FIBA), a suspendu en 2013 la fédération libanaise de basket-ball (FLBB), pour ingérences politiques et confessionnelles. Par cette suspension, l'équipe nationale libanaise ne pourra plus participer aux championnats régionaux et internationaux de basket-ball. C'est-à-dire le Liban ne figure plus sur la carte

[126] Extrait de : « Un joueur grec banni à vie de la sélection pour son salut nazi » sur http://www.lemonde.fr/sport/article/2013/03/18/un-joueur-grec-banni-a-vie-de-la-selection-pour-son-salut-nazi_1849916_3242.html
[127] Ces tableaux contiennent les données recueillies des questionnaires adressé en 2015 à des personnes libanaises directement impliquées dans le sport. L'objectif est de savoir comment perçoivent-ils l'implication de la religion et de la politique dans le basket-ball libanais.

mondiale du sport. Donc un atténuateur pour la mondialisation du basket-ball libanais.

Nassif a beaucoup étudié l'existence d'une politique sportive au Liban. Il est presque impossible de trouver dans une autre région du monde un pays aussi réduit de 10 452 km² qui abrite dix-huit confessions différentes. Pour lui, le grand problème du développement du sport au Liban vient de la corruption administrative et du confessionnalisme. Toutes les institutions gouvernementales et les fédérations sportives dans ce pays sont soumises à la même règle. Nassif (2013) utilise la parabole du gâteau : « Elles sont semblables à un gâteau où toute communauté religieuse et parti politique se procurent une part ». Ce système confessionnel et clientéliste a permis un « parachutage » de beaucoup de personnes à une certaine position dans une fédération à cause de leurs appartenances politiques ou confessionnelles. Les personnes travaillant dans une fédération ne sont pas les bonnes personnes aux bons endroits.

Schéma n°10 : les conséquences des divisions religieuses dans le sport libanais :



Source : Nadim Nassif 2013

L'implication politico-confessionnelle est un vecteur qui transmet au monde une mauvaise image du sport libanais. Jean-Denis Choulet, entraîneur français de basket-ball, a livré ses analyses et ses impressions sur son aventure avec un club libanais durant la saison 2012-2013.

« L'organisation du basket au Liban est très particulière où tout peut changer à tout instant. Pour nous les coaches européens c'est un vrai casse-tête pour la programmation des entraînements et la préparation physique. C'est un autre monde pour nous et je vous jure qu'il est vraiment très dur de s'adapter à ce style de fonctionnement et ce type de basket ! Au niveau du jeu, aucun système, les américains et les joueurs stars

s'occupent de tout ! J'ai essayé de faire passer un message comme quoi rien n'est plus important que l'équipe et que nous devions fonctionner avec des systèmes de jeu pour que chacun trouve sa place et son rôle mais c'est pratiquement injouable même avec des systèmes ouverts. Le gros problème du Liban c'est qu'il n'y a aucune règle sur la route et sur les terrains et que les dirigeants vont souvent dans le sens des joueurs. L'expérience est enrichissante mais très difficile à supporter. Dans des coins comme Tripoli les choses sont bien différentes de Beyrouth. Aucune sortie possible à Tripoli car il n'y a rien qui se rapproche des standards Européens. Ville à 80% musulmane avec tous les interdits qui vont avec, c'est dur, c'est très dur pour un Européen »(Parizot 2005).

Cette déclaration est très importante puisqu'elle montre l'image que le sport professionnel au Liban donne de lui aux occidentaux. Le Liban n'a pas suffisamment profité de ce savoir-faire européen. Les dirigeants du club se sont contentés de changer l'entraineur, en attendant de lui qu'il s'adapte au système libanais et non pas le contraire.

4.2-Le sport professionnel en Asie : le Liban face à deux géants, Chine et Qatar

Les résultats de notre recherche font apparaitre le Liban tel David devant Goliath. Sa modestie apparait d'une part devant la Chine, dominant aujourd'hui le marché asiatique et mondial, et d'autre part devant le Qatar, puissance, certes régionale, mais dont le jeu est essentiel dans le contexte proche-oriental et dans l'approche de la mondialisation aujourd'hui. Nous allons à présent exposer les points marquants des résultats de notre recherche sur le sport professionnel, touchant tant au rapport du Liban à la Chine qu'à celui qui le relie au Qatar.

4.2.1 La Chine :

1- Sa domination comme caractéristique des résultats

La Chine domine massivement le continent dans l'observation de la recherche. Le Liban s'est imposé durant une courte période profitant de l'apport de ses joueurs étrangers. Ceci a poussé les Chinois à s'intéresser de plus près au championnat libanais de basket-ball.

Tableau n°26 : Classement des vainqueurs de la coupe d'Asie du basket-ball des nations

Année	Organisateur	Vainqueur	2eme place	3eme place
1993	Indonésie	**Chine**	Corée du Nord	Corée du Sud
1995	Corée du Sud	**Chine**	Corée du Sud	Taïwan
1997	Arabie saoudite	Corée du Sud	Japon	Chine
1999	Japon	**Chine**	Corée du Sud	Arabie saoudite
2001	Chine	**Chine**	**Liban**	Corée du Sud
2003	Chine	**Chine**	Corée du Sud	Qatar
2005	Qatar	**Chine**	**Liban**	Qatar
2007	Japon	Iran	**Liban**	Corée du Sud
2009	Chine	Iran	Chine	Jordanie
2011	Chine	**Chine**	Jordanie	Corée du Sud
2013	Philippines	Iran	Philippines	Corée du Sud
2015	Chine	**Chine**	Philippines	Iran
2017	Liban	Australie	Iran	Corée du Sud

Ce tableau nous montre que le Liban a terminé trois fois en 2ème place. Créée en l'an 2000, l'équipe nationale libanaise de basket-ball a connu une ascension fulgurante qui l'a conduit l'année suivante à une participation à la coupe d'Asie des nations et à la coupe du monde. Cette comparaison entre le Liban et la Chine ne devrait pas faire abstraction aux résultats obtenus par l'Iran et la Corée du Sud qui constituent aussi des acteurs principaux dans le sport au Moyen-Orient. En 2017, l'Australie a remporté la première édition du Championnat d'Asie fusionné avec celui d'Océanie.

2- L'impact du Liban sur la Chine

Le positionnement des clubs libanais de basket-ball a attiré l'attention des investisseurs et des clubs chinois. Plusieurs joueurs libanais ont été recrutés par les équipes du géant asiatique, et le Liban a suscité l'intérêt de l'entreprise chinoise « Peak » à investir dans le basket-ball libanais et à sponsoriser l'équipe nationale.

Le sponsor chinois « Peak » finance l'équipe nationale libanaise de basket-ball. Au début des années 2000, cette marque encore modeste avait pris pour stratégie marke-

ting de soutenir aussi bien financièrement que sportivement l'équipe libanaise. « Peak » a retiré une grande renommée de la participation du Liban en coupe du monde et d'autres événements sportifs internationaux. Cette équipe lui a servi de tremplin pour accéder aux marchés français, allemand, serbe, australien, et iranien.

3- La contrefaçon chinoise envahit le marché libanais

Cette contrefaçon qui intègre les équipements sportifs, a entrainé des diminutions de ventes pour les commerçants libanais notamment pour le marché des tenues sportives. L'industrie des équipements sportifs est celle qui a été la plus impactée à partir de 2003, quand deux millions d'articles textiles ont été dénombrés par les douanes libanaises, provenant de Chine. Avant les années 2000, cette contrefaçon ne constituait qu'un phénomène marginal (Roudaut, 2008).

La non intervention de l'Etat libanais, a aggravé la circulation des produits de contrefaçons et généralisé le processus en l'assimilant à une importation légale qui s'est répandue dans tous les systèmes commerciaux du pays. Les effets en ont été catastrophiques : les ventes des tenues de sport ont chuté de 40%. « Mike sport » et « Class sport » leaders de ce marché ont été conduis à chercher une stratégie pour lutter contre cette concurrence malhonnête, en fabriquant des produits de bas prix, à l'instar de Décathlon, et en ouvrant des salles de Gym et des Spas pour assurer leur subsistance.

4.2.2 Le Qatar :

Notre recherche nous a montré que le Qatar jouait un rôle capital dans le contexte proche-oriental et dans l'approche de la mondialisation. Grâce à ses grands moyens financiers, ce petit royaume a su imposer son influence en utilisant l'attrait du public pour le sport et en y répondant par la mise en place d'une chaîne internationale dédiée au sport.

- Une internationalisation à travers les médias :

Nous avons vu combien les relations socio-économiques entre le sport et les médias étaient étroites. Elles sont fondées sur une convergence d'intérêts définie par les audiences, les gains financiers, et tout ce qui touche à la publicité. Notre recherche a mis

en évidence l'évolution de la diffusion du sport au Liban et la situation des télévisions libanaises. Depuis 1992, nous pouvons distinguer dans cette évolution deux phases. Une première qui vient avant l'apparition des paraboles et des chaines payantes, et une seconde qui commence dans les années 2000, avec la forte concurrence des chaines mondiales plus attractives pour les téléspectateurs. Cette nouvelle donne n'a été comprise que trop tardivement au Liban.

Le tableau suivant montre la diffusion des différentes pratiques sportives sur les chaînes libanaises avant et après 2002. L'accès facile à l'acquisition d'une parabole et la multiplication des chaînes payantes, a mis l'existence des chaînes libanaises en danger, le rival qui s'est imposé à elle est devenu principalement la Qatar qui s'est imposé comme un acteur fort de la mondialisation à travers sa chaîne « BeIN sport ».

Tableau n°27 : Diffusion des pratiques sportives sur les chaînes libanaises

Diffusion des pratiques sportives sur les chaînes libanaises avant 2002				
Ligue des champions de football	Course de Formule 1	Basket-ball la NBA	Jeux olympiques et coupe du monde de foot	Ligue libanaise de Basket-ball
LBCI	MTV	LBCI	Télé Liban	LBCI

Diffusion des pratiques sportives sur les chaînes libanaises Après 2002				
Ligue des champions de football	Course de Formule 1	Basket-ball la NBA	Jeux olympiques et coupe du monde de foot	Ligue libanaise de Basket-ball
BeIN Sport (al Jazeera sport)	BeIN sport	BeIN sport	BeIN sport	LBCI, MTV, Télé Liban

Ce tableau nous révèle la domination de la chaîne Qatarie dans la diffusion des principaux évènements sportifs internationaux. Peut-on parler pour autant de manque de stratégies des chaînes libanaises, ou plutôt de faiblesse financière face aux chaînes étrangères ? ce débat est ouvert.

Conscient que le pétrole n'est pas une ressource éternelle, le QIA (Qatar Investment Authority)[128] décida de faire du sport, un investissement financier à long terme. Le sport est le parfait exemple de l'attractivité internationale, la visibilité est majeure

[128] La Qatar Investment Authority ou le fonds souverain du Qatar, est un investisseur qui possède environ dix millions de mètres carrés de biens immobiliers à New York, principalement dans le quartier d'affaires de Manhattan. Lancée en 2005, la QIA a pour objectif de diversifier les ressources du pays et de générer des revenus qui permettront d'assurer le fonctionnement de l'Etat lorsque les ressources énergétiques seront taries. QIA s'est faite connaître en multipliant les prises de participation dans de grands groupes européens principalement dans le luxe, l'hôtellerie, l'immobilier et la finance.

pour les pays lors des événements sportif tel que la coupe du monde de football et les jeux olympiques (Reiche, 2016). Le Qatar le sait et veut faire de cet investissement, un moyen de promotion. Sa stratégie se réalise donc autour de quatre leviers :

1-Organisation d'événements sportifs internationaux.
2-Le rachat et le sponsoring de gros club.
3-Augmenter les droits TV dans le domaine du sport.
4-Création d'infrastructure High-Tech dans le sport (les académies de formation des jeunes).
A travers la chaîne « BeIN sport » alias « Al Jazeera sport » le Qatar achète les droits de diffusions des évènements sportifs internationaux les plus attractifs.

- Une ligue qui ne séduit pas le géant médiatique « BeIN sport »

La ligue libanaise de basket-ball qui attire bon nombre de téléspectateurs au Proche-Orient ne peut rentrer en concurrence avec la ligue française ou anglaise de football. Un match entre l'Olympique de Marseille et le Paris Saint-Germain attire un peu plus de 2,7 millions de téléspectateurs avec toutes les conséquences publicitaires qui y sont liées. Un match de basket-ball au Liban atteint au plus, les 300 000 téléspectateurs. Pour la chaîne qatarie toucher le marché mondial par la diffusion des ligues européennes est plus intéressant que de retransmettre les évènements sportifs libanais.

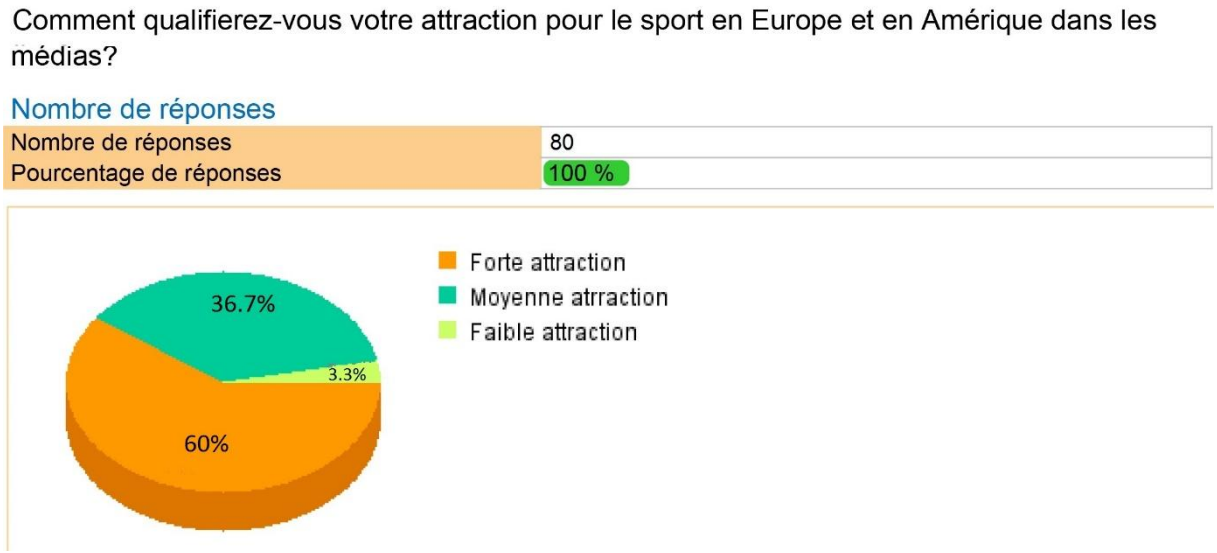


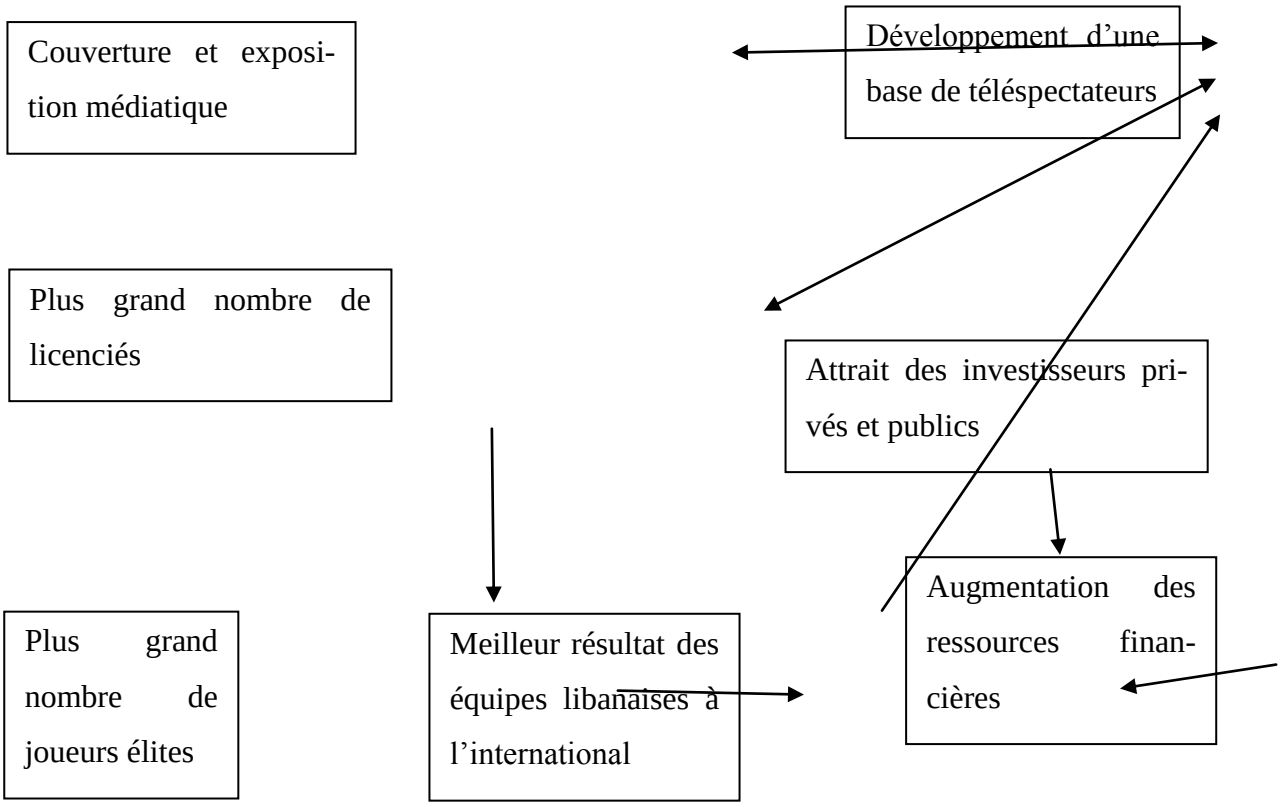
Figure 5 : Résultats tirés du questionnaire, obtenu avec le logiciel SurveyMonkey

Dans cette partie, nous avons montré que l'impact du sport mondial sur les téléspectateurs libanais est beaucoup plus grand que celui du sport libanais lui-même. Nous

avons aussi constaté les faiblesses financières de ses chaînes qui ne tenaient pas devant la domination médiatique du Qatar.

L'analyse d'Antoine Chartier, ancien président du Comité Olympique libanais sur l'impact de la couverture médiatique d'une pratique sportive au Liban, rappelle que dans la mesure où la couverture médiatique d'un sport est d'une large ampleur, elle permet le développement d'une plus grande base de téléspectateurs. Cela augmente la popularité de cette pratique et le nombre de joueurs de haut niveau qui favorisent de meilleurs résultats. En parallèle beaucoup de sponsors seront intéressés à y investir, ce qui augmentera les ressources financières.

Schéma n°11 : l'impact de la couverture médiatique d'une pratique sportive au Liban



Source : (Nassif, 2013, p. 249)[129]

[129] Entretien avec Antoine Chartier en 2011.

4.3 Facteurs amplificateurs et atténuateurs de la mondialisation

A cette étape de la présentation des résultats de notre recherche, nous avons rassemblé les facteurs que nous estimons être tant amplificateurs qu'atténuateurs du phénomène de la mondialisation.

Le premier de ces amplificateurs s'est révélé être la diaspora libanaise à travers le monde qui a joué le rôle de promoteur de sport professionnel libanais. Le second de ces amplificateurs est livré par l'organisation et la participation aux différents évènements auxquels donne lieu le basket-ball libanais.

Enfin ces résultats prennent en compte les décisions de la fédération de basket-ball qui ont été autant de signes qui ont balisés l'engagement de cette fédération au sein de cette discipline à son niveau international.

4.3.1 La diaspora

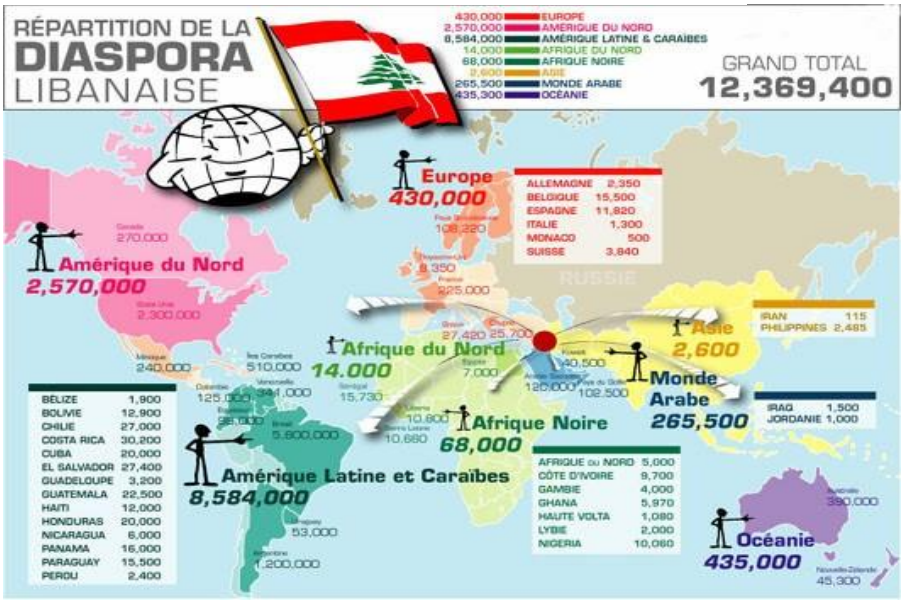
Cette population trois fois supérieure à la population locale, est un levier puissant pour toutes les activités politiques, économiques et sociales se déroulant sur le territoire libanais. Cette carte (n°3) montre l'ampleur de ce phénomène, comme le souligne Stéphane Attali, le directeur général de l'École supérieure des affaires (ESA) et représentant de la CCIPIDF[130] *« Il faut trouver une convergence d'intérêts entre les investisseurs, et le sport professionnel libanais. Cet intérêt s'applique à la diaspora libanaise qui s'est imposée dans le monde »* et il ajoute : « *La diaspora libanaise peut constituer un levier important pour les sociétés françaises qui souhaitent consolider leurs positions en Afrique subsaharienne ou d'y prospecter de nouveaux marchés ».*[131]

[130] Chambre de commerce et d'industrie de Paris Île-de-France.

[131] Extrait de La diaspora libanaise, un relais pour les entreprises françaises en Afrique ? en ligne sur : https://www.lorientlejour.com/article/1020681/la-diaspora-libanaise-un-relais-pour-les-entreprises-francaises-en-afrique-.html

Carte n°3 : La diaspora libanaise dans le monde

Source : iLoubnan.info



L'influence de cette diaspora s'est traduite dans son intérêt porté à différentes disciplines sportives, Et notamment pour le basket-ball libanais au fur et à mesure que grandissait sa réputation internationale. La diaspora est venue alimenter ce succès par l'apport de sportifs issues de son sein. Les liens familiaux très étroits et l'opportunité d'une résidence au Liban a permis d'enrichir considérablement les équipes.

Tableau n°28 : récapitulatif de l'évolution des joueurs de la diaspora libanaise dans l'équipe nationale.

Coupe du monde	Joueurs diasporas sur effectif total de l'équipe	Joueurs diasporas sur effectif total des titulaires	Résultat
2002	4 sur 12 soit 33,33%	2 sur 5 soit 40%	16/ 16 dernier
2006	6/12 soit 50%	3 sur 5 soit 60%	18/24
2010	5/12 soit 41,6%	3 sur 5 soit 60%	21/24

Grace à ces joueurs, le Liban obtient sa première qualification en coupe du monde 2002. 4 joueurs sur 12 étaient issus de la diaspora libanaise soit 33,33% de l'équipe nationale dont 3 sur 5 (60%) étaient titulaires.[132]

En 2006, 6 des 12 joueurs qui formaient l'équipe nationale libanaise étaient de la diaspora libanaise, provenant du Canada, des Etats-Unis, de l'Australie… soit 50% de l'effectif total.

60% des titulaires étaient des joueurs de la diaspora qui ont aidé le Liban à faire un très bon résultat en battant la grande équipe de France, et terminé en 18ème position sur 24 participants. La France a fini le tournoi en 5ème position.

Beaucoup de ces joueurs ont contribué aux trois qualifications du Liban pour les Coupes du monde 2002, 2006 et 2010. Cette tendance s'est considérablement atténuée. Aujourd'hui en 2017 seulement un seul joueur de la diaspora évolue au sein de l'équipe nationale.[133]

Notre recherche révèle aussi l'importance que les joueurs libanais formés à l'étranger dans des pays sportivement développés, possèdent un niveau de jeu et de professionnalisme plus élevé que les joueurs locaux. Leur arrivée a permis une évolution sensible des joueurs locaux et fait évoluer les mentalités. Nous observons cependant certains disfonctionnements : des athlètes de la diaspora libanaises sélectionnés pour les Jeux Olympiques, n'ont pas trouvé de soutien pour se lancer dans leur aventure in-

[132]Dans les archives en ligne de la FIBA sur le lien https://archive.fiba.com/pages/eng/fa/game/p/gid/3/grid/B/rid/3446/sid/3118/_/2002_World_Championship_for_Men/statistic.html. Les joueurs de la formation de l'équipe libanaise issus de la diaspora étaient : Brian Bchara (USA), Paul Khoury (USA), Charles Bardawil (canada), Georges Chibani (canada).

[133] Les joueurs issus de la diaspora libanaise en 2006 et 2010 étaient : Ali Mahmoud(canada), Brian Bchara(USA), Sabah Khoury(USA), Ali Kanaan (USA), Matt Freije(USA), Ghaleb Rida(USA).

ternationale. Tel a été le cas de Wael Koubrously. L'ouverture à l'international a incité des jeunes talents à s'expatrier

Le Liban devrait chercher à valoriser ses activités sportives locales. A travers ses sports vedettes, il devrait révéler une meilleure image de ce qu'il est. Il devrait tenter d'augmenter le niveau de son jeu et favoriser l'émergence de vraies « idoles sportives libanaises » ayant au moins un impact régional. Ce produit devrait encourager les sponsors. D'après Daniel Reiche (2011), ce qui constitue un obstacle à l'expansion du sport professionnel au Liban est non seulement les ressources financières limitées allouées au secteur sportif mais l'absence d'une vraie politique sportive , avec un plan de travail bien défini.

4.3.2 La participation et l'organisation aux évènements

L'organisation des différents événements sportifs comme l'a precisé Nadim Nassif (2013), avait bénéficié des aides « occasionnelles » du gouvernement libanais mais elle ne s'est pas limitée à ce seul soutien qui s'est élargi à l'ensemble des entrepreneurs les plus dynamiques du pays. Ceci s'est vérifié lors de la construction de la Cité Sportive et de l'organisation des Jeux panarabes à Beyrouth en 1957, des Jeux méditerranéens en 1959. La recherche nous a montré que l'organisation a pu renaître après la guerre, grâce à une opération semblable en vue de la reconstruction de la Cité Sportive, de l'organisation des jeux panarabes en 1997 et de la Coupe d'Asie en 2000. Comme nous l'avons souligné au cours de cette recherche : le sport qui a bénéficié le plus d'investissements privés au cours des années 1990 a été sans conteste le basket-ball.

Retenons que l'organisation et la participation à ces évènements sportifs au Liban ont eu des retombées socio-économiques importantes. Elles ont permis avant tout de redonner une image nouvelle du pays et permis une meilleure réputation de ses clubs, qui ont pu bénéficier de reconstruction et de rénovation de leurs infrastructures sportives. Il est à noter encore que nombreux de ces évènements sportifs ont permis au Liban de renouer des échanges culturels plus étroits, avec les pays voisins. L'organisation d'événements dans le pays a joué un rôle moteur dans le développement des pratiques sportives notamment le basket-ball et le futsal. Mais comme le revers d'une médaille, la corruption a empêché un développement espéré et la recherche nous a montré que le Liban manque d'organisation d'événements sportifs d'envergure globale.

Il reste cependant que la recherche nous confirme que l'organisation et la participation aux évènements sportifs demeurent un élément amplificateur pour comprendre la mondialisation du sport professionnel. Celles-ci sont illustrées également par les différentes décisions prises par la fédération du basket-ball.

4.3.3 Les décisions prises par la fédération de basket-ball

Il s'agit maintenant de prendre en compte les décisions de la fédération de basket-ball.
Elles ont été des éléments déclencheurs pour nous aider à comprendre son rôle amplificateur dans la mondialisation du sport libanais. Quels en sont les éléments ?
Trois décisions principales sont impliquées directement dans la mondialisation.

1- L'ouverture de la libre circulation des joueurs étrangers dans la ligue libanaise de basket-ball depuis 1996.

Cette mesure a suscité l'arrivée de plusieurs joueurs américains qui ont amélioré les performances et la qualité du jeu. Ceci a rendu la ligue plus attractive. L'arrivée de la « star » égyptienne Ismaël Ahmad, s'est traduite par une augmentation de l'audience des retransmissions vers l'Egypte de 50%, comme le déclare Ghayath Dibra.
Ismaël Ahmad est considéré comme le meilleur joueur égyptien de tous les temps, un héros pour son pays. En dépit de cette décision aucun investisseur ou sponsor égyptien ne s'est intéressé à la ligue libanaise. Et bien des investisseurs libanais ont manqué l'occasion d'entrer sur un marché d'au moins dix millions de personnes qui en Egypte, suivent assidument ce joueur.
Cette stratégie d'ouverture du marché des joueurs, ressemble largement à celle de « l'Arrêt Bosman » et son impact sur le marché de la circulation des joueurs en Europe….
Grâce à ces mesures, plusieurs équipes libanaises ont réussi à décrocher une première place au championnat des clubs arabes et asiatiques. Le Championnat d'Asie des Clubs a été remporté trois fois par l'équipe « Sagesse » (1999, 2000, 2004) et deux fois par « Riyadi » (2011, 2016), le championnat Arabe des clubs : deux fois par « Sagesse » (1998, 1999), et cinq fois par « Riyadeh » (2005, 2006, 2007, 2009, 2010), et récemment par « Homenetmen » en 2017.

2- L'appel lancé aux joueurs de la diaspora libanaise

Au début des années 2000, la fédération libanaise de basket-ball lança une campagne en direction des joueurs libanais présents dans des ligues étrangères, à venir évoluer dans le championnat libanais et à renforcer l'équipe nationale. Parallèlement, la fédération a naturalisé certains joueurs. L'arrivée des joueurs de la diaspora a eu des répercussions positives et amplificatrices sur la mondialisation du sport professionnel. Cette initiative a servi d'exemple puisque tant l'Iran que le Qatar ont également fait appel aux joueurs étrangers moyennant leur naturalisation, leur permettant de bénéficier d'un certain succès.

3- Diminution du nombre des équipes évoluant dans le championnat

Notre recherche a montré également que certaines stratégies ont été des facteurs à prendre en compte pour comprendre le phénomène de la mondialisation. Parmi celles-ci nous avons relevé celle préconisée par Antoine Choueiri, elle consistait à la diminution du nombre des équipes évoluant dans la ligue de douze à huit. Les effets d'une telle mesure étaient d'augmenter les droits de télévision répartis entre les clubs. Les conséquences directes en étaient une augmentation du budget de chaque club qui lui permettait d'améliorer le niveau technique et donner une plus-value à la ligue libanaise.

Conclusion du chapitre

Au terme de ce quatrième chapitre, nous avons tenté de présenter les résultats pratiques de notre recherche. Ceux-ci se présentent ici comme un triptyque dont les volets latéraux sont d'une part les influences extérieures subies par le Liban, et de l'autre, les amplificateurs et les atténuateurs de la mondialisation. C'est pourquoi nous avons voulu que le volet central soit présenté ici sous la forme d'un tableau récapitulatif exposant nos grilles d'analyse, montrant d'une part l'impact du sport mondial sur le Liban, et d'autre part l'influence de ce dernier sur le sport mondial.

Tableau n°29 : Récapitulatif des résultats

Impact du sport mondial sur le Liban	**Impact du Liban sur le sport mondial**

Adoption d'un modèle sportif de l'héritage colonial.	Néant
Adoption du modèle structurel et institutionnel.	Néant
Arrivée du Basket-ball au Liban.	Néant
Néant	Nouvelle image du Liban en Occident
L'apport de la diaspora dans le sponsoring et le soutien des entreprises libanaises.	Effet négatif d'une image du Liban marquée par le confessionnalisme. Conséquences commerciales positives sur la production et la vente d'articles liés à l'appartenance confessionnelle.
Imposition d'un mode de vie, d'habitudes, de comportements à « l'américaine » transmises par les medias.	Le Liban a incité les pays de la région comme l'Iran et le Qatar à nationaliser les joueurs.
Néant	Investissements des chinois et des américains au Liban.
Apport et plus-value de la diaspora au basket-ball.	Améliorer le niveau des joueurs arabes
Augmentation du nombre de téléspectateurs.	Néant
Imposition des sanctions à la fédération de basket-ball, et suspension du Liban à sa participation aux évènements internationaux.	Violation des règles des fédérations internationales.
Les chaines libanaises en crise à cause de « BeIN sport » (Qatar).	

Après avoir évoqué ce tableau central qui montre de façon synthétique les implications en regard de l'impact du sport mondial sur le Liban et réciproquement, nous passons à un volet latéral qui touche de façon spécifique à notre recherche : atténuateurs et amplificateurs de la mondialisation du sport professionnel au Liban.

Tableau n° 30 : Récapitulatif des résultats

Atténuateurs de la mondialisation	**Amplificateurs de la mondialisation**

L'instabilité de la situation sécuritaire et économique du Liban et de la région.	La libre circulation des joueurs étrangers.
La taille modeste du marché libanais.	La participation et l'organisation des événements sportifs majeurs.
Désengagement de l'Etat, absence de politique sportive, ingérences socio-confessionnelle Marginalisation du sport et de son organisation.	La sponsorisation des entreprises internationales de certains joueurs libanais et de la ligue libanaise de basket-ball.
La corruption administrative	L'appel lancé aux joueurs de la diaspora.
Les ressources financières limitées allouées au secteur sportif	L'ouverture du marché des articles de sport.
Non-respect des lois internationales : inadaptation et désintégration	
Manque de participation et d'organisation d'événements sportifs majeurs	
Manque d'investissement direct à l'étranger	

Comme nous le montre ces tableaux, à l'instar des pays développés sportivement, le Liban a adopté des stratégies ouvrantes à la mondialisation et favorisant le développement de ses activités sportives. Par faiblesse et par faute de n'avoir pas bien saisie certaines opportunités, le Liban n'a pas bénéficié suffisamment des avantages de la mondialisation. Certaines circonstances comme la situation sécuritaire dans la région restent un atténuateur chronique qui empêche toute planification à moyen et long terme.

C'est aussi en conclusion à cette étude et à la suite de ces observations que nous avons été amené à emprunter le concept de « glocalisation ». En effet, après avoir évoqué les résultats de notre recherche montrant l'impact du sport mondial sur le Liban et réciproquement, nous rappelons que nos hypothèses de départ n'étaient pas d'étudier le Liban pour mettre en évidence son caractère dérisoire mais plutôt son côté exemplaire pour l'ensemble des pays de la région.

Les hypothèses ont conduit à des résultats plus ou moins connus. Leur formulation avait quelque chose d'évident, mais au-delà de cette forme elle-même, cet impact bilatéral incontestable nous a fait découvrir une face cachée à savoir l'exemplarité de ce pays. Il nous a conduit à ce concept propre à cette interaction mettant en présence le global et le local et que nous qualifions de glocalisation.

Dans la théorie socio-culturelle, Robertson (1995) a introduit et développé le terme glocalisation pour expliquer l'interaction entre le local et le global. Cette approche s'est efforcée d'aller au-delà de la dichotomisation fondamentale du local et du global pour explorer leurs interdépendances et leurs interconnexions. Le terme glocalisation a été employé avec des significations différentes dans une grande variété de disciplines académiques et de domaines de recherche. À l'origine, le terme provient du concept japonais "*Dochakuka*" (Takahashi, 2009) qui désigne l'ensemble des techniques utilisées pour cultiver la terre en s'adaptant aux conditions locales, puis, dans les années 1980, le terme réapparaît dans la construction de modèles de commercialisation avant d'être introduit dans les années 1990 dans le vocabulaire anglais par le sociologue britannique Roland Robertson (1995), de l'Université écossaise d'Aberdeen, pour être approfondi plus tard par le sociologue polonais Zygmunt Bauman (Pascal, 2015). Pour illustrer ce concept nous rappelons l'exemple de l'entreprise Puma cité au début de cette thèse. Elle a connu en Italie et dans d'autres pays, un succès commercial notoire en apposant le drapeau italien sur leurs chaussures.

Voulant appliquer le même principe lors des 40 ans des émirats arabes unis, elle a déchainé une vague de protestations l'obligeant à retirer sa marchandise du marché émirati… Etant donné que La chaussure dans les pays arabes représente une impureté.

Il est impératif à toute entreprise de tenir compte des contraintes culturelles de la région concernée et d'adapter ses stratégies en conséquence. Selon Blaise Pascal, vérité en deçà des Pyrénées erreur au-delà. Voilà comment le Liban peut être ce champ d'observation.

Au niveau international on constate aujourd'hui qu'avec la mondialisation, les influences ne sont plus unilatérales mais sont devenues plus alternatives. C'est à dire plus concrètement l'implication des pays du Golfe dans le sport occidental illustre cette nouvelle perspective au niveau social et économique. L'importance du Liban comme champ d'étude vient de sa position de carrefour qui peut aider les occidentaux à mieux comprendre les spécificités de cette culture moyen-orientale.

Ce travail a mis en relief le caractère nocif de la structure confessionnelle qui régit le pays. Il montre à l'évidence que l'exercice du sport ne peut être entravés dans une structure confessionnaliste. A cet égard le sport peut permettre d'ouvrir de nouvelles

perspectives dans un système qui demeure bloqué. Aujourd'hui aucun système ne peut être plié sur lui-même, les interférences et les interconnections ne permettent plus le maintien d'un système anachronique adopté à la naissance du pays. A l'égard du Qatar et d'autres pays du Golfe qui s'adaptent de plus en plus aux obligations que la mondialisation leur impose, le Liban pourrait explorer un champ qui jusqu'à présent n'a pas été explorer et n'a pas donné lieu à une réflexion de fond sur le sport qui reste un domaine encore peu organisé et planifié.

Certes le Liban a été pour nous un laboratoire dans l'éxamination du concept de glocalisation, mais il nous ouvre des perspectives pour en élargir le champ à d'autres espaces d'applications, à savoir l'Europe qui connait une nouvelle phase de son histoire avec les phénomènes d'immigration massive en l'occurrence du Moyen-Orient et d'Afrique, et d'émergence des autonomismes, comme le cas de la Catalogne ou de la Corse et même l'Ecosse. On peut se poser la question de savoir si ce concept de glocalisation qui s'applique aujourd'hui à l'exemple moyen-oriental, ne sera pas demain applicable au sein même de l'Europe ?

Conclusion générale

Durant ces dernières décennies, l'économie s'est transformée avec la mondialisation aux composantes bien connues : la libre circulation des biens et des services, celle des investissements, des mouvements de capitaux, des flux internationaux, de technologies et de connaissances, les migrations facteurs à la fois économique et socio-politique. Elle est devenue la clé indispensable pour comprendre un monde en marche. L'actualité du sport n'a pas fait exception. Bien plus, elle s'est manifestée au point d'en être un des révélateurs. Ce travail a donc investi ce champ avec le souci d'expliquer ce que l'on voit, ce qui se voit et de montrer ce qui, bien souvent, ne se voit pas, avec le souci de faire le tri entre les idéologies politico-religieuses qui obscurcissent la réalité et la pédagogie qui veut l'éclairer. Faire simple sur ce sujet s'est révélé n'être pas aussi simple qu'il n'y paraît. La simplification vertueuse est celle qui va à l'essentiel et au plus important. C'est le contraire de la caricature. Telle a été l'ambition qui a guidé ce travail.

« Vers l'Orient compliqué, je volais avec des idées simples. »[134] Cette réflexion tirée des *Mémoires de Guerre* du Général De Gaulle , résume en elle tout le regard que traduit cette recherche sur les effets de la mondialisation du sport professionnel au Liban. Certes, il ne s'agit pas de nous embourber dans le labyrinthe complexe d'un pays puzzle aux multiples facettes, mais bien de donner des clés simples pour permettre l'entrée dans une complexité apparente. Aujourd'hui, nos sociétés qu'elles soient orientales ou occidentales, vivent à l'heure de la globalisation, toutes caractérisées par une pluralité en pleine mutation qui doivent conjuguer internationalité et interculturalité. Et cette réflexion veut contribuer modestement à en connaitre la signification profonde. Notre champ d'observation est somme toute modeste. Mais il est de ces terres comme des points névralgiques d'un corps : le Liban est l'un de ces points névralgiques de la mondialisation. Par sa géographie, son histoire, sa démographie, ses migrations, son système socio-politique, il se présente comme un lieu révélateur des faces cachées de la mondialisation, la partie visible de l'iceberg.

[134] L'Appel (1940-1942) dans Mémoires de guerre, I, Plon, Le Livre de Poche historique, 1969, p. 181.

La présente recherche a analysé l'impact de cette mondialisation du sport professionnel au Liban, et de l'autre côté, l'influence de la culture moyen-orientale sur le sport mondial. L'angle d'approche est limité à ce point particulier du sport professionnel au Liban. Là aussi, il s'agit d'un point névralgique eu égard à l'importance qu'il prend dans la vie quotidienne à travers les médias.
L'objectif principal se présentait comme la double face d'une monnaie, d'abord côté pile, il illustrait l'expansion d'un sport professionnel né en Occident se propageant vers le monde oriental, et côté face, il nous montrait l'image d'un Moyen-Orient avide de nouvelles pratiques du sport en relation avec la spécificité de sa culture. La relation entre Orient et Occident est une question qui traverse toute l'histoire récente et n'épargne pas non plus celle du sport mondial. Aujourd'hui le croisé est sans croix mais sa croisade comme autrefois ne laisse pas indifférente. Elle a ses effets dans l'activité du sport professionnel. Ce travail a pour originalité d'être une des toutes premières approches de ce genre en socio-économie du sport, analysant l'interaction dialectique entre le sport mondial et la culture moyen-orientale.

Le premier chapitre a permis de confronter deux approches théoriques en regard l'une de l'autre : la mondialisation et la pratique du sport professionnel. Une troisième approche vient s'y ajouter : la culture moyen-orientale. En effet, le Liban est au carrefour de cultures parmi les plus anciennes au monde. Que ce soit la culture de populations arabes, turques, perses, kurdes, ou encore, à la jonction du Judaïsme, du Christianisme et de l'Islam, leur expérience séculaire a conduit à un développement multiforme des activités sportives. Il était indispensable de bien définir la mondialisation, qui, chez chaque théoricien donne lieu à une approche partielle. Pour l'économiste, la mondialisation désigne l'intégration planétaire des phénomènes économiques, pour le sociologue cette intégration s'inscrit dans les phénomènes culturels. Il en va de même pour le géographe, le politologue, etc.
Quelle que soit l'approche adoptée, tout converge à montrer que la mondialisation comme concept né au début du XX^{ème} siècle, avait commencé avec le développement de l'humanité sur la surface de la terre, au gré des circonstances qui l'atténuent et de celle qui l'amplifient et l'accélèrent (Thomas, 1994).

L'étude des impacts socio-économiques de la mondialisation ainsi que la spécificité du sport contemporain au Liban, abordée au chapitre deux, met en évidence

l'importance de l'articulation entre les sphères économiques, politiques, sociales et culturelles. L'émergence du sport professionnel libanais dans la mondialisation et son influence, est marquée par le contexte socio-culturel d'un pays qui subit encore aujourd'hui les effets cumulés de sa marginalisation durant la guerre civile et du renversement des flux économiques au profit d'une nouvelle porte d'entrée régionale que deviennent Dubaï, le Qatar et l'Iran.

Le chapitre trois a permis de répondre à la question centrale de l'impact de la mondialisation du sport professionnel au Liban et vice-versa. L'étude empirique a démontré que nos hypothèses posées au début de notre recherche se sont vérifiées. **L'intensité de l'impact du sport mondial sur le sport libanais est largement supérieure à l'impact qu'exerce le Liban sur le sport mondial.** Cela apparait évident dans un pays qui a été colonisé longtemps par l'Occident. Ce qui a freiné le processus de son développement est dû à trente ans de guerre civile, et à une mentalité défavorable aux pratiques sportives et au soutien de son financement.
Le quatrième chapitre ouvre le débat et la discussion sur l'influence du passé colonial d'un pays inféodé à une domination occidentale marquée aujourd'hui par son américanisation. Nous avons voulu montrer que cette influence internationale s'était inscrite sur le marché libanais tant celui des joueurs que celui des consommateurs dans une société morcelée par son particularisme politico-confessionnel. Le travail a permis de dégager les facteurs réducteurs et amplificateurs de la mondialisation du sport professionnel au Liban et de comprendre combien les leviers permettant d'agir sur cette mondialisation étaient dérisoires face à un phénomène irréversible. Le pays du cèdre, est à l'image de David face à Goliath, à l'échelle mondiale son influence est négligeable, elle l'est surtout à cause d'un potentiel inexploité.
Au terme de ce parcours, s'applique la réflexion du General de Gaulle sur le rayonnement d'un pays à travers ses élites intellectuelles et la renommée de ses sportifs qui offrent à la jeunesse la perspective d'un idéal.
Comme nous l'a montré l'étude, la diaspora libanaise a fait rayonner ce pays aux modestes dimensions bien au-delà de son espace géographique, le rendant présent au débat que peut susciter une réflexion sur la mondialisation. Il brille à l'étranger par ses penseurs, ses savants, ses artistes mais pas à travers le sport et ses sportifs professionnels.

Le Moyen-Orient demeure traversé par de profondes contradictions qui mettent en permanence ses régions sous le feu de l'actualité mondiale : guerre en Syrie et en Irak, soubresauts provoqués par les « printemps arabes » : transition politique douloureuse en Égypte, conflit permanent entre Palestine et Israël…

Après des décennies de guerre, le Liban cherche sa voie, alors que ses populations sont frappées d'hémorragie migratoire, et à reformuler son identité à travers la rencontre de chacun dans la pratique sportive, allant bien au-delà de tout appartenance socio-confessionnelle et permettant de fonder une société plus solidaire et grande par la qualité de sa jeunesse, attachée à un idéal sportif.

En 1960, les athlètes français reviennent bredouilles des Jeux Olympiques de Rome. Le général De Gaulle s'irrite. Il réagit et décide de s'impliquer davantage dans le domaine sportif. Maurice Herzog devient son secrétaire d'Etat aux sports, et lance un grand mouvement pour démocratiser le sport. Il quadrille le territoire d'équipements sportifs et adopte une stratégie où l'éducation nationale prend en charge la formation sportive des jeunes. Des fonds considérables sont investis. La France s'installe dans le Top des 10 nations du sport. Ce modèle français, est le chemin tout tracé encore aujourd'hui pour le Liban. L'imiter est plus important que de ressasser un passé, une relation perturbée, s'en inspirer permettra une impulsion nouvelle tant pour un marché aux dimensions modestes que pour une professionnalisation plus performante de ses cadres sportifs. C'est cela qui entrainera l'engagement de nouveau sponsors et le bénéfice de nouveaux investissements.

Certes, le Liban n'est pas le Qatar (90 000 euros PIB/Habitant), mais il n'est pas l'Iran non plus (3800 euros PIB /Habitant). Les ressources humaines et financières ne manqueront pas si elles répondent à un vrai dynamisme et à l'enthousiasme de toute une population. A cet égard, la religion a pu structurer la société libanaise et manifester une influence positive durant les années de guerres pour cimenter le tissu social, mais notre étude a bien révélé aussi combien ces effets ont été négatifs sur le système sportif au Liban. Le pays manque de façon chronique d'élites sportives, d'un vrai rayonnement à l'étranger, sous-tendu par des réformes politiques et économiques intégrant le sport et son organisation publique. La lutte contre la corruption administrative, et contre le non-respect des lois internationales doivent s'inscrire comme prioritaires. L'absence notoire du pays aux évènements sportifs majeurs, est un manque regrettable car ces derniers ont toujours un impact socio-économique important.

Dans la mesure où se manifestera cette volonté d'ouverture, la mondialisation aura des effets positifs sur le sport professionnel au Liban et celui-ci pourra déployer à l'international une image dynamique d'un pays aux ressources trop souvent négligées.

Annexes

Annexe 1 : questionnaire aux joueurs professionnels libanais

1. Indiquez votre tranche d'âge

- 20-25
- 26-32
- 33-40

2. Quel sport pratiquez-vous?

- Basketball
- Football
- Autres

3. Etes-vous sportif professionnel?

- Oui
- Non
- Semi-pro

4. Combien d'heures moyennes vous entraînez-vous par jour?

- Plus que 8h d'entrainement par jour
- Entre 5h-8h
- Entre 1h-4h

5. Avez-vous une activité professionnelle a côté?

- Oui
- Non
- En recherche

6. Votre carrière professionnelle après la retraite, la voyez-vous dans le sport au Liban?

- Oui au Liban
- Oui, mais pas au Liban
- Non pas dans le sport

- Je n'ai pas encore pensé

7. Quelle pratique sportive suivez-vous à la télé régulièrement ?

- Basket
- Foot
- Autre
- Je ne regarde pas la télé

8. Quel championnat préférez-vous suivre dans les médias ?

- Championnat libanais de Basketball
- La NBA
- Un championnat européen ou du moyen orient

9. Pensez-vous que le championnat libanais est en déclin économique ?

- Oui
- Non
- Stable depuis le début des années 2000

10. Pensez-vous que le championnat libanais a perdu de sa popularité et de son attractivité ?

- Oui
- Non
- Stable depuis 10 ans

11. Utilisez-vous des articles de sport (chaussures, t-shirt…) à l'effigie d'une star mondiale ? (ex: messi, ronaldo, bryant…)

- oui
- Non jamais

12. Votre joueur de Basketball préféré qui joue actuellement, est-il de ?

- La NBA
- Championnat Libanais et Moyen-Orient
- Européen
- Aucun

13. Selon-vous l'implication de la religion dans le sport professionnel Libanais

- Bonne influence
- Nuisible
- Pas d'influence
- Je ne veux pas donner mon avis

14. l'implication de la politique nuit-elle au Basketball Libanais ?

- Oui
- Non
- Neutre
- Je ne veux pas donner mon avis

15. Pouvons-nous trouver des chaussures de sport qui portent votre nom dans le marché ?

- oui
- non

Suivi des réponses à votre questionnaire

Questionnaire

Nom questionnaire	Joueurs Libanais haut niveau
Créateur	ziad.joseph.rahal@gmail.com
Date création questionnaire	25-03-2016
Nombre de questions	15
Nombre de questions obligatoires	15

Bilan des réponses

Nombre total de destinataires	9
Nombre de destinataires ayant répondu	9
Pourcentage de destinataires ayant répondu	100 %

Suivi des réponses

Destinataires	Nombre de réponses	Pourcentage de réponses	Date dernière réponse
Fadi El Khatib (Basketball)	15	100 %	06-05-2016
Jean Abdel Nour (Basketball)	15	100 %	28-04-2016
Elie Stephan (Basketball)	15	100 %	05-05-2016
Rony Fahed(Basketball)	15	100 %	05-05-2016
Ali Mahmoud(Basketball)	15	100 %	06-05-2016
Karen Chammas (Judo)	15	100 %	29-04-2016
Nadim Nassif (Futsal et sport de combat)	15	100 %	05-05-2016
Wael Koubrously (Natation)	15	100 %	02-05-2016
Tarek Charaf (Water polo)	15	100 %	05-06-2016

Annexe 2 : questionnaire aux spectateurs libanais

1. Indiquez votre âge
Réponse
20-26
27-33
plus que 33

2. Pratiquez-vous du sport en compétition ?
Réponse
Oui
Non, seulement en tant que loisir
Non, je ne fais pas de sport

3. Suivez-vous le sport dans les médias ? (magazines, sites internet…)
Réponse
Oui
Non

4. Suivez-vous régulièrement le sport à la Télévision ?
Réponse
Oui
Non

5. Quelle est votre chaîne favorite pour regarder le sport ?
Réponse
Chaînes locales
BeIn Sports (Al Jazeera sport)
Sur des sites en ligne

6. Quel sport préférez-vous regarder ?
Réponse
Football
Basketball
Tennis
Autres

7. Lequel de ces championnats de Basketball vous intéresse le plus ?
Réponse
Le championnat Libanais
Un championnat du monde arabe
Le Championnat Européen

8. Et entre ces championnats de Basketball ?
Réponse
La NBA
Le championnat libanais
Le championnat européen

9. Entre la ligue des champions de football et la NBA que choisissez-vous de suivre à la
Réponse
League des champions
La NBA
Aucun des deux

10. Quels articles sportifs achetez-vous le plus ?
Réponse
Equipements Foot
Equipements Basket
Autres

11. Durant l'année, quel équipement sportif achetez-vous le plus ?
Réponse
Chaussures
t-shirt, short et survêtements
Autres équipements

12. De quel championnat de Basketball font partie vos stars sportives préférés :
Réponse

Libanais
Américain
Européen
Je ne préfère aucun joueur

13. Comment qualifierez-vous votre attraction pour le sport Libanais en général dans les médias ?
Réponse
Faible attraction
Moyenne attraction
Forte attraction

14. Comment qualifierez-vous votre attraction pour le sport en Europe et en Amériqu dans les médias ?
Réponse
Forte attraction
Moyenne attraction
Faible attraction

15. Selon vous l'implication de la religion dans le sport au Liban produit un effet
Réponse
Négatif
Positif
Aucun effet

16. Selon vous l'implication de la politique dans le sport au Liban produit un effet
Réponse
Négatif
Positif
Aucun effet

17. La situation économique et sécuritaire du Liban nuit-elle au sport libanais ?
Réponse
Oui
Non
Aucune idée

18. Etes-vous prêt à voyager pour regarder un match de la coupe du monde de footbal
Réponse
Oui bien sûr
Non pas du tout

Suivi des réponses à votre questionnaire

Questionnaire

Nom questionnaire	Le Sport Professionnel
Créateur	ziad.joseph.rahal@gmail.com
Date création questionnaire	26-03-2016
Nombre de questions	18
Nombre de questions obligatoires	5

Bilan des réponses

Nombre total de destinataires	86
Nombre de destinataires ayant répondu	80
Pourcentage de destinataires ayant répondu	93 %

Suivi des réponses

Destinataires	Nombre de réponses	Pourcentage de réponses	Date dernière réponse
U1BJ359aSHd	18	100 %	20-05-2016
U1EJMZ3xVor	18	100 %	22-04-2016
U2cNo65SjOW	18	100 %	06-05-2016
U5bNpSYyRU3	17	94 %	06-05-2016
U622Dh6KDdB	18	100 %	06-05-2016
U7IMOpZRkLO	18	100 %	17-05-2016
U8KoC49eLpA	18	100 %	18-05-2016
U9wBQuEzi36	18	100 %	27-04-2016

Annexe 3 : Guide d'interviews (en français)

Nous avons utilisé, un questionnaire semi-directif, pour aborder successivement les questions de fonctionnement organisationnel ou encore de reconstitution d'expériences et d'évènements selon nos interlocuteurs. Ces entretiens d'une moyenne de deux heures chacun, ont été réalisés dans les bureaux respectifs de nos interlocuteurs, de juin à septembre 2016. Ils se sont déroulés en français, en arabe, en espagnol, et en anglais, selon le schéma suivant :

a- Identité de l'interlocuteur :

Nom :
Prénom :
Nationalité :
Fonction et position dans le mouvement sportif :

b- Informations recherchées : ex : information sur le sport scolaire au Liban, sur l'implication politico-religieuse, sur le marketing sportif. etc…

c- Prise de position et point de vue de notre interlocuteur

d- Demande de statistiques et pourcentages

Annexe 4 : Guide d'interviews (en anglais)

1- What is the cost of acquiring the licensing of Basketball and Football leagues in Lebanon? and how is the profit redistributed on teams?

2- What are the average salaries of Lebanese Basketball and football players?

3- What are the missing elements of Lebanon's sporting economic model to have it function similar to Europe and the United States' model? In other words, teams, leagues, Why can't those teams and leagues become financially self-sufficient and have them seek private investments/funding for those projects?

4- Why isn't Lebanon organizing regional and international sporting events anymore? What are the economic and social impacts of these types of events on Lebanon's economy?

5- What form of corruption, if any, does the sports in Lebanon have? What can you tell me about the financial aids that are derived from International and Lebanese federations? What is the dollar amount? How are these aids spent? Can you provide me with documentation (proof) for these figures (dollar amounts)?

6-In your opinion, Is the religious and political intervention good or bad for the sports in Lebanon?

Bibliographie

ABBASSI D. Le nouveau récit identitaire au cœur des stades, Quand la Tunisie s'invente. *Entre Orient et Occident, des imaginaires politiques* 2009 ; 101-124.

ADDA J. *La mondialisation de l'économie*. Paris : La Découverte, 2012.

ADORNO T. et HORKHEIMER M. *« Kulturindustrie » : Raison et mystification des masses*. Paris : Allia, 2012.

AHN S. *Mondialisation et transformation des marchés du travail*. Lille : Atelier national de reproduction des thèses, 2006.

AMARA M. *Sport, Politics and Society in the Arab World*. New York : Palgrave Macmillan, 2012.

AMARA M. Sport and Political Leaders in the Arab World. *Histoire et Politique* 2014 ; 23(2) : 142-153.

AMIN S. *Les défis de la mondialisation*. L'Harmattan, Paris, 1997

ANDREFF W. Globalization of the sports economy. *Rivista di diritto ed economia dello sport* 2008 ; 4 : 13-32.

ANDREFF W. *Le sport : enjeu économique, outil politique*. Paris : Revue politique et parlementaire, 2009.

ANDREFF W. *Economie internationale du sport*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2010.

ANDREFF W. *Contemporary Issues in Sports Economics Participation and Professional Team Sports*. London : Edward Elgar Ltd, 2011.

ANDREFF W. *Évènementiel sportif, impact économique et régulation. Michel Desbordes et André Richelieu.* Néo-marketing du sport. Regards croisés entre Europe et Amérique du Nord, De Boeck 2011 ; 67-90.

ANDREFF W. *Mondialisation économique du sport*. Bruxelles : De Boeck, 2012.

ANDREFF W., NYS J.F. *Economie du sport*. Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2002.

ANDREFF W., SZYMANSKI S. *Handbook on the Economics of Sport*. London : Edward Elgar Publishing Ltd, 2009.

ANGUS M. Development centre studies the world economy historical statistics: historical statistics. Publié en français sous le titre : L'ÉCONOMIE MONDIALE Une perspective millénaire ; OECD 2001.

ARTUS P. *La nouvelle économie*. Paris : La Découverte, 2001.

ASKENAZY P. *Les décennies aveugles*. Paris : Points, 2014.

AUGUSTIN J.P. *Sport, géographie et aménagement*. Paris : Nathan, 1995.

AUGUSTIN J.-P. Les variations territoriales de la mondialisation du sport. *Mappemonde* 1996 ; 4 : 16-20.

AUGUSTIN J.P. *Géographie du sport : Spatialités contemporaines et mondialisation.*
Paris : Armand Colin, 2007.

AUGUSTIN J.P. Le sport attracteur d'organisation sociale et intermédiaire de la mondialisation. *Annales de géographie* 2011 ; 4 : 353-360.

BAADE R. Professional sports as catalysts for metropolitan economic development. *Journal of Urban Affairs* 1996 ; 18 : 1-17.

BEGOT J.O. La dialectique prise au mot. *Critique* 2005 ; 4 : 301-311.

BEN-PORAT A. Oh Beitar Jerusalem: The Burning Bush Protest. *The International Journal of the History of Sport* 2001 ; 18 (4) : 123-139.

BARBUSSE B. le management des professionnels du sport. *Revue française de gestion* 2006 ; 168-169(9) : 107-123.

BAUER R., STEINER M. *Injuries in the European Union, Statistical Summary 2005-2007*, Kuratorium für Verkehrssicherheit, Vienna, 2009.

BERAL A. GOBILLOT M. *Etude LNB-UCPB Chiffres Clés du Basket-ball Français* 2015.

BEREND I. *Histoire économique de l'Europe du XXe siècle*. Louvain : De Boeck, 2006.

BERGER S. *Made in monde*. Paris : Points, 2013.

BERISHA-KRASNIQI V., BOUËT A. & MEVEL S. Les accords de partenariat économique: Quels enjeux pour le Sénégal ? *Revue de l'OFCE* 2008 ; 4 : 65-116. doi:10.3917/reof.107.0065.

BIPLAN P. Les compagnies aériennes entre la nation et la mondialisation. *Hérodote* 2004 ; 3 : 56-70. doi:10.3917/her.114.0056.

BLAIS-MORISSET P., BOUCHER V. et FORTIN, B. L'impact des dépenses publiques consacrées au sport sur les médailles olympiques. *Revue économique* 2017 ; 4 : 623-642. doi :10.3917/reco.684.0623.

BLANC P., CHAGNOLLAUD J.P. *Déni de politique et violence au Moyen-Orient*. Paris : Presses De Sciences Po, 2014.

BLANC P. Le sport au Liban : un révélateur de la société. *Les Cahiers de Confluences* 2004 ; 159-161.

BOUCHET P., KAACH M. Existe-t-il un « modèle sportif » dans les pays africains francophones ? *STAPS* 2004 ; 65 : 7-26.

BOLDUC D., AYOUB A. *La mondialisation et ses effets : revue de la littérature. Montréal :* Québec, 2000.

BOUET M. Signification du sport. *Revue française de sociologie* 1995 ; 12(2) : 263-264.

BOUKHATER L. Basket au Liban. *Outre-Terre* 2004 ; 8 : 129-130.

BOURDIEU P. Les Jeux olympiques [Programme pour une analyse]. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 1994 ; 103 : 102-103.

BOURDIN A. La comparaison telle quelle s'écrit. *Espaces et sociétés 2015* ; 4 : 153-160.

BOURG J.F, GOUGUET J.J. La mondialisation des marchés du sport. *Économie du sport 2012*. Paris : La Découverte, p. 37-57.

BOUVIER P. Colonisation et pratiques sportives. *Journal des anthropologues* 2014 ; 120-121.

BROCHAND C. Le sport et la télévision : un vieux couple à histoires. Communication et langages 1992 ; 25-40. DOI : 10.3406/colan.1992.3675

CAGE J. Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie. Paris : Le Seuil, 2015.

CAPDEPUY V. Proche ou Moyen-Orient ? Géohistoire de la notion de Middle East. *L'Espace géographique* 2008 ; 37(3) : 225-238.

CASTAIGNEDE M. La régulation du partage du pouvoir politique au Liban : la logique communautaire dans le cadre des accords de Taëf. *Science politique,* 2014.

CHAMPAGNE J. La diplomatie sportive du Qatar, instrument d'une nouvelle notoriété internationale. *Géoéconomie* 2012 ; 3 : 67-80.

CHANTELAT P., BOUHAOUALA M., CHAMPELY S. Les logiques socio-économiques des clubs sportifs amateurs : une analyse des budgets. *STAPS* 2001 ; 55 : 61-78.

CHAPUS E. *Le sport à Paris en 1854*. Paris : Hachette, 1854.

CHEHABI H.E, Sport and Politics in Iran: The Legend of Gholamreza Takhti. *The International Journal of the History of Sport* 1995 ; 12 : 48-60.

CHESNAIS F. *La finance mondialisée*. Paris : La Découverte, 2012.

CHESNOT C., MALBRUNOT G. *Qatar, les secrets du coffre-fort*. Paris : J'ai lu, 2014.

CHOGNOT J.P. La balle orange au pays du Cèdre. Article publié dans *le « MaxiBasket »*. Août-septembre 2010 ; 86-89

COMETTI A., GASPARINI W. *Le sport à l'épreuve de la diversité culturelle Intégration et dialogue interculturel en Europe : analyse et exemples de pratique*. Strasbourg : Conseil de l'Europe, 2010.

CORDELIER S. *La mondialisation au-delà des mythes*. Paris : La Découverte, 2000.

COTTE M. Le patrimoine technique de l'époque moderne, aperçu d'un monde en transition. Artefact, 2016 ; 371-383.

CROUZET G. *Les Britanniques et l'invention du Moyen-Orient : essai sur des géographies plurielles*. Esprit 2016 ; 5 : 31-46.

DAVID K., ROBERT E.W. *Sociological Perspectives on Sport: The Games outside the games*. London ; New York : Routledge, 2015.

DELAS J.P., MILLY B. « Chapitre 3 -Quatre fondateurs de la sociologie », *Histoire des pensées sociologiques*. 2015 : 111-187.

DE COUBERTIN, P. *Mémoires Olympiques*. Lausanne : Bureau International de Pédagogie, 1931.

DORSEY J. le sport, une arme à double tranchant pour les pays du Golfe. *ORIENT XXI, 2013*.

DUBAR C. Structure confessionnelle et classes sociales au Liban. *Revue française de sociologie* 1974 ; 301-328.

DUMONT G.F. LE MOYEN-ORIENT, ESPACE GÉOGRAPHIQUE ET GÉOPOLITIQUE [The Middle East, geopolitical and geographical territory]. Géostratégiques, 2005 ; 23-34.

DURAND-BARTHEZ M. Outils et méthodes. *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2009 ; 46(4) : 44-59.

DURKHEIM E. *Les règles de la méthode sociologique*. Paris : Hatier, 1975.

EDMOND M. et PICARD D. « Interaction », *Vocabulaire de psychosociologie*. ERES 2002 : 189-196.

FRANK P. J. *Global sports cultures, Markets and organizations*. London : World Scientific, 2009.

FRENKEL S. Globalization, athletic footwear commodity chains and employment relations in China. *Organization Studies* 2001 ; 22(4) 531-562.

FOURASTIE J. *Les TRENTES GLORIEUSE ou la révolution invisible*. Fayard 1979.

GAILLE A. L'esprit du jeu : jouer, donner, s'adonner. *Revue de Mauss 2015 ;* 45 : 5-24.

GANASSALI S., DIDELLON L. Le transfert comme principe central du parrainage. *Recherche et Applications en Marketing 1996 ;* 1 : 37 – 48 doi.org/10.1177/076737019601100103

GARRIGOU A., AUGUSTIN J.P. *Le Rugby démêlé : Essai sur les associations sportives, le pouvoir et les notables*. Le Mascaret, 1985.

GASPARINI W. Le sport entre communauté et communautarisme. Sciences de l'Homme et Société 2007 ; 77-83.

GASPARINI W. La construction sociale de l'organisation sportive. *STAPS* 1997 ; 43 : 51-70.

GENTY M., SUDRE D. *Le sport : diffusion globale et pratiques locales*. Paris : L'harmattan, 2014.

GENZLING C. Un mémorable repas de patron. *Tous urbains* 2017. 3 : 102-104. doi:10.3917/tu.019.0102.

GILLON P. La politique sportive des Emirats du Golfe : comment obtenir une visibilité internationale ? *Revue algérienne d'anthropologie et des sciences sociales* 2006 ; 29-38.

GODDARD J., SLOANE P. *Handbook on the Economics of Professional Football.* London : Edward Elgar Publishing Ltd, 2014.

GOUGUET J.J. BOURG J.F. *Economie du sport*. Paris : La Découverte, 2005.

GUERIN J.P., Di Ruzza F., Gerbier B. — Ski en crise, essai sur l'économie du sport. *Revue de Géographie Alpine* 1978 ; 3 : 357-358.

GUEYNARD B. Near East ou Middle East : histoire d'une terminologie. *Outre-Terre* 2005; 4 : 17-20.

HADDAD S. Lebanon: from consociationalisme to conciliation. *Nationalism and Ethnic Politics* 2009; 15 : 398-416.

HARB I. Lebanon's Confessionalism: Problems and Prospects. *United States Institute of Peace,* 2006.

HEIMERMANN B. Les gladiateurs du Nouveau Monde. Histoire des sports aux Etats-Unis. Paris : Gallimard, 1990.

HEYBERGER B. et GIRARD A. « Chrétiens au Proche-Orient. Les nouvelles conditions d'une présence », *Archives de sciences sociales des religions* 2015 ; 3 : 11-35.

HUWART J.Y. et VERDIER L. *La mondialisation économique : origines et conséquences*. Les essentiels de l'OCDE 2012 ; 38-40.

IILKA V. La Función del deporte en la sociedad: salud, socialización, economía. *Consejo de Europa,* 1999.

JOHNES M. *A brief overview of the history of sport in the UK*. USA : Berkshire Publishing, 2005.

JÖNSON C. Impacts of Hosting a Sport Event in Tourism High Season. *Recreation and society in Africa, Asia and latin America* 2014 ; 5(1).

LASSUS M. L'affaire Ladoumègue. *Le débat amateurisme/ professionnalisme dans les années trente*. Paris : L'Harmattan, 2000.

LEBOUTET L. Note sur l'introduction de mots anglais dans le vocabulaire de la psychologie. *Enfance 1955 ;* 8(5) : 509-514.

LE GUEN C. *La Dialectique freudienne. Paris :* Presses Universitaires de France, 1982.

LOONEY R. *Handbook of US-Middle East Relations*. London ; New York : Routledge, 2009.

LOUVEAU C. Les pratiques sportives des français: usages sportifs du temps libéré. *Cahiers du Genre* 2004 *; 36 : 163-183*.

LUTTWAK E. *Le turbo-capitalisme. Paris :* Odile Jacob, 1999.

MAGUIRE J. sport and globalization. *Sport in society* 2011; 14 : 965-977.

MASAMI S. KENJI, I. modern sport and the problem of others. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Gymnica* 2005 ; 36(2) : 79-83.

MATAR L. *La spécificité du capitalisme libanais*. Publishing and marketing house, 2004.

MC LUHAN M. *Les prolongements technologiques de l'homme*. Paris : Seuil, 1968.

MEINTEL D., LEBLANC M. Présentation : La mobilité du religieux à l'ère de la globalisation. *Anthropologie et Sociétés* 2003 ; 27(1) : 5–10. doi:10.7202/006999ar

MONTAGNE S. *Les fonds de pension*. Paris : Gualino, 2008.

NASSIF N. Corruption in Sport : the case of Lebanon. *Middle East Law and Governance* 2014 ; 2 : 123-140. Doi: 10.1163/18763375-00602003

PAQUIN S. Bouchard, Durkheim et la méthode comparative positive. *Politique et Sociétés* 2011 ; 1 : 57–74. doi:10.7202/1006059ar

PARLEBAS P. Une rupture culturelle : des jeux traditionnels au sport. *Revue internationale de psychosociologie 2003 ; 20 : 9-36.*

PASCAL C. Information and communication technologies, cultures and ecopublic-commitments: for a complex participative responsability with knowledge management in the concrete « glocal » ground : association of ecocitizenship of the Bay of Arcachon. *Les écosystèmes numériques et la démocratisation informationnelle : Intelligence collective, Développement durable, Interculturalité, Transfert de connaissances* 2015. Schoelcher, France.

PATEZ F. Les relations communautaires ethniques selon Max Weber. *Les Cahiers du Cériem, Centre d'Etudes et de Recherches sur les Relations Interethniques et les Minorités* 1997 : 53-61.

POCIELLO C. *Sports et société. Approche socioculturelle des pratiques*. Paris : Vigot, 1981.

POCIELLO C. *Les cultures sportives*. Paris : Presses Universitaires de France, 1995.

RASPAUD M. *Histoire du football au Brésil*. Paris : Chandeigne, 2010.

RASPAUD M. Méga-événement sportif et situation d'exception : le Brésil et la *Copa* 2014. *Les temps modernes* 2014 ; 2 : 122-128.

REICH R. *L'économie mondialisée*. Paris : Dunod, 1993.

REICHE D. War Minus the Shooting? The politics of sport in Lebanon as a unique case in comparative politics. 2011 Department of Political Studies and Public Administration, American University , Beirut , Lebanon. https://doi.org/10.1080/01436597.2011.560468

REICHE D. *Success and Failure of Countries at the Olympic Games*. London : Routledge, 2016.

REINHART C., ROGOFF K. *Cette fois, c'est différent*. Paris : Pearson, 2010.

ROBERTSON R. Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. Dans M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (dir.), *Global modernities (1ère ed., p. 25-44)*. London, UK : Sage publications, 1995.

ROBERTSON R. *European Glocalization in Global Context*. New York : Palgrave Macmillan, 2014.

ROCHE M. *Mega-Events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. London : Routledge, 2000.

ROUDAUT M. Contrefaçon en Europe : le vent en poupe. *Sécurité globale* 2008 ; 2 : 111-123. doi:10.3917/secug.004.0111.

SACHS J., WYPLOSZ C. The economic consequences of President Mitterrand. *Economic Policy* 2014; 1(2) : 261-306.

SAIKAL A. *The Arab World and Iran: A Turbulent Region in Transition*. New York: Palgrave Macmillan, 2016.

SEIGNOUR A. Méthode d'analyse des discours. L'exemple de l'allocution d'un dirigeant d'entreprise publique. *Revue française de gestion* 2011 ; (2) : 29-45.

SOBRY C. *Socio-économie du sport: Structures sportives et libéralisme économique*. Bruxelles : De Boeck Université, 2003.

SOBRY C. *Le tourisme sportif*. Lille : Presses Universitaires du Septentrion, 2005

SUGDEN J., TOMLINSON A. *FIFA and the contest for world football: who rules the people's game?* United Kingdom : Polity Press, 1998.

TAKAHASHI T. *Audience Studies: A Japanese Perspective*. London: routledge, 2009.

TERRAL S. Les pratiques vestimentaires des jeunes, l'apparence au service de la sociabilité adolescente. *Education,* 2013.

THOMAS J.P. *Les politiques économiques au XXe siècle*. Paris : Armant Colin, 1994.

THOMPSON G. *Introduction : situer la mondialisation*. Revue Internationale des Sciences Sociales 1999 ; 160 : 159-174.

SAINT-PAUL G. *L'impact de la globalisation sur les pays pauvres*. Pessac : Presses universitaire de Bordeaux, 2007.

SMITH A., STEWART R. *Sport management: a guide to professional practice*. New York: Allen and Unwin , 1999.

SZYMANSKI S. *Football Economics and Policy*. New York : Palgrave Macmillan, 2010 (a). Doi 10.1057/9780230274266

SZYMANSKI S. *The Comparative Economics of Sport*. Basingstoke ; New York : Palgrave Macmillan, 2010(b). Doi 10.1057/9780230274273

VERDEL E., GHALEB F., VELUT S. *Atlas du Liban*. Liban : Institut Français du Proche-Orient 2007.

WANN D., MELNICK M., RUSSEL G., PEASE D. *Sport fans: The psychology and social impact of spectators*. New York: Routledge, 2001.

WEBER M. *The Sociology of Religion*. New York : Beacon Press, 1993.

ZINTZ T. et WINAND M. Les fédérations sportives. *Courrier hebdomadaire du CRISP* 2013 ; 14 : 5-52. Doi :10.3917/cris.2179.0005.

Webographie :

AMARA M. The Pillars of Qatar's International Sport Strategy, e-international 2013. Disponible sur http://www.e-ir.info/2013/11/29/thepillars-of-qatars-international-sportstrategy/ (consulté le 09.09.2015)

AL-QATARI H. *Kuwait launches sports clubs for women. T*he associated Press, Kuwait City 2013. Disponible sur : https://eng-archive.aawsat.com/theaawsat/lifestyle-culture/kuwait-launches-sports-clubs-for-women (consulté le 15.05.2016)

AUGIAS D. *Le sport comme objet d'histoire politique et sociale.* 2014. Disponible sur : http://www.slate.fr/story/92455/sport-histoire-politique-et-sociale (Consulté le 23.10.2015)

BEN HAYYAN K. *Au Liban, le sport victime des tensions confessionnelles*. 2014. Disponible sur : http://geopolis.francetvinfo.fr/les-tensions-confessionnelles-empoisonnent-le-sport-au-liban-37821 (consulté le 01.08.2015)

BERTRAND P. *Le sport pèse 35 milliards d'euros en France. 2014*. Disponible sur : https://www.lesechos.fr/19/09/2014/LesEchos/21775-083-ECH_le-sport-pese-35-milliards-d-euros-en-france.htm#a21k6KzZgRirOwK8.99 (consulté le 04/05/2014)

BOZARSLAN H. *Sociologie politique du Moyen-Orient*. La Découverte 2011. Disponible sur : https://www.cairn.info/sociologie-politique-du-moyen-orient--9782707167040.htm (Consulté le 23.10.2015)

BROWN M. A statistics-based analysis of the biggest global sports. 2013. Disponible sur : http://www.biggestglobalsports.com/calculation-method/4581015470 (consulté le 01.10.2014)

CIRION J. *Sport power : la stratégie d'influence du Qatar*. Trop libre 2015. Disponible sur : http://www.trop-libre.fr/la-strat%C3%A9gie-de-%C2%AB-sport-power-%C2%BB-du-qatar/ (consulté le 15.05.2016)

CHOGNOT J.P. *La balle orange au pays du Cèdre*. Overblog 2013. Disponible sur : http://actadiurna.over-blog.com/article-la-balle-orange-au-pays-du-cedre-70346503.html (consulté le 11.09.2016)

CHOGNOT J.P. *Je ne voulais pas de wildcard*. Overblog 2013. Disponible sur : http://actadiurna.over-blog.com/article-fadi-el-khatib-je-ne-voulais-pas-de-wildcard-70345238.html (consulté le 11.09.2016)

COCHENNEC Y. *Droits télé sportifs : de plus en plus de prétendants, mais combien d'élus ?* Slate 2016. Disponible sur : http://www.slate.fr/story/114635/sport-television-droits (consulté le 11.09.2016)

FORDE O. *Sports in Norway*. Disponible sur : http://www.reisenett.no/norway/facts/nature_outdoors/sports.html. (consulté le 15.05.2016)

GATE J. Droits des femmes et révolutions arabes. *La Revue des droits de l'homme* 2014. mis en ligne le 07 novembre 2014. URL : http://journals.openedition.org/revdh/929 ; DOI : 10.4000/revdh.929

HENRY T. *PepsiCo, champion des dépenses sponsoring aux Etats-Unis*. Sports marketing 2015. Disponible sur : http://www.sportsmarketing.fr/pepsico-classement-depenses-sponsoring-etats-unis/ (consulté le 01.10.2015)

JARJOURA K. *Liban, les métiers du chaos*. L'actualité 2008. Disponible sur http://lactualite.com/monde/2008/05/20/liban-les-metiers-du-chaos/ (consulté le 15.05.2016)

LIEW J. *Massive investment in Paris St-Germain is part of Qatari search for a fix when oil runs out*. 2013. Disponible sur http://www.telegraph.co.uk/sport/football/european/10026685/Massive-investment-in-Paris-St-Germain-is-part-of-Qatari-search-for-a-fix-when-oil-runs-out.html (consulté le 15.05.2016)

MARCINIAK J. *La diaspora chinoise*. 2016. Disponible sur : https://www.ladissertation.com/Archives-du-BAC/BAC-Histoire--Geo/La-diaspora-chinoise-241433.html (consulté le 01.11.2016)

MOATI P. *La vente à distance dans la nouvelle révolution commerciale*. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie 2009. Disponible sur : http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C261.pdf (consulté le 15.05.2016)

LAURENT S. *Football : la bataille des droits TV en Afrique.2017*. http://www.inaglobal.fr/television/article/football-la-bataille-des-droits-tv-en-afrique-9499 (consulté le 01.02.2017)

PELLETIER B. *La maladresse interculturelle de Puma*. Gestion des Risques Interculturels 2011.Disponible sur : http://gestion-des-risques-interculturels.com/risques/la-maladresse-interculturelle-de-puma/ (consulté le 15.05.2016)

ROUSTAN M., LEHUEDE F., HEBEL P. *Qu'est-ce qu'Internet a changé aux modes d'achat des Français ?* Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie 2005. Disponible sur : http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C213.pdf (consulté le 15.05.2016)

PARIZOT P. *A la découverte du basket libanais avec Jean Denis Choulet*. Jean Denis Choulet 2013. Disponible sur : http://basket-infos.com/2013/03/04/a-la-decouverte-du-basket-libanais-avec-jean-denys-choulet-2/ (consulté le 11.09.2016)

The middle east. 2014. Disponible sur : http://www.arabianbusiness.com/authors/claire-ferris-lay-66372.html (consulté le 15.05.2016)

Disparition d'Antoine Choueiri, figure emblématique des médias au Moyen-Orient. Affaires médias et pub 2010. Disponible sur : http://www.choueirigroup.com/media/3807/cdl-affaires.pdf (consulté le 15.05.2016)

Le Liban a la pire connexion internet au monde. Le commerce du levant 2011. Disponible sur : http://www.lecommercedulevant.com/node/18321 (consulté le 15.05.2016)

Sponsoring sportif, entrée dans une nouvelle ère. Revue des marques 2012. Disponible sur : http://www.prodimarques.com/documents/gratuit/80/sponsoring-sportif.php (consulté le 11.09.2016)

REDBULL OU LE MARKETING VIA LE SPORT EXTRÊME. Sebmare 2015. Disponible sur : http://www.sebastienmarechal.com/outbound-marketing/redbull-marketing-du-sport-extreme/ (consulté le 11.09.2016)

Après les stades et les clubs, le naming arrive dans les compétitions sportives. Le Scan Sport 2015. Disponible sur : http://sport24.lefigaro.fr/le-scan-sport/business/2015/02/08/27004-20150208ARTFIG00119-apres-les-stades-et-les-clubs-le-naming-arrive-dans-les-competitions-sportives.php (consulté le 23.12.2015)

Premiers signes de "re-crise" économique. 2015. Disponible sur : http://lexpansion.lexpress.fr/economie/la-demondialisation-pour-lesnuls_258440.html#3dTx0aEQp3i3ufQt.99 (consulté le 11.09.2015)

Lendemain de la guerre, instant de déséquilibre. 2012. Disponible sur : http://entredeuxguerres.e-monsite.com/pages/1918-1929-les-annees-folles-aux-etats-unis.html (consulté le 11.09.2016)

Le derby de Glasgow, une haine qui mêle foot, religion et nationalisme. L'obs 2012. *Disponible sur :* http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/20120326.OBS4623/le-derby-de-glasgow-une-haine-qui-mele-foot-religion-et-nationalisme.html (consulté le 11.09.2015)

Israel protests after Lebanese athletes refuse to share Olympic bus. The Guardian 2016. Disponible sur : https://www.theguardian.com/sport/2016/aug/08/olympics-israel-lebanese-athletes-refuse-share-bus (consulté le 01.10.2016)

La mondialisation du sport. Wordpress 2013. Disponible sur : https://sportetmondialisation.wordpress.com/2013/05/18/i-la-mondialisation-du-sport-3/ (consulté le 01.10.2014)

Dix pays sanctionnés par la Fifa, dont le Chili pour chants homophobes. Belga 2016. Disponible sur : http://www.7sur7.be/7s7/fr/33750/FIFA/article/detail/2959101/2016/11/03/Dix-pays-sanctionnes-par-la-Fifa-dont-le-Chili-pour-chants-homophobes.dhtml (consulté le 01.10.2016)

Fadi el khatib signs Chinese Foshan long lions. 2014. Disponible sur : http://sports-961.com/lebanese-basket-ball-fadi-el-khatib-signs-chinese-foshan-long-lions/ (consulté le 01.08.2015)

BeIN sport rachète les droits de la NBA et réalise le grand chelem. 2015. Disponible sur : http://roadsmag.com/BeIN-sport-rachete-les-droits-de-la-nba-et-realise-le-grand-chelem-3363625910/ (consulté le 01.12.2015)

JO 2016 : quand les sportifs israéliens sont boycottés. 2016. Disponible sur : http://tempsreel.nouvelobs.com/sport/jeux-olympiques-rio

2016/20160811.OBS6180/jo-2016-quand-les-sportifs-israeliens-sont-boycottes.html (consulté le 01.12.2016)

Thèses de doctorat et mémoires :

ABOU HAIDAR M. *L'usage politique du sport au Liban durant la période de l'après-Taef : Participation-Observante du milieu libanais*, Th : management du sport : université Claude Bernard Lyon I : 2015.

AL DOUSSARI B. *Sport development in Kuwait: perception of stakeholders on the significance and delivery of sport*. Th: sports management Ohio State University: 2004.

AL TAMIMI Hassan E. *Mass media and development in the state of Qatar*. Th: Boston University : 1995.

BOUCHARD D. *Politique du sport, mondialisation, régionalisation et gouvernance : Une étude comparative de quatre pays du Commonwealth*. Th : sciences et techniques des activités physiques et sportives : Université d'Ottawa : 2001.

BOURG J.F. *Contribution à une analyse économique des marchés du sport professionnel. Une mise en perspective théorique et empirique*. Th : économie du sport : Limoges : 2012.

HAUGE G., MAGNUSSEN M.T. *How has globalization affected the economic, political, social conditions in Brazil?* Th: International business: Copenhagen business school : 2011.

HEIDMANN M. *Transferts et formation des jeunes footballeurs en Europe. Du « rêve sportif » à la régulation politique*. Th : sciences humaines et sociales : université de Strasbourg : 2013.

KERBAJE R. La jeune libanaise face à l'information télévisée : ouverture sur le monde ou repli communautaire : *Le rôle de l´éducation aux médias dans la sensibilisation des jeunes à la démocratie, la citoyenneté et l'entente nationale. Th :* Sciences de l'information et de la communication : université Nice Sophia Antipolis : 2014.

LARAMEE A. Les influences des nouvelles technologies de communication sur les organisations locales, Communication et *organisation*, 1992. Mis en ligne le 26 mars 2012. URL : http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1552 ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1552

MORISSETTE L. L'impact de la mondialisation sur le pouvoir syndical**,** *le cas de deux fédérations syndicales du secteur du vêtement au Québec. Th : université du Québec à Montréal :* 2000.

NASSIF N., *Analyse de la politique du sport au Liban, 1991-2012*. Th : sciences et techniques des activités physiques et sportives : Université Joseph Fourier *2013*.

NASSIF N., Sport Policy in Lebanon, 1975 to 2004. *International Journal of Sport Policy and Politics* 2015 ; 7(3) : 443-455.

NSEIR G. *Des communautés et des sports au Liban Enjeux des regroupements sportifs et des rencontres intercommunautaires*. Th : Sciences sociales du sport : Strasbourg : 2012.

POUPAUX S. *Performances économiques et transformations du secteur sportif dans les pays est-européens. Une contribution à l'économie du sport*. Th : Sciences économiques : Paris I : 2006.

ROSS S. *The development of a scale to measure professional sport team brand associations*. Th : Kinesiology and Health Science: University of Illinois at Urbana-Champaign: 2003.

SOUTOU A. *Histoire du Football au Liban*. Mémoire : Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives : Lyon I : 2010.

ZOUAOUI R. *Impact du sponsoring sportif de la marque sur la valeur des entreprises tunisiennes*. Th : Sciences du Sport, de la Motricité et du Mouvement Humain : Université Paris Sud XI : 2013.

Entretiens en face à face :

KHOURY Maroun entretien effectué au Liban le 29 Juillet 2015.

DIBRA Ghayath entretien effectué au Liban le 30 Juillet 2015.

GENTY Mathieu entretien effectué en France le 3 Février 2016.

AROJO Paco entretien effectué au Liban le 1er Août 2015.

HOBEIKA Mario entretien effectué au Liban le 17 Août 2015.

HAJJ Richard entretien effectué au Liban le 18 Août 2015.

MINA Zeina entretien effectué au Liban le 13 Août 2015.

CHARAF Tarek entretien effectué au Liban le 26 Août 2015.

SADEK Jalal entretien effectué au Liban le 26 Août 2015.

KHALIL Antoine entretien effectué au Liban le 2 septembre 2015.

LE DON Aurélie entretien effectué au Liban le 27 Juillet 2015.

NASSIF Nadim entretien effectué au Liban le 27 Juillet 2015.

Entretiens par téléphone :

VAN RHEENEN Derek (Professeur à l'Université de Californie à Berkeley, ancien joueur professionnel de football) Avril 2016.

RAHAL Farid (ancien joueur de basket-ball libanais) Février 2014.

KEHDI Georges (Ancien joueur professionnel de basket-ball) Février 2014.

CHAMMAS Jad (joueur professionnel de volleyball) Août 2015.

SAYEGH Georges (ancien joueur professionnel, éducateur sportif au lycée Broumana). Août 2015.

Archives de journaux et magazines :

BOYER R. Mondialisation au-delà des mythes. *Alternatives économiques* 1997.

BONIFACE P. Sport et mondialisation, unis par un lien dialectique. *Journal La Croix* 2006.

BONIFACE P. Le Qatar se veut un modèle pour le Golfe. *Le monde diplomatique* Juin 2004.

Archives du journal *« L'Orient-Le-Jour »,* 2011.

Archives du journal *« L'Orient-Le-Jour »,* 2012.

Archives du journal *« L'Orient-Le-Jour »,* 2013.

Archives du journal *« L'Orient-Le-Jour »,* Diffusion de la coupe du monde : BeIN sports porte plainte contre Télé Liban 2014.

Archives du journal *« L'Orient-Le-Jour »*, 2015.

Archives du journal *« La croix »,* 2006.

Archives du magazine *« L'express »,* 2012.

Archives du magazine *« Alternatives économiques »,* 2014.

Archives du magazine *« Lutte ouvrière »* L'impérialisme français au Moyen-Orient*,* 1986.

Organisation de Coopération et de Développement Economiques. *Incidences économiques de la contrefaçon. Paris :* 1998.

Archives du journal *« le commerce du Levant » Le Liban a la pire connexion internet au monde,* 2011.

Le voile islamique est-il en train de se banaliser aux Jeux Olympiques et dans le sport en général ? *« L'obs »* 2016.

Archives du magazine *« Challenge » Foot business juillet* 2016.

Archives du magazine *« Alternatives économiques » A qui profite l'euro 2016 ?*

Archives du magazine *« Qatar sport magazine » Naissance d'une nation sportive* 2011.

Emissions télévisées :

Entretien télévisé effectué le 10 janvier 2012 avec Pascal Boniface Le football est le stade ultime de la mondialisation Oumma Tv.

Entretien télévisé effectué le 13 Décembre 2009 avec l'ancien président de la fédération libanaise de basket-ball, M. Pierre Kakhia (Emission « Dunk » de la chaîne « New TV»).

Vidéo CORIM -La mondialisation du sport professionnel Conseil des relations internationales de Montréal (CORIM) 2015.

Le sport, bien plus que du sport ? Pascal Boniface radio campus 2015.

Economics of the Olympics and the Fifa World Cup -with Wladimir Andreff interview youtube avril 2016.

Wladimir Andreff, Mega Sporting Event, player market and doping in international sport. Octobre 2016.

PROMO 2nd *International Congress* of I3SAW international Society of Sport Sciences in the Arab World.

Conférence Pierre Parlebas -les jeux traditionnels sur YouTube 25 mai 2016. Sport mondialisé : du pain et des jeux 2016.

Entretien télévisé effectué le 13 Décembre 2009 avec l'ancien président de la fédération libanaise de basket-ball, M. Pierre Kakhia (Emission « Dunk » de la chaîne « New TV»).

Les tableaux

Tableau n°1 : Audiences cumulées et montant des droits TV de la coupe du monde FIFA, 1986-2014…. Page 19
Tableau n°2 : Liste des personnes interviewées (Par ordre Chronologique), leurs positions dans le mouvement sportif et les faits recherchés…. Page 27
Tableau n°3 : liste des définitions de la mondialisation…. Page 34
Tableau n°4 : PNB des pays Asiatiques (1500-2003) en millions de dollars…. Page 45
Tableau n°5 : quelques phénomènes remarquables et leur impact sur la mondialisation…. Page 46
Tableau n°6 : l'évolution des moyens de transport aériens… Page 48
Tableau n°7 : les 10 premières firmes multinationales en 1990… Page 51
Tableau n°8 : Etats du Moyen-Orient selon le PIB/habitant par ordre décroissant… Page 68
Tableau n°9 : Résultats des athlètes israéliens dans les Jeux Olympiques… Page 75
Tableau n°10 : classement des plus gros sponsors dans le sport… Page 100
Tableau n°11 : La mondialisation des J.O. et de la coupe du monde de football… Page 106

Tableau n°12 : Classement selon le sport le plus pratiqué en fonction de l'année… Page 119
Tableau n°13 : Les sports les plus populaires en France et aux USA pour l'année 2015…. page 123
Tableau n°14 : Coupe arabe des nations de basket-ball…. Page 125
Tableau n°14 : FIBA coupe d'Asie des clubs champions…. Page 123
Tableau n°15 : Affluence des jeux de la francophonie en fonction des années et du pays organisateur …. Page 127
Tableau n°16 : classement des pays qui ont participé aux Jeux de 2009 en fonction de leurs résultats…. Page 127
Tableau n°17 : Pourcentage de vente d'articles de sport de deux magasins…. Page 130
Tableau n°17 bis : Distribution des ventes d'articles de sport, des magasins « Mike sport »et « class sport » …. Page 130
Tableau n°18 : L'évolution du nombre de téléspectateurs et de licenciés dans la ligue libanaise depuis 1992…. Page 140
Tableau n°20 : Brand shares of Coca-Cola and Pepsi in China From 2008 to 2010 in the cola market…. Page 155
Tableau n°21 Principaux pays bénéficiant d'envois de fonds en 2007 (milliards de dollars) …. Page 157
Tableau n°22 : tableau comparatif des droits TV du football européen l'implication de la religion et de la politique dans le basket-ball libanais…. Page 166
Tableau n°23 : le pourcentage des joueurs américains dans le basket-ball au Liban…Page 179
Tableau n°24 : la répartition des ventes par rapport à l'équipement en fonction des années……Page 180
Tableau n°25 : l'implication de la religion et de la politique dans le basket-ball libanais …. Page 183
Tableau n°26 : Classement des vainqueurs de la coupe d'Asie du basket-ball des nations……. Page 186
Tableau n°27 : Diffusion des pratiques sportives sur les chaînes libanaises…. Page 188
Tableau n°28 : récapitulatif de l'évolution des joueurs de la diaspora libanaise dans l'équipe nationale…. Page 192
Tableau n°29 : récapitulatif de l'évolution des joueurs de la diaspora libanaise dans l'équipe nationale…. Page 196

Tableau n°30 : Récapitulatif des résultats…. Page 197

Les schémas

Schéma n°1 : la perception du phénomène de mondialisation par les européen. Page 52
Schéma n°2 : Le mode de fonctionnement de la mondialisation …. Page 54
Schéma n°3 : comparaison de la superficie Liban, Ile de France…. Page 78
Schéma n°4 : Les foyers sportifs du monde à la fin du XXe siècle …. Page 92
Schéma n°5 : Les indicateurs de la mondialisation ……Page 95
Schéma n°6 : comment les français suivent-ils la coupe du monde de football ? Page 98 Schéma n°7 : indique l'évolution des ventes en lignes du secteur sportif de 2005 et 2015…. Page 136
Schéma n°8 : audience médias au Liban…. Page 159
Schéma n°9 : Structures sportives au Liban….. Page 170
Schéma n°10 : les conséquences des divisions religieuses dans le sport libanais…. Page 177
Schéma n°11 : l'impact de la couverture médiatique d'une pratique sportive au Liban…. Page 183

Les cartes

Carte n°1 : Le Moyen-Orient…. Page 64
Carte n°2 : La propagation de la crise économique dans le monde….Page 90
Carte n°3 : La diaspora libanaise dans le monde …..Page 185

Sport mondial et culture moyen-orientale, une interaction dialectique récente. *Le cas du Liban.*

Résumé :

Aujourd'hui le monde est un village. La mondialisation en fait un espace toujours plus petit dans un univers toujours plus grand. Cette recherche met en présence trois acteurs : le sport professionnel, l'Occident, et la culture moyen-orientale. Leurs interactions se développent dans le cadre de la mondialisation. Ce travail de synthèse étudie leur connexion. Le sport professionnel est une invention de l'Occident qui s'est propagée dans le monde et en Orient notamment à travers la colonisation. Après une période de rupture entre ces deux mondes, une relation nouvelle a vu le jour aujourd'hui.

Les moyens de communications sociales n'ont cessé de rendre toujours plus évidentes les interactions entre les hommes notamment à travers le sport. Au Liban, la place prise par le football et le basketball est particulièrement révélatrice de cette emprise. Le développement des chaines satellitaires a fait que désormais le sport ne se limite plus aux enceintes des stades mais est entré dans les maisons les plus reculées.

Le contexte moyen-oriental jouit de caractéristiques qui n'épargnent pas les disciplines sportives. En effet, au Liban, le sport professionnel est soumis à des impératifs culturels très forts dont on ne peut faire abstraction. La société libanaise loin d'être une société sécularisée, est colorée par le pluralisme religieux. Les équipes sportives appartiennent à différents groupes politico-religieux : l'équipe des catholiques, l'équipe des orthodoxes, et celle des musulmans… il en va de même des spectateurs.

Cette recherche a tenté d'avancer certaines hypothèses, et d'émettre une problématique qui se résume à la question suivante : d'où vient l'intérêt d'étudier l'impact du sport professionnel sur le sport au Liban et comment la mosaïque de la culture moyen-orientale influence l'évolution du sport mondial ?

La méthodologie adoptée pour répondre à cette problématique, s'est fondée sur le questionnement et l'observation à partir d'enquêtes prédéterminées et d'entretiens semi-directifs. Si les résultats les plus significatifs font remarquer l'adoption d'un modèle sportif hérité de la colonie française, ils mettent autant en évidence combien leur ont succédé des comportements à l'américaine de la part des sportifs professionnels libanais. L'ouverture du Liban à l'Occident a permis à celui-ci d'entrer progressivement dans la compréhension de cette mosaïque que constitue le Moyen-Orient, et de mesurer les implications du sport dans cette complexité sociologique. La recherche illustre dans le détail ces résultats. L'apport spécifique d'une telle investigation montre combien l'analyse de réalités aussi modeste soit-elle, permet parfois de mieux comprendre le phénomène de la mondialisation du sport tel que nous le vivons aujourd'hui.

Mots clés : Glocalisation, Mondialisation, Sport professionnel, Socio-économie.

Professional sport and Middle Eastern culture, a recent dialectical interaction. *The case of Lebanon*.

Abstract :

Today the world is a village. The globalization made it a space always smaller in a universe always bigger. This research brings together three actors: the professional sport, the West, and the Middle-Eastern culture. Their interaction develops within the framework of the globalization. My work was to study their connection.

The professional sport is an invention of the West which propagated in the world and in East in particular through the colonization. After a period of break between these two worlds, a new relation was born today. The means of social communication did not stop making always more obvious the interactions between people in particular through sport. In Lebanon, the taken place by the soccer and the basketball is particularly revealing of this influence. The development of the satellite channels made that from now on the sport does not limit itself any more to the surrounding walls of stadiums but entered the most moved back houses. The Middle-Eastern context enjoys characteristics which do not spare sports. Indeed, in Lebanon, the professional sport is subjected to very strong cultural imperatives which we cannot disregard. The Lebanese society far from being secular, is colored by the religious pluralism. Sport teams belong to various politico-religious groups: the team of the Catholics, the team of the orthodoxes, and that of the Muslims ... it's the same for spectators.

This search tried to move forward certain hypothesis, and to emit a problem which amounts to the following question: from where comes the interest to study the impact of the professional sport on the sport in the Lebanon and how the mosaic of the Middle-Eastern culture influences the evolution of the world sport? The methodology adopted to answer this question, based itself on the questioning and the observation from predetermined survey and from semi-directive interviews. If the most significant results point out the adoption of a sports model inherited from the French colony, we highlight how much succeeded them American-style behavior on behalf of the Lebanese professional sportsmen. The interaction between Lebanon and the West allowed this one to enter gradually the understanding of this mosaic which constitutes the Middle East. And to measure the implications of the sport in this sociological complexity. Our research illustrates in detail these results. The specific contribution of such an investigation shows how much the analysis of realities so modest they are, sometimes allows to understand better the phenomenon of the globalization of the sport such as we live it today.

Keywords: Globalization, Glocalization, Professional Sport, Socio-economics.