

Sujet : Vers une américanisation du basket français : le cas de Frenchy Associate

Sommaire

Remerciements	2
Introduction	3
Synthèse démarche scientifique	5
<u>I.</u> Le basketball français	9
I.1 organisation du basket en France	9
I.2 organisation des différents championnats.....	14
I.3 les publics	17
<u>II.</u> L'américanisation du basket français	19
II.1 L'influence de la culture	19
II.2 Les symboles dans la pratique.....	21
II.3 Migrations des basketteurs	24
II.4 L'influence des médias	26
II.5 L'apparition d'événements.....	30
II.6 La Pratique auto-organisée : le célèbre playground.....	33
II.7 Les camps de basket : entrainement US	34
<u>III.</u> Le cas de Frenchy Associate	36
III.1 Les prestations proposées.....	36
III.2 Préconisations permettant la diffusion de l'américanisation.....	40
Conclusion	<u>42</u>
Annexes :	<u>43</u>

Remerciements

J'aimerais remercier mes professeurs encadrant au sein de mon cursus universitaire : Karine Baillet, Mathieu DJABALLAH et enfin Nicolas CHANAVAT, pour leurs conseils toujours orientés vers la performance.

J'aimerais également remercier, ceux qui m'ont permis de mener à bien cette étude, par leur bienveillance et leur disponibilité. A Kad salarié de Biscarosse Basket, Johan salarié et ancien coach assistant de l'équipe nationale 1 du Rupelas la Rochelle Basket, Guillaume gérant de la HOOPS Factory d'Evry Val d'Essonne, grâce a qui j'ai pu récolter des entretiens de qualité ainsi que les résultats de questionnaire.

A Monsieur Thierry POULAIN, pour sa disponibilité et son aide dans nos échanges pour orienter mon travail.

En espérant avoir comblé vos attentes.

Bonne lecture.

Bien à vous,

~~XIXIXIX ROSEBAUX~~

Introduction

Le basket-ball français serait-il en retard ? Par rapport à quoi ? A qui ? Si on compare sa relation à la pratique par rapport à celle de son paternel américain, il semblerait que ces derniers soit en avance sur bien des aspects. A tel point que certains spécialistes (Fabien ARCHAMBAULT, Loïc ARTIAGA et Gérard BOSCH) préfèrent parler d'acclimatation plutôt que d'américanisation du basketball. Ce dernier concept, jugé trop « ambiguë et connoté idéologiquement » laisse place historiquement à l'appropriation de la culture américaine d'abord au sein de la société, pour enfin pénétrer dans le domaine du basketball tricolore. Et si du fait de ce retard, le basket-ball français prenait exemple sur son supérieur américain ? En effet, aujourd'hui, nous voyons de plus en plus de jeunes basketteurs avoir un rapport plus ou moins proche dans la pratique à la culture basketball américaine. Hormis la pratique en elle-même, les amateurs français tendent à s'approprier les rituels, la mentalité, les codes vestimentaires et même le « trash talking » !

Alors quelles sont les causes de cette américanisation ? Pour commencer, il paraît indéniable que le basketball français soit lié, dès son origine au basketball américain. En effet, historiquement le Basketball a vu le jour en 1891, grâce à Monsieur James Naismith (1861-1939) à l'époque professeur d'éducation physique à Springfield dans l'état du Massachussetts aux Etats-Unis. C'est par le biais de la « Young Men's Christian Association » (YMCA) que la première diffusion de ce sport appelé autre fois « balle au panier », se fût à Paris en 1893 avec ses homologues français nommé l'Union Chrétienne des Jeunes Gens (UCJG). A la suite de cette importation et à la fin de la première guerre mondiale, Français et Américains prennent part à des parties de basketball au sein des foyers de soldats, notamment grâce au pacte Franco-américain. Autre élément historique qui a permis de propager cette nouvelle discipline, est les Jeux Olympiques de 1992. En effet, la Dream team états-unienne composée de joueurs américains par excellence a eut un impact très fort sur le basketball français du fait de ses prouesses sportives. Permettant ainsi la visibilité des méthodes américaines aux yeux du monde. A la suite de ces événements mondiaux, on voit apparaitre une médiatisation tout aussi bien avec le multimédia et la presse ainsi qu'une spectacularisation du sport.

En effet, c'est à l'époque de la politique Gaulliste que l'apparition des médias prend tout son essor et vient bouleverser la spectacularisation des événements sportifs dans son ensemble. Avec l'avènement des moyens et canaux de communication, notamment d'internet et des nouvelles technologies, le spectacle sportif a pris une toute autre dimension. A cette époque, le célèbre New York Times publie un article qui décrit la pratique de ce nouveau sport, contribuant ainsi à sa diffusion massive.

Dans ce mémoire, nous verrons plus précisément dans un premier temps un état des lieux de l'organisation du basketball français dans son ensemble pour comprendre où peut agir cette américanisation. Dans un deuxième temps, nous verrons de quelles façons le basketball américain s'est diffusé au sein du basketball français pour ainsi prendre exemple sur celui-ci. Enfin, nous prendrons l'exemple de la société française à savoir « Frenchy ASSOCIATE », qui contribue à cette américanisation notamment grâce à des méthodes éducatives et culturelles au sein du basketball français.

DEMARCHE SCIENTIFIQUE

Lecture méthodologique

Thème : Sociologie et Basketball.

Sujet : Vers une américanisation du Basketball français : Le cas de Frenchy Associate.

Pour ce sujet, j'ai trouvé un cas précis d'entreprise française qui fonctionne avec le basketball vers un basketball orienté américain, de manière à cadrer encore plus mon analyse méthodologique et à pouvoir montrer que l'américanisation se fait également à travers cette entreprise. L'enjeu sera de montrer que l'américanisation se fait d'abord au niveau de la société avant de s'encren au niveau du basketball français.

Pour délimiter et encadrer mon étude j'ai décidé de m'appuyer sur des textes scientifiques. En voici les résumés. Le premier texte étudié est celui de MICHELAT Guy (1975) «Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie» *Revue Française de sociologie*, vol. 16, n°2, page 229-247.

Cet article a été rédigé par Guy MICHELAT, directeur de recherche au CNRS, il est l'auteur de nombreuses recherches portant sur les relations entre attitudes et comportements politique et religieux ; sur l'univers des croyances notamment sur les représentations de la laïcité, du racisme et de l'antisémitisme. Tout d'abord, dans cet article, on remarque que l'auteur traite de l'entretien non directif dans sa globalité, explicitant ses intérêts et ses interprétations. Il affirme que l'entretien non directif est une méthode d'analyse. Dans la première partie de l'article, l'auteur met en avant le fait que l'entretien non directif permet une dimension socio-affective et de ce fait, prend en compte différents facteurs sociologiques (personnalité psycho-sociale, interactions d'influence) qui imprègnent les individus selon leur culture et/ou sous culture. Il s'agit la de percevoir des éléments sous-jacents. De cette façon l'enquêteur s'intéresse aux individus pour interpréter l'inconscient du groupe ou sous groupe (raisonnement inconscient) auquel l'individu appartient. Avec un entretien non directif -qui par définition évite la directivité- on peut obtenir des informations plus profondes, cherchant le ressenti de chaque individu. Cependant, l'auteur estime que l'entretien non directif est complémentaire à l'analyse par questionnaire du fait de son caractère « informel » (plus large, plus libre mais tout de même encadré par le processus exploratoire de l'enquêteur). Dans la seconde partie du texte, l'auteur évoque la réussite d'un entretien ainsi que son interprétation et son imprégnation. Pour que l'entretien non

directif soit abouti (enquête qualitative), il est préférable de travailler sur un échantillon comportant un plus petit nombre d'individu mais surtout très diversifié (Basé sur des critères sociologiques) en rapport avec le thème d'exploration. A contrario, l'enquête quantitative se base sur un échantillon d'un plus grand nombre, concluant une représentation avec un résultat général. Ensuite, l'interprétation d'un entretien non directif doit passer par une phase préparatoire qui est l'imprégnation. En effet, dans un travail d'enquête, le contenu recueilli aussi divers soit-il (affirmant une opinion propre ou expression latente), doit émettre une compréhension des significations chez l'enquêteur. Dans cette optique, la construction d'un schéma de signification semble primordiale s'il est précis, simple et concis. Cependant, ce schéma de signification peut tendre à changer, voir évoluer en fonction des différents résultats d'entretiens effectués auprès des enquêtés.

Pour conclure ce résumé, l'enquêteur doit s'assurer de tout prendre en compte car effectivement « *tout a une signification* » (mimiques, expressions) car croisé avec d'autres entretiens, ces petites choses peuvent s'avérer révélatrices d'une interprétation/signification.

Le deuxième texte étudié est celui de Mr DE SINGLY François (2016) « Pourquoi produire des chiffres ? » *Le questionnaire*, Paris, Armand Colin, page 9-19. Cet article a été rédigé par François DE SINGLY, professeur à la faculté de Sciences Humaines et Sociales de la Sorbonne et de l'Université Paris Descartes. Il est notamment spécialisé en sociologie de la famille, du couple et de l'éducation. Il est également chercheur au centre de recherche sur les liens sociaux (CERLIS, CNRS). Cet article est un passage de son ouvrage « Le questionnaire », permettant de faire un état des lieux des intérêts et usages de la production de chiffre. Ainsi nous pourrions en expliciter les causes. Tout d'abord, l'auteur distingue une typologie de chiffre différente : les chiffres descriptifs et les chiffres explicatifs, car pour lui, « tous les chiffres n'ont pas la même valeur ». L'auteur explique qu'il s'agirait de définir le cadrage des sujets mesurés pour créer ensuite la production de chiffre. Cette dernière peut constituer un enjeu social : « Compter c'est reconnaître » derrière les chiffres existe un fait. L'auteur accentue son « discours », sur le fait que « produire le chiffre (qui parle de lui-même) met en avant des faits sociaux en dévoilant les facteurs qui influent sur ces chiffres ». Pour ce qui est des chiffres explicatifs, l'auteur explique le principe d'objectivation qui consiste à prouver la cause de la production de chiffre. Ainsi cela va limiter le côté subjectif des explications des faits sociaux. Selon P.BOURDIEU et J.C.PASSERON, l'enquête par

questionnaire a pour ambition « d'expliquer ce que les acteurs font par ce qu'ils sont et non pas ce qu'ils disent de ce qu'ils font ». Enfin dans un cadre de sociologie explicative, la pratique du questionnaire est « conseillée » pour la recherche des raisons objectives des actions des individus. A contrario, dans un cadre de sociologie compréhensive, l'entretien est privilégié pour les raisons subjectives que se donnent les individus pour agir.

3/ Comparaison des textes

A la lecture de ces deux textes, on observe un désaccord profond concernant la perception des « faits et gestes » des enquêtés. En effet, Mr MICHELAT explique dans l'article, que l'entretien est un moyen d'analyse pour comprendre les informations profondes des enquêtés, la signification de leur dires tandis que Mr DE SINGLY affirme qu'il est possible de comprendre ses modalités avec la forme d'un questionnaire. Voilà pourquoi j'ai choisi ces deux textes, pour confronter les points de vue de ces deux auteurs sur la perception des résultats afin d'en dégager le meilleur rendement. De plus, dans le cadre du thème sport et entreprise il est important de prendre en considération la perception que le sport a sur les enquêtés, par eux mêmes, pour en déterminer un réel sens et un réel travail exploratoire. La pertinence de mon choix des textes, se voit sous un angle méthodologique binaire à savoir : une partie quantitative et une partie qualitative. Cependant les deux auteurs ci-dessus s'entendent, sur le fait de la complémentarité des deux méthodes exploratoires que sont l'entretien et le questionnaire. En effet, dans leurs écrits, chacun évoque une méthode précise en complément d'une autre. Il est vrai que la complémentarité de ces deux méthodes puisse me permettre d'obtenir un résultat plus précis en ce qui concerne le lien entre les causes de cette américanisation et l'état du basket français actuel. Le travail par questionnaire pourrait déterminer des tendances, tandis que le travail par entretien pourrait confirmer ou rejeter ces tendances en affirmant le véritable ressenti profond des enquêtés par rapport à ce lien.

4/ Perspectives de poursuite de recherche

Rappelons la question de départ qui est de montrer l'américanisation du basket français. En identifiant convenablement le thème proposé, il serait souhaitable d'effectuer une enquête par questionnaire pour avoir une dimension quantitative, sur un échantillon de population ciblé. Dans mon processus exploratoire, je pourrais effectivement faire jouer la

complémentarité, entre questionnaire et entretien en mesurant la représentation d'acteurs du basketball. De cette manière, l'entretien non-directif me permettrait de me rendre compte des différents avis de ces acteurs, pour montrer leurs visions et affirmer certaines choses envers l'américanisation. La partie quantitative, basé sur un échantillon représentatif permettra un résultat général. La partie qualitative quant à elle, par le biais d'un échantillon plus petit permettra un résultat plus diversifié. Si l'entretien non directif -comme évoqué précédemment- semble être plus « informel » en laissant plus de liberté aux enquêtés, il serait peut être préférable de faire un entretien semi-directif. A partir de ce travail, je pourrai établir des grilles d'entretien car dans tous les cas, l'entretien reste tout de même délimiter au niveau du cadre de recherche. La limite du questionnaire sera comblée par l'entretien. Toujours en complémentarité avec l'enquête par questionnaire, l'entretien devra être croisé avec ce dernier pour établir un vrai résultat.

Pour cette étude, j'ai pu rassembler un nombre de **92** réponses au questionnaire ainsi que **6** entretiens.

I. Le Basketball en France

I.1 L'organisation du basket en France

L'organisation du basketball en France commence bien naturellement avec la fédération française de Basketball (FFBB), elle-même régit par la Fédération internationale de Basketball (FIBA) par le biais du Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF). S'en suivent alors la ligue nationale de basket (LNB) puis les comités régionaux et associations départementales.

-La Fédération Internationale du Basketball (FIBA)



Si l'appellation a été gardée par tradition (A pour amateur, aujourd'hui FIB), la fédération internationale de basketball est une association indépendante qui regroupe 214 fédérations nationales à travers le monde entier. Après sa

fondation en 1932 à Genève, cette fédération internationale se développe en moins d'une décennie et passe de huit à deux cents treize fédérations nationales soit deux cents cinq fédérations supplémentaires.

Année	Pays membres
1932	8 fédérations (Argentine, Tchécoslovaquie, Grèce, Italie, Lettonie, Portugal, Suisse et Roumanie).
2007	213 fédérations

Cette fédération internationale, gère l'ensemble des compétitions internationales telles que les championnats du monde ou championnats européens.

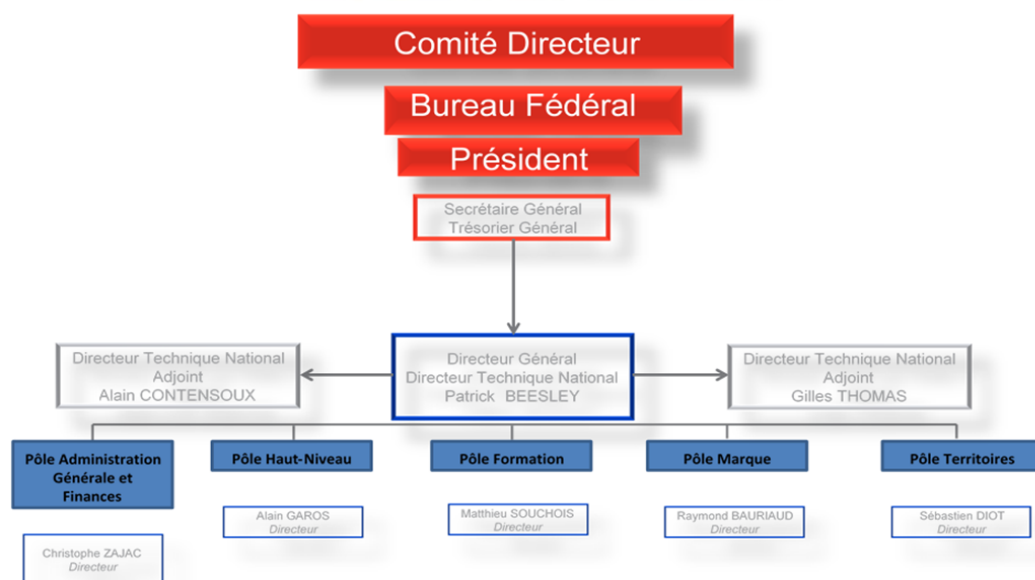
En 1989, la fédération internationale accepte d'intégrer le Basketball aux Jeux Olympiques et notamment aux joueurs professionnels de basket et en particulierité aux joueurs américains (NBA). D'autant plus que cette fédération régule le marché des transferts ce qui favorise la venue de joueurs étrangers.

Grâce à cette ouverture, la propagation de joueurs américains en Europe paraît inévitable.

-La Fédération Française de BasketBall (FFBB)

Au départ la pratique du basketball fût gérée par une commission de la fédération d'athlétisme (en 1921), avant son développement en France. La fédération française de basketball nait quelques années plus tard, en 1932, récompense de sa propagation depuis le premier match effectué dans une salle de la rue de Trévise à Paris.

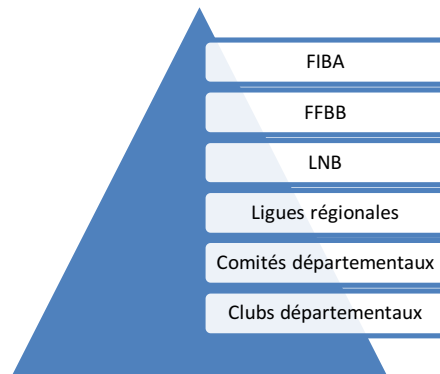
Aujourd'hui, la fédération française de basket qui est une association de loi 1901, a été totalement développée, reconnue et régit par plusieurs acteurs. En effet, elle est constituée de différents pôles d'actions qui permettent ce développement.



De plus, le comité directeur de la fédération est composé de 36 membres pour une durée de 4 ans. Le bureau fédéral est composé de 14 membres au sein du comité directeur. On compte 90 salariés au siège fédéral basé dans le 13^e arrondissement de Paris, 70 cadres techniques d'état, 4745 clubs affiliés, 95 comités départementaux, 24 ligues régionales et 8 ligues Outre-mer.



De manière générale, le basketball en France est régit de cette façon :



Avec cette structuration, la fédération relève d'un certain nombre de missions permettant ainsi le développement du basketball en France.

Parmi ces missions, nous avons :

- Délivrer des titres fédéraux
- Favoriser l'accès à la pratique pour tous
- Participer à la promotion de l'éducation pour tous
- Former les dirigeants, animateur et entraîneurs fédéraux
- Organise la pratique de manière générale ainsi que l'activité arbitrale
- Et enfin, veille au respect des règles (déontologie, techniques, sécurité et encadrement).

De nos jours, la fédération française de basketball possède de nombreux partenaires (Kinder, Joker, Molten ou la FDJ) et est exposée médiatiquement puisqu'elle bénéficie de recette grandissante concernant la billetterie.

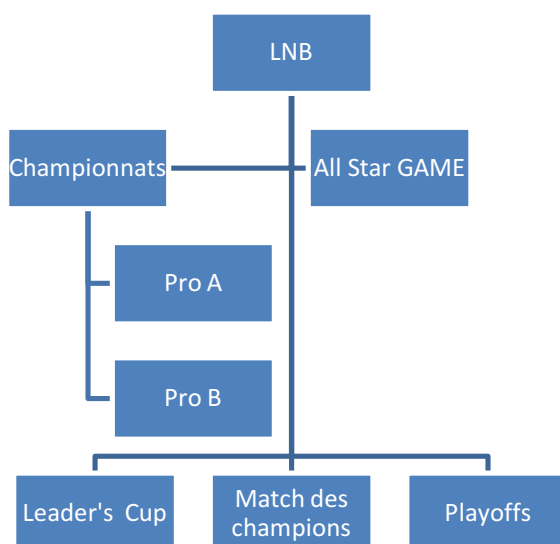
Le basketball français moderne s'est structuré autour de trois axes majeurs à savoir : la performance, la modernisation notamment dans le domaine de la communication et l'aménagement du territoire. De cette manière, elle va pouvoir développer des réseaux d'influence d'abord sur le plan national puis sur le plan international.

-La Ligue Nationale de Basketball (LNB)



La ligue nationale de basketball française est créée en 1987. Créée tardivement par rapport à la première représentation, la LNB organise dans son ensemble les championnats

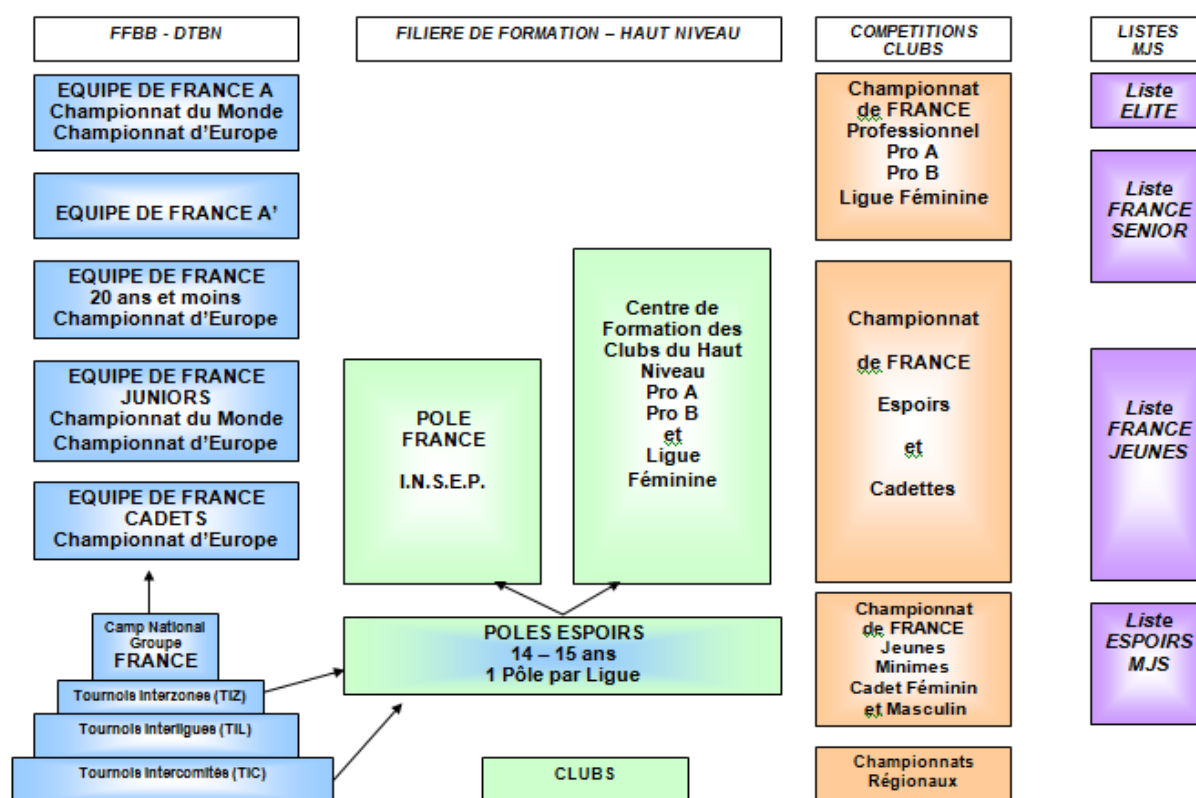
professionnels par délégation. En effet, la LNB gère La Pro A, le championnat le plus prestigieux de France ainsi que la Pro B. Cette institution a à sa charge également trois autres manifestations typiques basketball que sont : Le match des champions, opposant le champion de France à celui de la Coupe de France. Cet événement est considéré comme le « coup de feu » pour marquer l'ouverture de la saison.



Par la suite, la LNB doit également gérer la leader's cup ainsi que la all star game qui arrive bien après dans le temps (dont nous expliquerons plus tard au sein de ce mémoire).

A la fin de la saison, les huit meilleures équipes du championnat s'engagent dans les playoffs. Ce « tournoi final » quasiment similaire à celui proposé par la ligue la plus prestigieuse au monde qu'est la NBA (National Basketball Association) née le 6 Juin 1946, basé de l'autre côté de l'atlantique.

Présentation générale de la filière haut niveau du basketball en France :



En effet, la LNB a aussi pour mission la formation professionnelle des meilleurs jeunes joueurs de 16 à 21 ans sous forme de championnat « Espoirs ». Au terme de la saison, il existe un tournoi final intitulé « le trophée du futur ».

-Ligues régionales/ comités départementaux

Ces instances sont des entités décentralisées de la fédération française de manière à organiser au mieux le basketball au sein du territoire. On compte respectivement 32 ligues et 95 comités départementaux. Chaque région bénéficie de sa ligue qui permet d'organiser les différents championnats en partenariat avec les comités.

-Les associations (clubs)

On compte 4745 clubs sur le sol national. Chaque club dispose de différentes équipes allant de mini-poussins à seniors. Ces associations sont mises en place pour permettre de donner accès à la pratique, au plus nombre de personne.

I.2 Les différents championnats

-Les championnats professionnels

En priorité nous avons le championnat le plus prestigieux de France à savoir la PRO A.

La Pro A nommée en 1993, est un championnat annuel regroupant les 18 meilleures équipes de France.

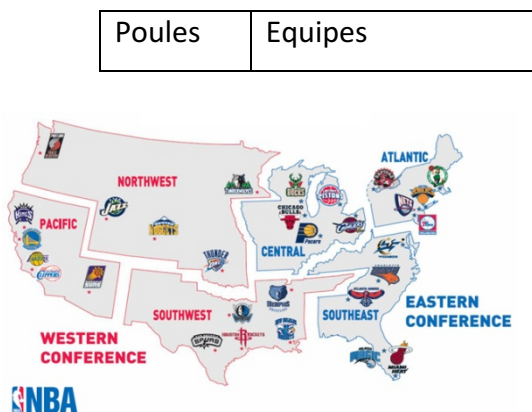
Après beaucoup de remaniement, **la pro A** est basée sur deux phases sur la saison. La première étant la saison régulière qui se déroule sous forme de match aller-retour (domicile/extérieur) et la deuxième les playoffs qui sont constituées de matchs éliminatoires. La saison régulière s'effectue sur 34 représentations.

Concernant le championnat **Pro B**, il est composé de 18 équipes. La phase de saison régulière comprend 34 matchs. A l'issue des playoffs, le vainqueur accède au championnat supérieur (PROA).

Depuis 2015, il existe une modification de l'organisation par la LNB. L'expansion de la NBA (National Basketball Association) en tant que marque internationale à profondément inspiré la LNB. En effet, en instaurant le système de divisions régionales, la LNB prend exemple sur les divisions EST et OUEST de la NBA.

Processus américain

Processus français Pro B



1	SUD-EST
2	OUEST
3	EST

Au total, la Pro B comprend maintenant 44 matchs par saison, soit 34 matchs de saison régulière où chaque équipe se rencontre et 10 matchs de poules. Chaque poule, comprend six équipes. Au terme de la saison, le sacré rejoindra la pro A sans passé par la case playoffs. Les huit autres équipes, soit les équipes positionnées de la seconde position à la neuvième se confronteront lors d'une phase à élimination directe pour affirmer la seconde équipe à « monter » en Pro A. Ce système

permet de créer plus d'enjeux pour les clubs qui essayeront coûte que coûte d'atteindre la première place du classement.

-Les Playoffs

A chaque fin de championnat, les playoffs prennent place. Les huit meilleures équipes du championnat de pro A se rencontrent dans le cadre d'un petit championnat de fin de saison appelé « Playoffs ».

Pour la pro B, il s'agit d'effectuer les trois tours de playoffs, au meilleur des trois matchs à chaque tour. Tant sur le terme utilisé que sur le fond dans l'organisation, les playoffs sont initialement issus de la NBA avec en premier lieu les finales de conférence puis finales NBA. Chaque tour de playoffs comprend sept matchs. L'équipe qui accède au tour suivant gagne donc au meilleur des sept matchs.

-La leader's cup

Autrefois appelé « Tournoi des as », la leader's cup ou Disneyland Paris leader's cup est une compétition de mi saison, pour les huit premières équipes de la première phase de la saison. C'est un tournoi se déroulant sur trois jours au célèbre parc d'attraction (Disney Events Arena), qui s'effectue uniquement avec des éliminations directes. Cette compétition se regroupe en deux poules, une avec les quatre premières équipes du championnat et l'autre avec les équipes de la quatrième position à la huitième.

L'équipe vainqueur de cette compétition, à droit a une place au sein d'une compétition européenne. Pour le basket français, il s'agit là d'une véritable opportunité pour montrer ses principales qualités aux yeux du monde. Avec 14 millions⁽¹⁾ de visiteurs annuels en moyenne, Disneyland Paris est une terre d'accueil des cultures du monde entier. De ce fait, les américains peuvent venir passer quelques jours et contribuer à l'auditoire du tournoi des as. Il se peut que pendant ce tournoi, il y ait des échanges culturels.

(1) D'après [statista.com](https://www.statista.com)

De manière plus générale, voici la façon dont sont organisés les championnats au sein du basketball français :

Au sommet nous avons les deux championnats professionnels les plus prestigieux de France avec la Pro A et la Pro B. Ensuite, nous avons les championnats nationaux avec la nationale 1 (N1), la nationale 2 (N2) puis la nationale 3 (N3).

De manière pyramidale, nous avons en bas de la pyramide les championnats régionaux avec l'honneur régionale (R3), puis la promotion d'honneur régionale (R2) et enfin l'excellence régionale (R1).

Le premier étage de cette pyramide est constitué des championnats départementaux avec l'honneur départementale (D3) en premier, puis progressivement la promotion d'honneur départementale (D2) et enfin l'excellence départementale (D1).

On constate que la pratique est très représentée au sein de certaines régions, notamment le Nord-est avec la Bretagne et pays de la Loire, mais aussi en région lyonnaise et en Ile de France.

Du fait du développement de la pratique, on remarque de plus en plus le phénomène de territorialisation du sport selon les politiques mises en place par les villes et régions.

Si la propagation du basket s'effectue selon des critères contrôlables, comme les politiques, les partenariats, il est indéniable que l'aspect culturel prenne une place importante.

Avec cette organisation du basketball, on ne compte pas moins de 660 827 licenciés au sein des clubs pour la saison 2016-2017⁽³⁾ répartie sur le territoire.

Cependant, ce ne sont pas les seuls pratiquants observés sur le territoire français. En effet, depuis quelques années, différentes formes de pratiques apparaissent, parfois en complément de la pratique institutionnelle, parfois en gage de liberté.

Grâce à ce développement national, le basketball français pourrait devenir un précurseur pour les jeunes athlètes en termes d'offre de pratique.

La pratique du 3x3 se déploie en dehors du cadre fédéral, mais n'est pas contre la pratique institutionnelle. En effet, la fédération de basket a su s'ajuster en termes de demande et a ainsi proposer des compétitions de 3x3.

Nous avons également le « playground » dont son origine en France a fortement été inspirée des Etats-Unis mais aussi le Street Basketball qui consiste à effectuer des « drills » de grandes qualités, plus souvent qualifié de prouesse artistique.

Le basketball-entreprise prend de plus en plus d'essor grâce notamment aux comités d'entreprise qui proposent ce genre d'activité. Les ligues régionales et comités départementaux s'entraident pour organiser des championnats de basket-entreprise.

(1) www.ffbb.com

II. L'américanisation du basketball français.

II.1 L'influence de la culture américaine

Après la seconde guerre mondiale, une communauté dite « noire » émerge peu à peu. Emmener par les revendications de reconnaissance, d'égalité et de droits notamment du célèbre Martin Luther King, l'apparition de la communauté afro-américaine est à prendre en considération.

En effet, cette communauté souhaitait agir de manière pacifiste pour réduire les ségrégations raciales et augmenter la protection des droits du peuple afro-américain avec un certain nombre de manifestations et représentations publiques.

A la suite de ces événements et au cœur des années 1960, la majorité des joueurs professionnels, qui évoluent aux États-Unis sont « blancs ». On voit alors, apparaître une certaine rivalité entre joueurs « noirs » et joueurs « blancs » au sein du basketball. Cette rivalité noirs/blancs engendre également une rivalité entre deux styles de jeu complètement différents. En effet, le jeu afro-américain possède des caractéristiques bien particulières, basé sur la spectacularisation du basket. C'est une pratique physique, athlétique et pour la plupart du temps, assez intuitif. En termes de représentation, les joueurs afro-américains tentent de montrer qui ils sont, d'où ils viennent par le jeu. Ils cherchent à montrer leur histoire. On parle alors de « basketball noir ».

Le basketball des « blancs » privilégie le jeu encadré, structuré par des systèmes de jeu, parfois jugé très académique.

Chaque pratique reflète la culture de ces jeunes basketteurs et provoque parfois ce transfert de culture passant par la pratique avant d'atteindre la personne en elle-même.

Peu à peu, le basketball à la pratique « libre » laisse place à un style de jeu plus contrôlé du fait de l'institutionnalisation des joueurs afro-américains.

L'américanisation s'effectue par la diffusion d'une culture de masse, jugé parfois meilleure, notamment du aux résultats sportifs plus spectaculaires, plus efficaces et aux qualités certifiées. Peu à peu, les afro-américains se font accepter au sein de la pratique en institution, ce qui constitue un réel tournant dans l'histoire du basketball.

Le phénomène d'intégration raciale prend forme, non sans mal et se propage d'abord dans les états unis d'Amérique, puis au sein du monde entier.

Chuck Cooper fût le premier joueur « noir » à être sélectionné en NBA à l'époque par les Boston Celtics. C'est le début de la suprématie des joueurs afro-américains.

Par rapport à la France, ce transfert de culture se fait aussi par le partage de valeurs similaires ou de situations sociales semblables.

En effet, à l'image de cette rivalité Homme blanc/ Homme noir, beaucoup de jeunes s'associent à l'histoire du petit américain, qui né dans un quartier défavorisé parfois dit ghetto, tente de « sauvé » sa famille grâce au basketball, en gravissant tous les échelons de pratique, de telle manière à atteindre un niveau pour se faire repérer et accéder à une équipe professionnelle. D'autres jeunes s'y associent du fait de la montée en puissance de cette communauté afro-américaine. Seulement le basketball américain est voué à véritablement devenir le basket de référence dans le monde entier.

D'après l'étude menée dans ce mémoire, 46.7% des sondés émettent l'opinion selon laquelle le basket américain influencerait à travers sa culture le basketball français.

II.2 Les symboles dans la pratique

Le HIP-HOP

A la suite des mouvements et affirmation du peuple afro-américain dans les années 1960, on s'aperçoit que le basketball s'imprègne de certaines particularités.

En effet, dans les années 1980, le basketball américain est représenté par cette communauté afro-américaine qui monte en puissance, eux-mêmes régit par les lois de la rue (en terme de basketball).

Cette communauté, prend conscience de leur apparence et de leur manière d'être, afin de se sentir appartenir à la population américaine. Peu à peu, le HIP-HOP prend une place importante au sein du basketball de rue local et se diffuse de manière massive.

Arrivée dans les années 1970 chez la jeunesse afro-américaine, le HIP-HOP est une forme d'expression de soi, au travers de la musique. Le mélange dynamique entre le physique, le musical et le visuel, d'abord utilisé au sein des « houses party » dans le Bronx, dans le sud des états unis, viendra peu à peu s'installer dans la culture du basketball américain.

Historiquement, le HIP-HOP est un mouvement culturel urbain qui permettait de lutter contre toute forme de violence ou criminalité dans les rues américaines, à la suite des ségrégations raciales. En effet, le HIP signifiant la « débrouillardise » et le HOP signifiant « aller de l'avant » il s'agissait pour cette communauté déjà entachée, de se construire ou reconstruire socialement. Pour ceux qui pratique le basketball, il s'agissait surtout d'aller de l'avant et d'avoir quoi qu'il arrive des pensées positives. Ce style musical permet aussi d'agir pacifiquement.

Le HIP-HOP devient une forme d'expression pour ces jeunes joueurs américains qui se l'accapare, notamment au sein de la pratique du basket, dans les rues mais aussi à l'école ou au sein de leurs foyers.

On observe alors, une acculturation à la culture HIP-HOP au sein du basketball américain.

Dans son travail sur l'appropriation du basket américain en banlieue parisienne, David SUDRE évoque même une « *HIP HOP ballisation* » (4) en appuyant sur le fait que les jeunes français du basketball d'aujourd'hui « *écoute cain-ri, mange cain-ri et vivent cain-ri* »(5).

(4)/(5) : Etre « Cain-ri » l'appropriation du basket américain en banlieue parisienne par David SUDRE.

Le Trash Talk

« Alors qui va terminer deuxième cette année ? ». C'est la question posée par le légendaire Larry Bird, ailier shooter des Boston Celtics (6), à ses coéquipiers lors du concours de shoot à trois points. S'il est connu pour son art en la matière, Larry Bird voulait tout simplement montrer que c'était ainsi dans le basket américain.

La culture du HIP-HOP a beaucoup influencé « le trash talking » dans les paroles.

Aujourd'hui la plupart des joueurs, notamment NBA ont tendance à promouvoir le trash talking au travers de la pratique. Pour les américains, le langage est très important au sein de la pratique.

S'il est un signe fort d'une culture prononcée, le trash talking peut être perçu de différentes façons.

En effet, ce dernier qui signifie provocation verbale ou « chambrage » (7) est une source tant bien de motivation que de déconcentration, parfois même prononcé sur le ton de l'humour. A l'époque, les joueurs pratiquaient ce phénomène surtout dans la pratique du basket de rue, sur les playgrounds de certains quartiers.

Aujourd'hui, ce phénomène de trash talking est de plus en plus utilisé dans les associations de basketball en France mais aussi au sein des championnats nationaux et européens.

Style vestimentaire

Autre particularité du basketball américain que l'on retrouve dans le basketball français est le code vestimentaire.

De nos jours, beaucoup de jeunes joueurs ont un intérêt prononcé pour le « lifestyle ».

En effet, il constitue un élément important pour l'intégration au sein du groupe (équipe) et fait partie intégrante de l'identité sociale perçue par les autres individus du domaine du basketball.

Dans les associations françaises, on aperçoit de plus en plus de jeunes portés des « baggy » (jean très larges, arrivant en dessous des fesses), des chaussures Air Jordan inventé par le célèbre basketteur (tant bien en guise de lifestyle que dans la pratique), écoutent du HIP HOP dit Rap US.

(6) Boston Celtic équipe NBA la plus titré de l'histoire.

(7) <https://fr.wikipedia.org>

D'autres, portent bien souvent, une casquette de type large qui est devenue une référence, même en France avec par exemple la marque « New York Yankees ». Si cette équipe ne fait pas partie du paysage basketball, elle est le signe d'une américanisation prononcée au sein du territoire français. Outre l'équipe, les New York Yankees, fort de leur image de marque, sont devenus une véritable marque à l'international.

On retrouve également la veste ample souvent utilisée par les jeunes joueurs pour représenter leur université, qui a nettement pris place dans les associations.

On retrouve alors, un style américain uniformisé entre musique, code vestimentaire, accessoire de pratique, comme les « Arm pad ou Knee pad »⁽⁸⁾, les bandeaux, les casques de musique dernière technologie et le langage.

Ce qui explique cette américanisation pour ces jeunes est la facilité à s'identifier à quelque chose ou quelqu'un qui provient des États-Unis.

C'est l'environnement socioculturel américain qui affecte les jeunes français.

(8) Arm pad et Knee pad respectivement protection pour les bras et protection pour les genoux.

II.3 La migration des basketteurs

Les Jeux Olympiques de Barcelone en 1992, constituent un véritable déclic concernant la forte migration de joueurs étrangers en France, mais aussi aux Etats-Unis. Ce flux à double sens est notamment dû à la visibilité du basket états-unien. En effet, après avoir vu l'exemplarité du basketball américain lors de ces jeux olympiques, les français ont un sursaut d'orgueil, dans le but de prouver qu'ils sont eux aussi capable d'accéder au plus haut niveau mondial.

Fabrice Jouhand du magazine l'Equipe⁽⁹⁾ assure même autrefois « *Ils ont déclenché une vague de migration d'athlètes vers leur championnat, mais pas seulement* » ... « *Avec la Dream Team⁽¹⁰⁾, des millions de gens de tous les âges ont vénérés des athlètes noirs. Ils s'y sont identifiés* ».

Selon l'étude, 83.5% des sondés pensent que la Dream Team américaine a influencé la pratique française.

Cette déclaration forte de sens, prouve bien qu'avec ces résultats sportifs, la Dream Team américaine à montrée aux yeux du monde les valeurs et qualités du basketball américain mais les ont surtout diffusés en masse.

La preuve en est que des amateurs (ou non) vont tenter leurs chances aux états unis, dans le but de progresser, trouver une équipe et atteindre le plus haut niveau. Il en est de même pour certains jeunes américains, qui tentent de venir en France pour accéder à une équipe, du à un surplus de concurrence aux états unis. Des deux manières, les joueurs tant français qu'américains effectuent un échange culturel fort, qui pourrait modifier la pratique en elle-même, créer des rituels et même modifier l'environnement de cette pratique.

Cet événement (JO de 1992) a démocratisé la pratique du basketball et l'a surtout diffusée dans le monde entier.

A la suite de ce déclic, on s'aperçoit que le phénomène de l'internationalisation apparait, notamment celui de la National Basketball Association (NBA) avec son merchandising très puissant. Dans les associations sportives françaises, parfois même dans la vie quotidienne, les jeunes joueurs rêvent de posséder le maillot de leur joueur favori. Au cours de la saison

2004-2005, 81 athlètes intègrent la NBA, provenant du monde entier (35 pays différents). La NBA apparait alors, comme la ligue à atteindre et perçue comme la ligue la plus prestigieuse du monde.

En France, cette victoire des États-Unis s'est traduite par une augmentation considérable des licenciés au sein des clubs amateurs. La plupart voulant faire, comme les américains.

D'après l'étude menée pour ce mémoire, 74.4% des sondés pensent que la venue de joueurs américains a favorisée les échanges interculturel et ainsi influencé le basketball français.

(9) Magasine l'Equipe n° 21192.

(10) Dream Team : équipe des états-unis lors des Jeux Olympiques de Barcelone de 1992.

II. 4 L'influence des médias et de la presse

Les Jeux Olympiques de 1992 à Barcelone sont probablement l'évènement basketball le plus marquant de ces dernières décennies. En effet, pour la toute première fois, la meilleure équipe des Etats Unis de tous les temps, va se confronter aux autres Equipes nationales du monde entier.

Voilà une occasion de faire parler de la culture basket typiquement américaine...

Aux vues des résultats escomptés, tous les médias vont tenter de s'accaparer le sujet qui a marqué l'histoire du basketball mondial. En effet, ils cherchent à détenir les retransmissions télévisées pour avoir la meilleure audience possible. Ce petit jeu, va permettre une propagation exponentielle du modèle américain.

A la suite de ce spectacle grandissant, le Basketball américain apparait comme le « sport à pratiquer ».

Forcément, la spectacularisation implique une forte médiatisation. De cette manière, les médias ont fortement accentués les valeurs du basket américain en mettant en évidence les symboles de cette génération qui serait d'après les médias « le moteur » de ce sport. Avec cette diffusion massive, les acteurs du basket américain, comprennent très rapidement l'engouement de la population tout aussi bien Américaine que Française.

Et pour cause, le merchandising prend peu à peu, une place importante dans le secteur du marché sportif. Avec la mondialisation qui accélère le processus, on voit apparaitre la vente de produit dérivés.

Ce mécanisme très puissant va permettre de propager la ligue en tant que marque internationale pour venter les attributs du basketball américain. Dès lors, les Français (principalement, puis par la suite les européens) vont consommer de manière massive ces produits dérivés, ce qui permettra également leur propagation et qui servira de publicité exponentielle.

D'après l'étude de ce mémoire, 96.7% des sondés pensent que le basketball français soit influencé par le basketball américain et parmi ceux là, 70% pensent que cette influence se fait grâce aux médias.

Le cinéma

De plus, l'arrivée du cinéma, a grandement favorisé le concept.

En effet, de plus en plus de films, court métrage et long métrage apparaissent sur la culture afro Américaine aux Etats Unis, en France.

Mieux encore, ce sont des films sur la culture afro-américaine dans le domaine du basketball. Voici quelques exemples qui illustrent à la perfection cette américanisation du basketball français et qui ont marqué à jamais les esprits des jeunes français de l'époque. Et encore parfois aujourd'hui...

Cela commence dans les années 1990, avec le film caricatural « White Men Can't Jump » traduisant ainsi les « Blancs ne savent pas sauter » sorti en 1992 qui permet de voir l'association de deux joueurs, l'un noir, l'autre blanc qui engendrera leur ascension sur les playgrounds des quartiers à communautés noirs de Californie.

Puis dans les années 2000, les médias ont sensibilisé le monde, vis-à-vis de l'histoire du basketball étatsunien avec le film Coach Carter sorti en 2005 qui raconte l'histoire d'un entraîneur de Basket au lycée qui va tenter d'inculquer certaines valeurs à ces jeunes étudiants issus de quartiers très pauvres et qui n'ont finalement que le basket pour s'en sortir, le but étant de les faire grandir et créer une ascension sociale.

Enfin en 2006, le film « Glory Road » signifiant « Les chemins du triomphe » qui prend tout son sens lorsque l'on sait que ce coach Blanc aligna la première équipe uniquement composée de joueurs noirs sur le terrain du championnat de NCAA (National Collegiate Athletic Association) malgré les ségrégations raciales et autres actes racistes à l'égard des joueurs Afro-Américains. Cette situation qui était tout à l'image de la réalité, a permis de sensibiliser les individus du monde entier, mais à aussi s'identifier à eux dans certaines valeurs, dans certaines positions sociales mais aussi en tant qu'être humain.

La presse papier

L'expansion des médias audiovisuels implique aussi le développement de la presse écrite, qui s'empresse de faire couler de l'encre. Outre le magazine majeur dans le domaine du sport à savoir « l'Equipe » qui synthétise la plupart des sports, il existe depuis quelques années des magazines spécialisés basketball et plus particulièrement basketball américain à l'instar du « Mondial Basket » ou encore le « 5 majeur ».

On observe une introduction massive du BB étatsunien au sein des différentes revues de presse.

En effet depuis 1991, le 5 majeur est « l'accompagnateur » du basket NBA. Plus que de montrer les simples actualités, il participe à montrer la plus belle image possible de la plus prestigieuse ligue du monde.

« Mondial Basket » quant à lui, a permis depuis 1991, de rendre accessible aux jeunes français de l'époque le modèle américain ; actualités, histoires et interviews ou autres critiques.

Autre périodique, MaxiBasket, qui lui est plus centré sur l'esprit basket mais qui a permis la diffusion du « cliché » du joueur de basketball américain avec le modèle typique des longues chaussettes blanches en passant par le short serré et le maillot cintré. L'athlète américain, se retrouve de l'autre côté de l'Atlantique (côté France) puisque grâce à ce « cliché » «le joueur de basket Etatsunien est mis sur le marché » d'après les écrits de Brice Monier et Christian Vivier sur l'ère étatsunien du basket français.

Pour la presse papier, c'est l'occasion d'exploiter pleinement l'image typique du basketteur Américain.

Pour conclure, la presse met en œuvre l'image des basketteurs, d'abord à des fins commerciales mais aussi, de manière à inculquer ce basket en termes de représentations (parfois sociales) aux jeunes français. Certains pourront dès lors, s'identifier aux personnages.

Réseaux sociaux

Aujourd'hui, bien que la presse écrite soit encore d'actualité, l'avancé des nouvelles technologies a permis une sensation de proximité chez le consommateur d'actualités sportives.

En effet, l'apparition des réseaux sociaux permet aux jeunes joueurs français, amateur ou professionnel, de « suivre » l'actualité de son équipe favorite et mieux encore, carrément de son jour fétiche. Il s'agit là, d'une expansion de l'information quasiment exponentielle à travers les médias sociaux. A titre d'exemple, LeBron James, joueur emblématique de la NBA est « suivi » par plus d'un millions de personnes sur les réseaux sociaux comme Facebook et plus de 36 millions de personnes sur Twitter, soit la moitié du nombre d'habitant en France !

C'est dire la portée que peuvent avoir les médias sociaux aujourd'hui, en termes de diffusion de la culture américaine dans le basketball.

Autant de source d'appropriation pour les français qui ne tardent pas à imiter leur paternel Américain...

C'est le début du processus d'américanisation par les masses médias ainsi que de cette diffusion dite « éclairé ».

II.5 L'apparition d'événements

Avec l'arrivée des Américains sur le sol national, le Basketball a su se diffuser de plusieurs manières.

Les Harlems Globetrotters

En effet, différents événements typiquement américains se sont formalisés et concrétisés au sein du Basketball français.

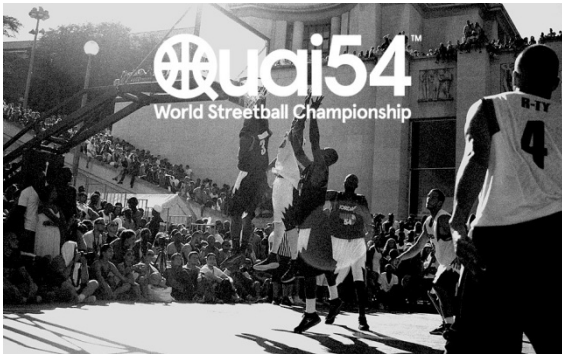


En premier lieu, nous avons les Harlem Globetrotters qui apparaissent comme une évidence. Dans les années 1930, les Harlems comme leur noms l'indique sont nés à Chicago et ont permis en grande partie à la démocratisation du basketball « noir ». Caractérisé par leurs prouesses techniques hors du commun, ils montrent une version du basketball américain tout aussi élitiste que « fun ».

Dans le documentaire « The Team that changed the world » qui signifie « L'équipe qui a changé le monde », Barack Obama leur a rendu hommage en assurant : « Comme beaucoup d'hommes noirs de cette génération, ils n'ont pas pu exprimer leur talent et subi tous les affronts pour gagner leur vie. La vigueur et la détermination de cette génération ont permis à des gens comme moi de siéger au Sénat des Etats Unis d'Amérique ». A l'époque le contexte sociétal était plongé dans les ségrégations raciales où la population afro-américaine avait du mal à être acceptée, parfois même rejetée.

Aujourd'hui les Harlem Globetrotters effectuent comme l'était leur plus grand désir, des tours du monde sur des événements tout public, tous plus fun les uns que les autres. Nous l'appellerons « The Harlem Globetrotters Tour ». Il permettra de diffuser une image positive du basketball américain connoté d'une touche d'histoire, de manière à être encre dans les esprits des publics.

Quai 54



Autre évènement actuel phare qui a fait son apparition il y a une dizaine d'années sur le sol de la capitale française.

En 2003, ce grand tournoi international de basket de rue, qui deviendra une référence par la suite, notamment grâce à son ambiance étasunienne, a vu le jour au 54 quai Michelot, d'où son nom symbolique.

Cet évènement permet donc de regrouper HIP HOP, joueurs du monde entier et bien évidemment le trash talking !

Au programme de l'évènement, tournoi, concours de dunk, de shoot à 3 points, accompagné de danse hip hop (aujourd'hui appelé « Break »).

Et tenez-vous bien, le créateur de cet évènement devenu un rendez-vous planétaire par son spectacle n'est autre qu'un Français !

Mammadoun Sidibé a créé cet évènement réunissant joueurs amateurs et professionnels, du monde du basket et en a fait son propre rêve, issu de sa passion... Le hip hop, le basket et les Etats Unis !

Outre l'évènement, on s'aperçoit que la culture basket américaine a réussi à pénétrer de manière très forte en Europe et plus particulièrement en France.

Ne serait-ce pas le signe d'une forte identification ? Ou pire encore d'une acculturation ?

All Star Game



Bien avant cet évènement, le basketball français accueille en 1987 au sein de son territoire, un évènement qui sera la copie conforme du fameux All Star Game Américain. Au programme, concours des meneurs appelé « Point Guard » aux états unis, concours de tirs à trois points, et concours de dunks.

Si à l'époque les deux pays regroupaient les meilleurs joueurs de la ligue (NBA et championnat de France) selon leur zone géographique, aujourd'hui les français ont préférés regrouper deux équipes, l'une française et l'autre composée uniquement de joueurs étrangers issus du championnat de France.

Ce type d'évènement qui s'effectue en fin de saison qui apparait comme un échange culturel pour les français qui tendent à perpétuer le rituel chaque année.

Le basketball « Made in USA », se développe également en France avec ce genre d'évènement.

A la suite de la médiatisation, le basketball étatsunien s'exporte de plus en plus dans les autres pays via des événements et notamment en France où la population n'est pas insensible à la culture Afro-américaine de l'époque.

II.6 La pratique auto-organisée : Le célèbre playground

Aux Etats Unis la pratique primaire est et restera le basketball de playground. Celui qui se développe dans la rue et qui y reste.

Le célèbre slogan du film Coach Carter « Ca commence dans la rue et ca s'arrête là » témoigne d'un basket fortement connoté historiquement.

Le basketball playground est né dans la rue, basé sur une forme de jeu en 5vs5 ou 3vs3 parfois même en fameux « One and One » (Formule pratiquée par les américains). Ce type de pratique est régit par l'auto arbitrage, ce qui laisse place à un jeu libre.

Les playgrounds sont des lieux des prouesses techniques permettant d'affirmer son style de jeu mais aussi son code vestimentaire ainsi que son trash talking, culture emblématique du jeu playground.

Cette forme particulière de pratique apparait comme un théâtre d'expression à l'américaine. C'est un terrain d'art où chaque joueur va tenter de montrer et prouver sa suprématie envers les autres. C'est une manière pour eux de se sentir exister.

Les expressions corporelles et verbales vont permettre à ces joueurs de se créer une identité, d'exister sur la scène du basketball.

Si le Basketball playground est reconnu comme un pionnier de basketball américain, la fédération Française de Basketball a su le prendre en considération comme une source de diversification de la pratique. En effet, nous voyons de plus en plus de façon de pratiquer le basketball loisirs, comme le Beach Basket, entre amis, qui semble être une variante de la pratique, même si le playground est tout de même pratiqué en France.

Il est vrai que depuis quelques années la FFBB a décidée de prendre le tournant de ce phénomène de société qu'est le playground et organise même un championnat de 3 vs 3 notamment opéré dans les universités, tant bien pour les filles que pour les garçons.

Ce style de pratique s'est développé dans les quartiers défavorisés et semble être associé aux minorités ethniques. Cette pratique ne cesse de croitre en termes de notoriété.

Aujourd'hui tous les basketteurs de France connaissent cette forme de pratique.

Selon l'ouvrage double jeu : « Le BB des terroirs s'estompe et laisse place au Basket de Playgrounds ».

II.7 L'arrivée des camps de basketball

Depuis quelques années, pour remédier au déficit technique de l'élite française, mais aussi pour exporter le concept du camp de basketball américain, la plupart des clubs professionnels décident de mettre en place des camps de basketball, notamment dans les régions qui favorisent le basketball, comme la Vendée, la Bretagne, la région lyonnaise et parisienne, la région des landes et la région lorraine. Les ligues régionales construisent des camps, dans le but de fidéliser les licenciés et garder une dynamique basket d'abord au sein des régions mais aussi et surtout sur tout le territoire.

Ces camps étant basés sur le développement personnel ou « fondamentaux individuels », ils se développent pour le perfectionnement de la pratique.

S'ils ont des fins commerciales, il s'agit avant tout de mettre en œuvre le perfectionnement de la jeunesse de manière à augmenter le niveau général du basket français, notamment au sein des associations. Dans certains cas, ces camps sont créés dans un but de détection de jeunes talents de manière à améliorer leur équipe de jeune.

A ce jour, les fins commerciales prennent le dessus puisque certains joueurs NBA français au jeu américain, n'hésite pas, à jouer de leur notoriété pour créer des camps à leur nom. De cette manière la publicité est déjà assurée. L'intérêt des jeunes va forcément créer un engouement très fort puisqu'ils vont avoir en tête de rencontrer leur idole pendant la durée du stage. Aujourd'hui, nous en comptons de plus en plus, comme le Tony Parker camp, la Fournier Academy par exemple. Le but également de ces camps est d'apporter l'expérience de ces stars au sein des camps en outre, d'exporter le jeu américain.

De plus, l'arrivée des nouvelles formes de pratique à favorisé la propagation de cette américanisation. En effet, on voit apparaitre de nouvelles formes d'organisations sportives de manière à « révolutionner » la pratique du basket liberté à l'instar de la HOOPS FACTORY. Quoi de mieux pour des incorrigibles « fans » du basketball étatsunien, de faire venir l'atmosphère et le complexe typique américain sur le sol national français ?

A l'image des grands gymnases américains, la HOOPS Factory à souhaité innover en France en créant un espace dédié à la pratique en posséder certaines caractéristiques.

En effet, la HOOPS dispose d'un parquet et d'un panier de basket tout droit venu du fournisseur de l'équipe NBA des Utah Jazz. Cette organisation propose un certain nombre de prestation, toute grandement inspirée de ce qui se fait aux États-Unis ; parmi lesquelles on compte les « NBA camps » durant la période des vacances scolaires, des entraînements individuels ou collectifs mais aussi des workouts training ainsi qu'une « league » sous forme de tournois.

Environnement, conditions, matériel, tout semble réunis pour que cette nouvelle organisation devienne incontournable dans le milieu du basket français.

En France aujourd'hui, même les offres « alternatives » à la pratique font référence aux États-Unis.

Il semblerait que la HOOPS FACTORY est au basketball ce que « l'urban » est au football en France.

III. Le cas Frenchy ASSOCIATE

Si l'entreprise française Frenchy Associate « n'est pas la première source » d'américanisation du basketball français, il semblerait que cette start-up a l'intérêt très prononcé vers les états unis, propose des services en événementiel basket qui pourraient tendre à montrer qu'elle en est un facteur majeur.

En effet, depuis maintenant cinq ans officieusement et deux ans officiellement, Frenchy a su créer des événements de renommés.

Au travers de différentes activités, Frenchy a créé une véritable organisation spécialisée basketball, à l'américaine.

Alors comment œuvre Frenchy ASSOCIATE pour participer à l'américanisation du basket français ?

Pour accomplir cette américanisation, Frenchy a un champ d'action assez large. En effet, Frenchy a décidé d'agir sur le monde associatif, soit sur les plus de 4000 clubs en France permettant de cibler les plus de 660 000 licenciés et de trouver un remède à leur pratique.

III.1 Les prestations proposées

Aujourd'hui, la Frenchy TEAM s'occupe de quatre entités à savoir : Frenchy US CAMP, Frenchy US CAMPUS, Frenchy SCHOOL et Frenchy ADVISES.

➤ Frenchy US CAMP

Les Frenchy US CAMP sont des stages sportifs spécialisés dans le Basketball d'une semaine animés par des joueurs américains de haut niveau et 100% en anglais. Une immersion totale sportive et linguistique dans le monde du basketball américain afin de progresser aussi bien au basket qu'en anglais de façon ludique et motivante. Il s'agit pour les clubs de prendre une autre dimension dans la pratique des jeunes participants (U9 à séniors).

Pour la réalisation de ces camps, il existe trois formules :

Formule 1 :

9h → 12h30	Entrainement Groupe 1 (3h + 30 min de YOGA)
14h → 17h30	Entrainement Groupe 2 (3h + 30 min de YOGA)

Formule 2 :

9h → 12h30	Entrainement Groupe 1 (3h + 30 min de YOGA)
	Découverte sports USA Groupe 2
14h → 17h30	Découverte sports USA Groupe 1
	Entrainement Groupe 2 (3h + 30 min de YOGA)

Formule 3 :

19h → 21h	Entrainement (2h)
-----------	-------------------

Durant les séances d'entraînement, l'accent est mis sur le perfectionnement des fondamentaux grâce à du matériel innovant importé tout droit des états unis (matériel spécifique des universités et équipes NBA comme la Fitlight Trainer)⁽¹¹⁾.

Durant ces camps, les échanges entre participants et intervenants permettent un transfert de culture, de façon de penser et d'agir dans la pratique.

L'objectif principal de ces stages est de favoriser au maximum l'échange et le partage d'expériences entre les intervenants américains et les participants. En effet, 77.9% des sondés pensent pratiquer un basket plus américain à la fin de l'événement.

Ces événements se font sous forme de Road Trip de la part des organisateurs. De cette manière, l'équipe organisatrice peut enchaîner quatre événements sur un même mois et satisfaire les demandes des participants.

Tout un projet clé en main pour zéro euro pour les clubs ! En effet, ce type de stage est financé par ceux qui veulent y participer.

(11) Les Fitlights Trainer sont un système de lumières, toutes régies par une tablette qui met en scène des exercices typique basketball.

La diffusion du modèle américain se propage des lors au sein des clubs du territoire national, ce qui permet de toucher tout type de public et ainsi favorise la sympathie puis l'identification à cette culture qui fait office de référence dans le domaine du basket. Au sein de ces camps, nous retrouvons toutes les caractéristiques majeures du basket américains, à savoir, le code vestimentaire, le trash talking, le Hip Hop accompagnant les entraînements.

➤ Frenchy US CAMPUS

Les Frenchy US CAMPUS sont sur la même base que les Frenchy US CAMP, mais en pension complète. Ce sont des stages d'une ou deux semaines en pension complète dans un campus premium 100% en anglais également. Ce type de camp se fait généralement grâce aux partenariats élaborés avec l'UCPA. La partie en pension complète permet aux jeunes joueurs issus d'association sportive, de partager des moments culturels avec les américains, de manière à se transmettre des savoirs.

➤ Frenchy SCHOOL

Les Frenchy SCHOOL sont des interventions ludiques sportives et culturelles dans les écoles élémentaires 100% en anglais. Avec le soutien de l'éducation nationale, cela permet une plus grande diffusion d'une part et surtout un échange culturel très fort au sein des écoles d'autre part. En effet, de cette manière, les intervenants américains, au-delà d'apprendre aux enfants à pratiquer le basket, il s'agit avant tout d'une communication culturelle, une transmission d'un savoir être et d'un savoir faire. Ce type d'intervention peut s'effectuer à travers toute la France, c'est dire le potentiel d'acculturation.

➤ Frenchy ADVISES

Le Frenchy ADVISES est un accompagnement de sportifs de haut niveau ou désireux de faire partie de l'élite basketball, pour leur inscription en université américaine. Il s'agit de faciliter l'accès à la formation américaine à travers les études et le basketball pour les jeunes.

En effet, de plus en plus de jeunes visionnent des vidéos à travers les médias sociaux tel que Youtube et de cette manière se créer une identification à certains joueurs NBA. A la suite de ça, les jeunes joueurs se sentent attirer par le fait d'évoluer dans le pays où tout a commencer.

Pour cette partie d'activité, il s'agit d'offrir aux jeunes leur « rêve américain », de leur offrir l'accès au basketball étatsunien.

Pour ce faire, Frenchy œuvre, notamment grâce à son immense réseau professionnel, pour l'acquisition d'une école spécifique regroupant ainsi, centre d'entraînement, bonnes conditions et accès aux études.

Les avantages d'un camp Frenchy

Accueillir un Frenchy US CAMP au sein d'un club permet d'acquérir certains avantages :

- Frenchy peut devenir un Sponsor. En effet en fonction du nombre de participants, Frenchy s'engage à reverser une donation financière au club hôte. Ce sponsoring peut se traduire par la donation de « jeux de maillots » notamment. Cette partie sponsoring permet à Frenchy de se diffuser et de s'imprégner au sein des territoires (régions).
- Cela peut apporter un dynamise au sein du club hôte et du département car c'est le club l'organisateur.
- Cela peut apporter une notoriété plus étendue. En effet, avec les campagnes de communication établies par Frenchy, le club en question est plus rapidement et mieux perçu dans les médias (réseaux sociaux).

- L'accueil d'un Frenchy US CAMP permet la possibilité d'acquérir de nouveaux licenciés chaque année.
- C'est aussi une possibilité de faire gagner un peu de fond financier au club hôte.
- Et bien évidemment, sans aucuns frais pour le club organisateur.

Autour de la marque Frenchy, une équipe de jeunes joueurs nommés « Phenoms » a été créée notamment avec les meilleurs joueurs des camps pour agir sur différents tournois.

Cette équipe, permet de promouvoir les savoir faire de Frenchy sur les différents tournois organisés partout en France mais aussi sur les tournois de l'étranger, comme en Belgique, Suisse et en Grèce.

III.2 Les perspectives

Concernant la diffusion du concept, Frenchy détient de multiples canaux en perspective pour se faire connaître et surtout pour américaniser le basket français tant dans sa pratique que dans son environnement.

Tout d'abord, Il y a l'équipementier qui se développe, en ce moment même.

-Equipementier :

Le but de cette création, outre se diversifier dans l'activité, est d'acquérir une marque d'abord sur le territoire français, puis ensuite à l'international dans un second temps. L'entité Frenchy GEAR va jouer sur le fait d'être le premier équipementier spécialisé basketball français pour marquer les esprits.

Pour ce faire, l'entité va agir selon trois axes de développement, de manière à devenir une marque incontournable au sein du basketball français.

Frenchy offre désormais la possibilité de personnaliser les équipements de chacun, particuliers comme associations sportives, allant du simple design à la couleur et le logo désiré.

-Magasin

Dans la continuité de l'équipementier, il s'agit de créer dans un premier temps, un magasin



représentant la marque sur une échelle locale, puis dans un second temps d'en faire une franchise sur tout le sol national.

-Partenariat NBA (en cours)

Le partenariat NBA permettrait aux événements éphémères de gagner en qualité et en prestige. S'associer à la NBA permettrait d'accroître la notoriété et d'augmenter la diffusion du concept. D'après les sondés, 96.7% pensent que la NBA a influencé la pratique française. De cette manière, Frenchy véhiculeraient les mêmes valeurs que celle de la NBA et avantagerait l'américanisation du basket français.

-Partenariat NBA 2K

Ce partenariat d'acquérir une visibilité média, augmenter la notoriété et la reconnaissance dans le milieu du basket.

Conclusion

Aujourd'hui, il paraît inévitable que le basketball américain est devenu une référence mondiale en terme de pratique mais surtout en terme de culture.

Nous avons pu voir comment le basketball français s'est approprié les tendances, la pratique, les rituels pour ainsi s'identifier à celui de son paternel américain.

Nous avons pu voir que cette américanisation passe par plusieurs canaux de communication pour s'exporter en France mais que surtout, chaque acteur environnemental avait un rôle à jouer dans cette diffusion de masse.

Le basketball américain a une histoire profonde à l'épreuve du temps. Il a su s'implanter dans différents pays notamment par ses caractéristiques et ses valeurs.

A travers l'entreprise Frenchy ASSOCIATE, nous avons pu voir comment l'américanisation du basket français pouvait agir en touchant au cœur du sujet, le public concerné.

En proposant ses services en événementiel, Frenchy a su étendre le modèle américain au sein de toute la France.

Et quand les sondés ont répondu, 98.9% pensent que l'entreprise Frenchy ASSOCIATE participe à l'américanisation du basketball français.

Pour clore ces explications, Arthur FRAMERY, président de la société affirme : « *Nous ne sommes pas le facteur premier, je pense que le facteur ce sont les américains jouant en France, on remarque qu'ils sont de plus en plus à arriver en France pour tenter leur chances dans le Basketball. Youtube ouverture sur ce qui passe aux USA, de quoi copier, ce job de mimitisme, les highlights de meilleures actions, je pense être un des acteur mais pas le principal* ».

Bibliographie

L'ère étasunienne du basket français par Brice MONIER et Christian VIVIER

Etre « Cain-ri » l'appropriation du basket américain en banlieue parisienne David SUDRE

« Racial stacking et stéréotypes raciaux en sport collectif : le cas particulier du basket-ball en contexte français » par Rodolphe PERCHOT.

Ouvrage « Double Jeu » Histoire du basket-ball entre France et Amérique. Paris Vuibert, 2007, 295 pages. « Sciences, corps et mouvements. Fabien ARCHAMBAULT, Loïc ARTIAGA, Gérard BOSC

« Un « sport noir » ? Le basketball et la communauté africaine et américaine » par Martin-BRETEAU NICOLAS. Sport et Société.

Sitographie

<http://www.ffbb.com/le-role-des-patros-dans-le-basket-francais>

<http://www.irids-idf.fr/>

<http://www.sport365.fr/>

<https://fr.statista.com>

<http://www.nunsuko.com>

<http://www.frenchyassociate.fr/>

<http://nofi.fr/2016/02/90-ans-dhistoire-les-harlem-globetrotters-une-veritable-institution>

www.aboriva.com/magazine/5-majeur.html

<https://basketretro.com/quai-54-plus-de-10-ans-de-streetball-avec-son-traditionnel-tournoi-dans-paris>

DIAGNOSTIC et DECISIONS STRATEGIQUES

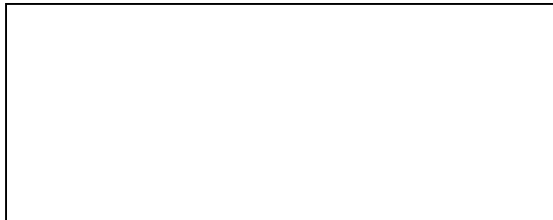
Guide de questionnement

THEME	N°	QUESTION	RELANCE
1. Identité de l'institution. 1. Sa finalité, Politique générale de l'institution	1	Quelles sont ses principales missions?	Quel est le statut de l'institution ?
	2	Vision actuelle de l'organisation : Quels projets portent ses membres et ses dirigeants ? De quelle façon envisagent-ils l'avenir ? Autour de quelles priorités ?	Cherchent-ils à s'ouvrir sur de nouveaux domaines d'intervention ? à renforcer leur position vis-à-vis des partenaires ou publiques ?
	3	Quelles sont les attitudes des dirigeants en matière de risque, de recherche d'indépendance et de prestige ?	
	4	Quelles sont ses principales valeurs?	De quelle façon doivent-elles évoluer ?
	5	Au-delà des prestations mises en place, quelles sont ses compétences distinctives?	Que savez-vous mieux faire que les autres ?
	6	En quoi consiste sa stratégie actuelle ?	
	7	Décrivez de quelle façon s'organisent ses processus de décision ?	Qui émet les idées ? Est-ce que tout le monde est invité à participer ? qui décide ? Est-ce que l'extérieur est aussi consulté ?
	8	Quelle est la part de planification par rapport à celle d'adaptation ?	Les actions menées s'inscrivent-elles dans le cadre d'une planification en amont, ou se trouve-t-on dans un type de fonctionnement privilégiant l'adaptation et la saisie d'opportunités permanentes ?
	9	De quelle façon s'organise la communication interne entre les personnes de cette organisation ?	Qui est consulté ? De quelle façon est récoltée l'information sur le terrain ? L'information est-elle partagée ? Est-elle efficace et régulière ?
	10	Comment s'organise la communication externe avec les partenaires et les publics de l'institution ?	Comment les différents partenaires sont-ils informés de votre existence est de vos prestations ? Quels supports ont été réalisés ?

	11	Au tour de quelles collectes d'informations cette organisation identifie les opportunités et les menaces ?	Les retours clients constituent-ils des informations exploitées ? Quelles sont les informations pertinentes concernant les menaces ?
2. Identification de ses principaux domaines d'activité stratégiques (ou champs d'intervention).			
1. Enumération de l'ensemble des activités de l'institution.	12	Quelles sont les activités élémentaires de l'institution ?	
2. Regroupement de ces activités en grands domaines d'activité stratégiques.	13	Quels regroupements de ces activités sont envisageables sous la forme de domaines d'activité stratégiques ?	Pourrait-on en imaginer d'autres ?
3. Etat des lieux du niveau d'engagement actuel et des actions réalisées pour chacun des domaines identifiés.	14	Quelle valeur représente-t-il pour votre institution ?	Quel attrait cela représente actuellement pour l'institution ?
	15	Quels critères ou indicateurs permettent de rendre compte du niveau d'engagement dans le domaine ?	Combien de personnes sont investies sur ce domaine ? Quel est le pourcentage du budget qui y est consacré ? Y a-t-il des actions de bénévolat ?
	16	Auprès de quels publics cette organisation intervient ?	Accordez-vous une priorité à certains publics ?
	17	Si d'autres institutions interviennent sur le même domaine, quels sont d'après toi les points de supériorité dont elle dispose ?	Quels sont ses sources d'avantage concurrentiel ? Par rapport aux institutions privées, publiques ou associatives ?
	18	A l'opposé quels sont les points sur lesquels l'institution se sent moins performante ?	Quels sont ses points faibles ?
	19	Afin d'être le plus efficace possible a-t-elle privilégié d'intervenir seule ou en s'associant certains partenaires ?	Quels sont les accords de collaboration et d'alliance développés ?
3. Analyse du micro environnement.			
1. L'environnement dans lequel évolue aujourd'hui cette organisation	20	Quels sont les principaux acteurs de cet environnement et les relations établies avec eux ?	Ces relations sont-elles fructueuses, mériteraient-elles d'être développées ? Quid des relations avec l'Etat (Ministère Jeunesse et Sports), les Collectivités Territoriales, le Comité olympique, les Fédérations...
	21	Quelles stratégies sont mises en place avec les partenaires ?	Avec quel succès ?

	43	Quelle sera notre politique de recrutement, de rémunération, de formation et de promotion au cours des prochaines années ?	Quelle est notre politique actuelle ? Comment devra t-elle évoluer ?
8. Formulation de la stratégie pour un domaine d'activité stratégique			
1. Niveau d'engagement.	44	A quel niveau d'engagement on se situe dans le DAS Animation ?	Quel est le taux d'occupation du secteur ?
2. Cibles ou publics prioritaires.	45	Quelles sont les cibles prioritairement visées dans ce DAS ?	Quelles sont les caractéristiques du public visé ? Y a-t-il plusieurs types de publics ?
3. Services à développer.	46	Quelles idées de nouvelles prestations de services pourrait-on envisager au cours des prochaines années?	Comment améliorer et faire évoluer la qualité des prestations que nous proposons actuellement?

		bien l'ensemble des tâches clés auxquelles nous sommes confrontés ?	
3. Les ressources humaines.	32	De quels personnels dispose l'institution ?	Comment se présente votre organigramme ?
	33	Comment ceux-ci se répartissent entre les différentes fonctions ?	Faudra-t-il investir davantage dans les ressources humaines ? Cet investissement doit-il être prioritairement qualitatif ou quantitatif ?
	34	Ces moyens humains sont-ils compatibles avec les enjeux futurs auxquels l'institution va devoir faire face ?	Est-ce qu'on peut discerner des micro-cultures ?
4. Diagnostic des normes de comportement et des valeurs dans l'institution.	35	Existe-t-il véritablement des normes de comportement et des valeurs partagées ?	
6. Synthèse du diagnostic stratégique.			
	36	Quels sont les principaux constats de votre diagnostic ?	Pouvez-vous établir un bilan ?
	37	Quels sont les principaux problèmes auxquels vous devez apporter une réponse ?	Quelles en sont les causes ?
	38	Quels sont les principaux enjeux futurs ?	Que faudra-t-il faire évoluer ?
7. Elaboration du plan stratégique.			
1. Stratégies des Ressources Humaines.	39	Quelles compétences voudrions-nous créer, renforcer, défendre et maintenir dans l'avenir ? et comment pourrions-nous y parvenir ?	Quid des compétences distinctives et managériales ?
2. Stratégies d'alliances.	40	Quels sont les principaux partenaires qui pourraient être associés à notre démarche?	De quelle façon peuvent-ils entrer en jeu ?
3. Stratégie financière et des ressources matérielles.	41	Comment trouver les ressources nécessaires au développement de nos activités?	
	42	De quelle façon allons-nous ensuite arbitrer la répartition de nos ressources de financement autour de nos différentes priorités?	Sur quels critères doit-on se baser pour répartir efficacement nos financements ?



Q1)

Alors comme tu le sais, en principales missions, on a l'événementiel avec les camps principalement. On apporte une autre sorte de camp pour les jeunes basketteurs à travers l'échange culturel avec des intervenants américains. Ensuite on a le côté équipementier qui démarre tout juste.

Q2)

Alors niveau projet, on a l'académie aux USA qui servirait de tremplin pour les jeunes du monde entier. Après on a le magasin qui ferait comme un concept store basketball un peu comme aux États-Unis. Et ensuite, il y a l'équipementier. J'aimerais en faire une référence dans le Basketball en France. Cela permettrait aux clubs ou aux athlètes de venir s'approvisionner en équipements typiques basketball au lieu d'aller chercher dans les décatlons, sport 2000 par exemple.

Q3)

Le but est la qualité haut de gamme « quality other quantity », en grossissant doucement et pas inondé le marché d'un coup. Par exemple, les camps ont mis 5 ans à bien s'installer sur le marché et à se faire un nom. En termes de risque, j'essaye d'en prendre le moins possible, mais parfois c'est inévitable.

Q4)

Alors, on à travailler dur c'est toujours important et c'est ce qu'on fait chaque jour. Ensuite je dirais inspirer les nouvelles générations de basketteurs. On essaye d'avoir un rôle fédérateur, un rôle de modèle dans le secteur. Ensuite je dirais qu'on effectue un échange culturel au travers de l'initiation à l'anglais.

Q5)

C'est de proposer une solution gratuite pour les clubs, sans risque pour les clubs « commercialement » à défaut d'autres camps payant pour les associations comme par exemple le Tony Parker camp.

Q6)

La stratégie est d'avoir un client, de lui amener plusieurs services et solutions que ce soit sur le camp ou sur l'équipementier. Ensuite de fidéliser ces mêmes clients. Notre but est de se diversifier dans nos activités.

Q7)

La prise de décision se fait par moi-même. Par exemple, sur le design de visuels ou de logo je prends les décisions finales mais je demande à des amis dans le métier pour qu'ils puissent avoir des visions critiques constructives car ils connaissent bien le marché. Pour les autres décisions, je demande l'avis des membres du bureau sur certains points. Je me charge des décisions majeures.

Q8)

Nous avons une planification à l'année, par mois, et des list To do pour nous organiser et amener chaque mission à son terme, mais nous avons beaucoup de projets donc pas mal d'adaptation sur les tournois éventuels par exemple. Il y à beaucoup de potentiel de public/rentabilité. Globalement, je dirais 60% de planification et 40% d'adaptation.

Q9)

Tout d'abord, nous sommes dans un « Open Space » où la communication est très directe, chaque personne est responsable de sa propre tournée mais il est toujours obliger de communiquer, que ce soit par Emails, téléphone, Groupe Wahtsapp pendant les Road trip. C'est une communication dans le partage et qui est très régulière.

Q10)

On a mailing, sms, appels téléphoniques, les événements promotionnels, les événements à but marketing, les rencontres avec le public, les jeux concours sur les réseaux sociaux et enfin les déplacements qui sont plus ou moins réguliers.

Q11)

Principalement, cela se fait sur les réseaux sociaux notamment sur Facebook où on peut voir si d'autres formes de camp débutent sur le marché.

Q12)

Comme je te l'ai dit, on a l'événementiel avec les camps, l'équipementier avec le merchandising, la communication notamment autour des événements et puis le placement de joueurs pour l'académie aux États-Unis.

Q13)

Ce serait événementiel, communication, académie et équipementier.

Q14)

Les quatre énoncés sont très important, dans la diversification de notre activité, pour le bien être de l'entreprise, les quatre sont prioritaires.

Q15)

Aucune société ne couvre 56 camps sur la France, sans vouloir être prétentieux les chiffres parlent d'eux-mêmes. Je rentabilise les investissements. Pour certaines écoles on intervient avec des sessions gratuites ou on fait des dons de matériels.

Q16)

En termes de public, nous avons les associations, les institutions privées comme la HOOPS Factory et enfin les écoles.

Q17)

Je pense que c'est l'anglais appliqué 100% Basketball car se sont des américains parfois même issu de la NCAA, le championnat universitaire des Etats-Unis donc c'est une preuve d'engagement fort et de qualité. Ensuite je dirais que les risques sont pris par l'entreprise et non par les clubs donc c'est un gros avantages pour les associations.

Q18)

Je dirais sur le timing organisationnel et sur la communication aussi, parfois on lance une communication trop tard.

Q19)

Concernant l'équipementier, j'en suis le seul propriétaire mais il se peut que je fasse une association avec Arnaud qui travaille avec moi sur le magasin, et Mike sur le magasin (Thehoopers).

Q20)

Pour les principaux acteurs, il y a à l'Education Nationale, qui est très fructueuse humainement, et très bien pour l'image de l'entreprise. Après, il y a ceux énoncés juste avant.

Q21)

Je ne peux pas te dire qu'il y ait une véritable stratégie, je suis ouvert à tout, cela se fait principalement au feeling, sur le terrain.

Q22)

Je ne peux pas te dire qu'il y ait de réel concurrent, mais on sent que de commencer à « percer » sur le marché peut donner des idées aux autres.

Q23)

Concernant les attentes, je pense que c'est avant tout la qualité, les relations humaines fortes, l'échange culturel, sur l'équipementier plus de la technique et de la qualité, de l'innovation.

Q24)

Il faut savoir que 93% des participants reviennent sur les camps depuis 4 ans.

Q25)

Je pense avoir quelque chose de dynamique, de jeune mais en même temps professionnel, alliant éducation, performance en termes de Basketball.

Q26)

Je pense qu'il y a les Comités, Ligues qui pourraient être fermés par rapport à ce qu'on propose car ce n'est pas institutionnel.

Q27)

Pour cette partie je ne vois rien de néfaste.

Q28)

Je pense faire une ou deux années de développement encore et ensuite en restera sur du maintien pour tous les domaines d'activités stratégiques. Pour le futur développement de partenariat cela se fera surement avec la NBA.

Q29)

Les activités engagées ont trouvé une certaine stabilité, le but n'est pas de gagner énormément d'argent à 25 ans mais plus de le réinvestir directement notamment dans l'équipementier, l'académie aux États-Unis. J'ai notamment un bon carnet d'adresse qui me permettra d'agir assez rapidement de manière flexible.

Q30)

Au niveau ressources humaines, on a un groupe de dix personnes sans compter les prestataires américains.

Du coté financier, on dispose du chiffre d'affaire ainsi que du matériel : 40 000^e de matériel déjà financé et il reste encore 30 000^e à financer. Pour les camps on dispose de matériel innovant comme la Fitlight trainer, SKLZ.

Q31)

C'est suffisant pour l'instant, on arrive à amortir les coûts. Mais on sera tout de même mieux l'année prochaine pour parler de réels bénéfices.

Q32)

On a Anne-Lise et Adélie en communication, Maxime en relation internationale, Bilal et Sarah dans le développement ainsi que les stagiaires.

Q33)

C'est un organigramme par étage, comme pyramidal.

Q34) Pour l'instant oui, mais il y aura forcément un recrutement et c'est pour ça que j'ai pris des masters 1 ou 2 en tant que stagiaire donc on partira sur du qualitatif avant tout.

Q35)

J'aime avant tout le fait qu'on soit une équipe de bosseur, avec un esprit d'équipe et de solidarité.

Q36)

Pour l'instant, je suis content de l'avancée, mais le travail n'est pas fini. Je suis très perfectionniste mais la boîte a dépassé deux ans d'activité donc c'est plutôt encourageant. On avance correctement.

Q37)

Un des problèmes que l'on a eu a été celui de jeunesse et sport avec la carte professionnelle car on a été mal conseillé. Aujourd'hui tout cela est cadré par un avocat. C'est très compétitif dans le Basketball donc il faut savoir rester constant dans les efforts.

Q38)

Les enjeux sont de sortir le magasin rapidement ainsi que le site internet pour l'académie.

Q39)

Il faudra garder l'élite, la qualité des sessions, gagner du prestige auprès des publics, se faire connaître d'avantage et reconnaître des professionnels Basketball en France, par exemple on travaille avec Bourges donc c'est déjà un gage de confiance vis-à-vis de l'entreprise. Nous y parviendrons avec le bouche à oreille et la communication.

Q40) Je pense à la HOOPS factory, la NBA et pourquoi pas à Playstation 2K, qui pourrait être très bien.

Q41)

Cela se fera grâce au réseau professionnel, j'ai déjà quelques contacts. Pour la partie financière, nous aurons le chiffre d'affaire de l'entreprise.

Q42)

Jusqu'à présent l'investissement pour le matériel a été pour les équipes du road trip. Maintenant ce sera principalement sur la boutique pour gonfler la rentabilité.

Q43)

Le but est d'employer une personne l'année prochaine sur frenchy associate.

Pour la partie équipementier, un stagiaire a gagné sa place.

Enfin pour le magasin, il me faudra un responsable de magasin.

Q44)

Le coté animation événementiel : 80% sans hésiter. Le jour où l'équipementier sera sur le marché ce sera 50/50.

Q45)

On reste principalement sur les associations, le privé et les écoles sur un public de 7 ans/20 ans et plus.

Q46) Tous les différents projets qu'on a évoqué lors de l'entretien.

Q47) Pensez vous que Frenchy a influencé l'américanisation du Basketball français ?

Concernant m'américanisation, je ne pense pas que ce soit le facteur premier. Je pense avant tout que le facteur premier c'est les américains jouant en France, on remarque qu'ils sont de plus en plus à arriver en France pour tenter leur chances dans le Basketball. On arrive à un point la bas où il y a énormément de basketteurs, de concurrence. Certains sont tentés de venir en France pour tenter leur chance, notamment d'atteindre le meilleur championnat de France.

Autre facteur pour moi, c'est Youtube et de manière plus général les médias sociaux qui ont permis une ouverture sur ce qui passe aux Etats-Unis, de quoi copier, ce job de « mimitisme », les highlights de meilleures actions, qui influencent les jeunes basketteurs. Je pense être un des acteurs mais pas le principal. Pour notre part on touche 2500 gamins par an, on a une part est ce qu'elle est petite ou grande je ne sais pas mais ce sont plus les frenchy jouant en NBA qui jouent le rôle principale comme

Tony Parker Rudy Guber, Evan Fournier. Eux, permettent de montrer aux jeunes que tout est possible, qu'il est possible d'atteindre cette ligue, ils les font rêver. Et c'est pour ça que les jeunes ont envie d'aller là bas. Par le biais de ces stars, le basket américain pénètre dans le français et c'est normal quand on voit le spectacle que s'est.

De manière plus générale, les médias dans leur ensemble ont permis cette américanisation mais je pense que ce qui permet le plus ce phénomène sont les joueurs français réussissant à atteindre la NBA, ils montrent l'exemple à suivre.

Entretien Acteurs du Basketball en France

<u>Questions principales</u>	<u>Questions de relance</u>
1) Pouvez-vous me parler un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...	
2) Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?	Economie, éducation, engagement selon les régions.
3) Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?	Quelles actions réalisées, regroupements.
4) Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?	Pensez-vous que ce sera toujours comme cela dans quelques années ?
5) Que pensez-vous de la société Frenchy Associate ?	Avantages/Inconvénients
6) D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?	Ressentis, attentes de pratiques.
7) Quelle est la valeur ajoutée de Frenchy Associate ?	-Distinctions -Les plus qu'apporte Frenchy Pensez-vous que Frenchy soit différente des autres institutions ?
8) Ne pensez-vous pas que frenchy favorise l'américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?	-Au niveau de la pratique -état d'esprit pendant la pratique -culture
9) Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l'américanisation du basket français ?	On entend beaucoup parler dans la presse ou les médias que telle ou telle chose s'est passée dans le basket, pensez-vous que cela est une influence pour le basket français ?
10) Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?	Le fait de parler d'américanisation, d'où pensez-vous que cela provient ? A quoi cela est-ce dû ?

Avec Guillaume CANU, co-responsable, gérant de la HOOPS FACTORY, Essonne.

<u>Questions principales</u>	<u>Réponses de Guillaume CANU</u>
Pouvez-vous me parler un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...	Récemment diplômé d'un Master 2 Management des Organisations Sportives, j'ai pu travailler pour l'entreprise UrbanSoccer en tant qu'équipier polyvalent en parallèle pendant 2 ans. Je suis actuellement directeur adjoint chez HoopsFactory Evry.
Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?	<p>A l'image du modèle français qui mêle tant bien que mal infrastructures publiques (gymnases) et privées (ex : complexe de foot à 5) : ceci cache un réel retard en France en terme d'infrastructures sportives qui impact nécessairement sur la pratique sportive et plus particulièrement du Basketball selon moi.</p> <p>En effet à l'heure actuelle il n'est pas possible pour un basketteur de jouer quand il le souhaite et dans de bonnes conditions ce qui représente un frein au développement du sport et c'est en grande partie la mission que nous poursuivons chez Hoops Factory : pouvoir proposer aux basketteurs les infrastructures permettant une pratique sportive accrue et dans de bonnes conditions (ex : parquets NBA).</p>
Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?	La FFBB tente de se renouveler pour attirer de nouveaux licenciés notamment avec la mise en place de compétitions en 3x3 cependant le modèle français ne permet actuellement pas ou très difficilement de développer de façon exponentielle la pratique du Basketball ce qui freine inexorablement les intentions de la FFBB qui sont louables.
Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?	A l'image de la Hoops Factory que je représente actuellement je pense que ce type de structures va se développer de plus en plus tout comme c'est le cas pour le football et ainsi pouvoir pallier tant bien que mal au grand manquement d'infrastructures qu'il y a en France.

<p>Que pensez-vous de la société FrenchyAssociate ?</p>	<p>Frenchy tente à son échelle d'insuffler un renouveau qui est bénéfique pour le Basketball. Je ne peux que saluer les associations et entreprises de ce type qui ont pour objectif principal de démocratiser et de développer la pratique du Basketball en France.</p>
<p>D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?</p>	<p>Je pense tout d'abord que le français aime profondément le sport de manière globale, c'est ancré dans notre histoire. Cependant le français aime aussi le renouvellement, l'innovation et ceci vaut également pour le domaine sportif.</p>
<p>Quelle est la valeur ajoutée de FrenchyAssociate ?</p>	<p>Frenchy importe l'aspect compétitif, de perfectionnement auprès des basketteurs. C'est à l'encontre de la célèbre maxime coubertinienne « l'important c'est de participer » mais pourtant c'est par ces aspects que nous verrons de plus en plus d'athlètes émerger ce qui légitimera la position française concernant le Basketball à l'international. Enfin, Frenchy continue cette démarche d'ouverture en proposant des camps en anglais qui est la langue internationale. Il y a là donc une démarche pédagogique d'ouverture sur le Monde.</p>
<p>Ne pensez-vous pas que frenchy favorise l'américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?</p>	<p>Comme dit ci-dessus, les notions de perfectionnement et de compétition sont des valeurs propres aux valeurs américaines et plutôt à l'encontre de celle de la « vieille France Coubertinienne » et ce sont des aspects mis en exergue par Frenchy en plus de proposer des camps en anglais.</p>
<p>Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l'américanisation du basket français ?</p>	<p>Bien évidemment : qui dit médias dit droits TV et qui dit droits TV dit business et ainsi libéralisation de la pratique ce qui est le propre du modèle américain.</p>
<p>Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?</p>	<p>La mondialisation tout simplement car celle-ci implique la libéralisation et donc le développement du Sport Business qui lui-même est le propre du modèle américain.</p>

Avec Yvonne JEREMIE, Présidente du club de Magny-les-Hameaux.

<u>Questions principales</u>	<u>Réponses de Yvonne Jeremie</u>
Pouvez-vous me parlez un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...	J'ai d'abord été Mannequin dans un premier temps, puis Assistante Ingénieur et enfin jusqu'à ce jour, cadre commerciale Bancaire.
Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?	C'est un sport qui n'est pas assez exploité au sein des écoles primaires collèges, lycée. Il faudrait une option sport dans les écoles pour initier les plus jeunes et surtout un maximum d'enfants, un peu comme aux états unis. Ils devraient encourager les enfants à aller dans la voie où ils veulent aller.
Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?	On voit beaucoup de tournois et manifestation dans certains clubs pour valoriser le basket selon les régions. La fédération œuvre pour tous les âges comme pour les Baby basket par exemple.
Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?	La fédération devrait élargir ses limites d'informations pour capter un maximum de joueurs et de joueurs potentiels. Investir sur la communication. Développer plus le réseau d'information pour améliorer l'accessibilité au basket, notamment au sein des clubs mais aussi des manifestations.
Que pensez-vous de la société Frenchy Associate ?	C'est un réel plus pour un club d'organiser ce forme de stage, une formation avec d'autres techniques, plus poussées. Cela aide les jeunes à progresser et d'une certaine façon c'est une forme d'épanouissement personnel au sein du club et ça aide à augmenter le niveau du club.
D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?	Les enfants en générale attendent de la nouveauté par rapport à leur quotidien. On trouvait tout type d'attente. On avait tout aussi bien l'amusement que la performance. Ils étaient très contents à la fin du stage, content de ce qu'ils avaient accomplis durant une semaine intensive. C'était nouveau pour la plupart.

<p>Quelle est la valeur ajoutée de Frenchy Associate ?</p>	<p>Je dirais, un savoir, avec des techniques différentes, avec du matériel adapté aux enfants. Mais surtout une façon de faire. Le fait d'avoir des américains qui ont un certain niveau, cela apporte beaucoup dans la pratique et dans l'échange.</p>
<p>Ne pensez-vous pas que frenchy favorise l'américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?</p>	<p>Je pense que ça y joue un peu. Déjà le fait d'avoir des américains en tant qu'encadrant. Mais aussi le fait qu'ils puissent échanger au niveau de la pratique, ils leur parlent de leur expérience, tout ça leur donne une autre vision du basket. Au niveau de l'état d'esprit, ils leur apprennent à ne jamais abandonner, à ne pas lâcher, c'est important dans les efforts. C'est un bon échange culturel que l'on opère pendant cette semaine.</p>
<p>Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l'américanisation du basket français ?</p>	<p>Clairement, oui. Beaucoup de jeunes regardent la NBA aujourd'hui, parfois même plus que la PRO A en France.</p>
<p>Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?</p>	<p>Il ne faut pas oublier que le basket est né aux USA. Tous les joueurs Français veulent intégrés un club aux USA. Et là bas un club est géré comme une grande entreprise, tout est chiffré. Tout est plus encadré, très pointilleux. Ils ont une culture basket très prononcé, car ils jouent beaucoup en dehors. Et je pense que le fait de voir ces joueurs à la télévision, les jeunes s'identifient à leur joueur fétiche.</p>

Avec KAD HOUMADI, seul salarié basketball de la région des Landes.

<u>Questions principales</u>	<u>Réponses de KAD HOUMADI</u>
Pouvez-vous me parlez un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...	J'ai été ancien pensionnaire du centre de formation du Havre et Chalon. J'ai également joué en National 1 à Liévin, puis en National 2. Aujourd'hui je suis éducateur diplômé depuis 3 ans à Biscarrosse et seul salarié des Landes en termes de Basket.
Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?	Le basket Français actuelle se porte très bien, il y a beaucoup de diversités dans la pratique aujourd'hui avec l'apparition du 3x3, le basket plage, il me semble même que certaines entreprises en font. Depuis 2 ou 3 ans nos équipes nationales jeunes ont des résultats lors de tournoi internationaux. C'est une bonne chose.
Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?	Même si la formation est bonne, je trouve que les petits clubs sont laissés un peu à l'abandon et doivent se débrouiller pour la plupart du temps seul... c'est dommage. La fédération aurait tout intérêt à œuvrer pour ce genre de club, si elle ne veut pas perdre de club.
Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?	Justement, il faudrait mener plus d'action dans les clubs se trouvant dans des zones où le basket a du mal à se développer.
Que pensez-vous de la société Frenchy Associate ?	C'est une très bonne initiative, nos jeunes n'ont pas forcément l'habitude de travailler comme Frenchy mais ça leur fait énormément de bien. Tout le monde est traité de la même façon, c'est motivant pour les jeunes. En tant qu'éducateur je leur passe un message toute la saison c'est un soulagement de voir que d'autres éducateurs leur disent la même chose. D'autant plus que ce sont des américains, donc ils ont plus d'impact auprès des jeunes.
D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?	Du point de vu de l'éducateur il serait bien que les éducateurs s'adapte à la catégorie (par exemple dans las Landes il n'y a pas d'écran porteur en U11) mais ce n'est qu'un détail. De manière générale, la plupart des jeunes s'inscrivent à ce type de stage pour pouvoir

	progresser donc a première vue je dirais la performance. Mais cela leur apporte, une autre manière de pratiquer. Ils s’amusent en faisant cela.
Quelle est la valeur ajoutée de Frenchy Associate ?	Je dirais incontestablement, le coté AMERICAIN. Ce côté fait rêver les jeunes. Et le fait de pratiquer un basket typique américain de manière aussi ludique, les enfants adorent ça. Autre point positif, la qualité du matériel. En France, nous n’avons pas à disposition ce genre de matériel, les Fitlights, je ne sais même pas si un club pro en France en a, c’est pour dire.
Ne pensez-vous pas que frenchy favorise l’américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?	Non je ne trouve pas, cela apporte juste une autre méthode de travail qui par moment nous permet de sortir de la routine. Il est vrai que ça pourrait laisser penser, mais d’un point de vue d’éducateur comme le mien, je pense tout simplement que ça leur forge un mental, ils apprennent à ne pas lâcher dans l’effort et c’est très bien, parce qu’avec certaine catégorie les jeunes lâchent à la première difficulté. Là au moins ils apprennent que les efforts payent toujours.
Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l’américanisation du basket français ?	Dans la culture du basket Français les américains sont de plus en plus nombreux. Ils arrivent de plus en plus depuis quelques années au sein des équipes type PRO B/PRO A pour tenter leurs chances. C’est peut être plus accessible pour eux. Les jeunes Français se sentent obligés de s’expatrier pour progresser donc oui les médias y jouent un rôle important c’est sur.
Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?	Les médias et également les joueurs qui ne trouvent pas leur place en France qui se forment aux USA et qui revienne avec cette culture différente de la notre. Je pense que le fait de mélanger les deux cultures peut apporter, d’abord en tant qu’homme mais aussi en tant que basketteur.

Avec Johan QUINT, ancien coach assistant National 1 du Rupelas Basket, La Rochelle.

Questions principales	Réponses de Johan QUINT
Pouvez-vous me parlez un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...	Alors par où commencer... Après avoir joué jusqu'en Nationale 3, je suis devenu salarié depuis 17 ans comme agent de développement sportif sur le club de Tasdon Basket La Rochelle. Je suis également intervenu sur le secteur pro en parallèle comme assistant en Nationale 1 à Rupella et l'UBLR et NF1 à l'ABPR. Je suis membre aussi de l'ETD 17 depuis 12 ans et intervins sur les détections et sélections du CD17. J'arbitre également au niveau régional.
Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?	Je ne sais pas si je suis le seul mais je trouve que l'état actuel du basket est pauvre économiquement, dépassé en terme de pédagogie et d'éducation du citoyen. Et complètement disparate selon les régions... La première raison à cela, est le manque croissant d'entraîneur de niveau et professionnel qui favorise cette situation et limite le développement du basket en France.
Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?	La FFBB a cherché depuis quelques années à développer et améliorer ses actions basket et sa communication, ainsi que son image au niveau nationale. Malheureusement cela reste confiné au petit microcosme du basket national par manque d'investissement financier et surtout par manque de visibilité, notamment à la télévision par rapport à d'autres sports au niveau national.
Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?	Il faut qu'elle parvienne à attirer de grandes sociétés avant tout Oui entre autre et surtout réussir à ce que le basket soit retransmis régulièrement et gratuitement à la télévision. Et non plus de manière anonyme, sporadique et payante...

<p>Que pensez-vous de la société Frenchy Associate ?</p>	<p>C'est un très très bon concept. Je n'y ai vu que du positif après lors 1^{er} passage à la rochelle. On espère le renouveler en vue de la saison prochaine et pourquoi pas que cela devienne un rituel pour le club. Cela permet d'inculquer un basket d'origine à ces jeunes et cela ne leur fait pas de mal.</p>
<p>D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?</p>	<p>Avant tout, je dirais de découvrir une autre approche du basket à la « made in USA ». De pouvoir s'entraîner presque comme leurs idoles et joueurs américains. Enfin la découverte d'une autre langue et culture. Cela permet une réelle ouverture sur la pratique et l'état d'esprit. Ça les fait grandir. Cela convient d'autant plus aux parents.</p>
<p>Quelle est la valeur ajoutée de Frenchy Associate ?</p>	<p>Je dirais le fait de mettre à disponibilité du matériel pro, d'équiper les stagiaires en tenue (t-shirt, gourde) etc... Mais la plus grande valeur ajoutée est la possibilité de mettre en place un match de gala en fin de stage. Cela permet un engouement chez les jeunes, de voir que tout le travail accompli pendant cette semaine de stage peut influencer réellement leur niveau.</p>
<p>Ne pensez-vous pas que frenchy favorise l'américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?</p>	<p>Elle y contribue bien évidemment par la pratique de la langue, la découverte d'une autre culture mais qui ne nous est pas totalement étrangère non plus. Mais ce qui est le plus représentatif à mon avis c'est l'état d'esprit qui anime les stages avec le dépassement de soi, la culture de la performance sportive « made in USA » qui à mon sentiment est moins ancrée dans la culture francophone ou abordée différemment et dans un contexte seulement d'élite comme dans les pôles, centres de formation etc...</p>
<p>Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l'américanisation du basket français ?</p>	<p>Ils l'ont toujours plus ou moins fait en essayant d'américaniser l'annonce et la retransmission des matchs avec France 3 avec un match NBA le dimanche après-midi, puis par la suite Canal + à l'époque avec Georges Eddy notamment. Cela avait eu un impact à l'époque dans le développement du basket en France de manière générale. Avec comme point culminant les JO à Barcelone et la « Dream Team ». Cela avait engendré une nette augmentation du nombre de licenciés, apparition des « playgrounds » dans les villes et villages un peu partout en France. Mais malheureusement le basket français n'y</p>

	<p>était pas bien préparé et le phénomène s'est essoufflé par la suite...</p> <p>Par manque de moyen humain, d'entraîneurs « formés » trop peu nombreux pour assurer l'accueil et une qualité d'entraînement, de structures, et de financements.</p>
<p>Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?</p>	<p>Celle-ci est dû en partie au fait que les américains sont toujours la référence dans ce domaine. Et par l'image véhiculée par le championnat NBA et son « merchandising » à travers le monde.</p>

Avec ISIDORE, membre du comité directeur du comité départemental basketball du 93.

<u>Questions principales</u>	<u>Réponses ISIDORE</u>
<p>Pouvez-vous me parlez un peu de votre parcours professionnels jusqu'à maintenant...</p>	<p>Cela fait 20 -25 ans que j'entraîne, j'ai commencé à l'école de basket, puis avec des filles U17 puis U15. Ensuite j'ai entraîné des garçons U17 espoirs puis U20, et enfin des seniors au niveau régional pour retourner avec des plus petits après.</p> <p>Aujourd'hui, je suis membre du comité directeur du comité basketball du 93 et membre du comité de gestion du minibasket.</p>
<p>Que pensez-vous de l'état actuel du Basketball Français ?</p>	<p>D'abord le basketball est partagé en plusieurs filières, on a le secteur professionnel, le basketball jeunes, le basketball minibasket. On un d'un coté une filière Haut niveau et une filière amateurisme.</p> <p>En France, on a une bonne formation jeunes puisqu'on est champion d'Europe avec l'équipe de France jeune. Par contre le problème en France est qu'on ne retrouve pas ces jeunes dans le championnat français car les places sont prises par les joueurs étrangers donc c'est un paradoxe.</p> <p>Le coté amateur lui, ne s'est jamais aussi bien porté et la preuve en est que le nombre de licenciés est croissant chaque année.</p> <p>On est quand même le deuxième sport collectif en France, représenté en garçon et en fille, Il y a un réel engouement dans les résultats et dans le nombre, dans écoles et minibasket en termes de licenciés.</p>
<p>Selon vous, comment œuvre la fédération sur le sol national ?</p>	<p>La structure de la FFBB est déconcentrée grâce aux comités, ligue, ce qui permet de toucher tous les départements. De nos jours, il y a très peu de département où il n'y a pas de basketball.</p> <p>La fédération met en place des actions qui permettent de pérenniser les licenciés comme des tournois inter-régions par exemple.</p> <p>Pour la filière élite, la création des sélections de jeunes ont permis de se diriger vers le basketball élite</p>

<p>Selon vous, de quelle manière devrait-il évoluer durant les prochaines années ?</p>	<p>Point négatif, pour la filière élite, nous n'avons pas de places pour les jeunes qu'on forme, plus on monte en niveau et moins il y a de place pour les jeunes français.</p> <p>Un petit joueur français on va l'écarter alors qu'un américain de la même taille on le prend. Je pense qu'il faudrait changer « les règles » mais si on les change le basketball sera-t-il toujours aussi attrayant ?</p> <p>Il faudrait augmenter le salaire en D-league ce qui permettrait aux joueurs américains de rester aux usa, on ouvre le basketball aux étrangers, on ne peut pas leur interdire, c'est difficile de leur fermer la porte dans le sens où on ne peut pas empêcher quelqu'un de venir travailler en France.</p> <p>Entre les différents quotas, chacun joue avec les règles et on se retrouve avec cinq américains dans une même équipe donc ça va devenir de plus en plus dur pour un joueur français d'avancer. La fédération devrait faire quelque chose dans ce sens là.</p> <p>Regarde, le meilleur marqueur des espoirs pro A n'est même pas sur d'avoir sa place en Pro A, il n'est même pas dans le meilleur 5 désigné de la saison, c'est dommage.</p>
<p>Que pensez-vous de la société Frenchy Associate ?</p>	<p>Le concept de créer des camps en anglais, la langue maternelle du basket on va dire ça permet de sensibiliser les gamins, ça attire l'intérêt des gamins, ils apportent de la concentration car il ne comprennent pas forcément, derrière cela développe plus de compétences aux gamins car ils font plus attention à ce qu'ils font. C'est un double avantage de compétences et de pratique.</p> <p>Des camps comme ça c'est un encouragement collectif, une ambiance chaleureuse ce qui permet de diversifier et dynamiser la séance qui permet de mieux travailler. C'est un côté qu'on n'a pas en France. Les cris à chaque pause sont très dynamiques pour l'état d'esprit, l'apprentissage. Cette façon de faire je l'ai rencontré qu'avec des américains quand j'ai fait une séance avec les filles de Gorges Town, on avait l'impression qu'il y avait deux cents personnes dans la salle, rien à voir par rapport à ce qui se fait en France.</p>

<p>D'après vous, quelles sont les attentes des publics destinataires ?</p>	<p>Ils en ont tellement, ils veulent progresser vite au basketball, apprendre l'anglais du basketball. Ils veulent aussi s'entraîner comme leur héros NBA et c'est cette référence qui les font venir, ils rêvent tout simplement de « l'américain Dream ».</p>
<p>Quelle est la valeur ajoutée de Frenchy Associate ?</p>	<p>Je pense forcément à l'état esprit qui est primordial. Ensuite le matériel de dernière technologie alors que la majeure partie des clubs ne peuvent se le procurer, y compris des clubs de professionnels en France. Ils s'entraînent avec du matériel de professionnel américains. Enfin je pense que pour les enfants, échanger avec des intervenants américains provoque un réel échange culturel, échange d'expérience et d'encouragement.</p>
<p>Ne pensez-vous pas que Frenchy favorise l'américanisation du Basket français ? Si oui, de quelle façon Frenchy y participe ?</p>	<p>C'est compliqué de dire que Frenchy participe à l'américanisation du basket français. Ce n'est pas sur le côté technique que Frenchy apporte le côté américanisation. Hum Oui et non. Américanisation c'est un grand mot en fait. Je dirais plus que Frenchy apporte le savoir faire américain.</p>
<p>Pensez-vous que les médias aient joué un rôle dans l'américanisation du basket français ?</p>	<p>Bien sûr que oui, tout le monde suit les playoffs NBA mais presque personne ne suit les playoffs français de la PRO A. En plus, il y a plus de matchs NBA diffusés et même de March Madness alors que c'est du basket universitaire, que des matchs de pro A ou pro B. Même le basketball européen est moins diffusé. Forcément le basketball américain fait office de référence.</p>
<p>Selon vous, quelles sont les raisons de cette américanisation du Basket ?</p>	<p>Du coup, je pense qu'il y a plusieurs facteurs, l'arrivée des joueurs américains dans les championnats français, et les médias principalement.</p>

Questionnaire

Échantillon enfants 9-20 ans ayant participé aux camps Frenchy

Partie Profil

- 1) Quel âge avez-vous ?
- 2) Dans quel cadre pratiquez-vous le basket ?
- 3) Dans quel but ?
- 4) Depuis combien de temps pratiquez-vous le Basket ?
- 5) A quelle fréquence ?
- 6) Faites vous de la compétition ?
- 7) Si oui, a quel niveau ?
- 8) Dans quelle région pratiquez-vous ?
- 9) Faites vous partie d'une association sportive ?

Partie Frenchy

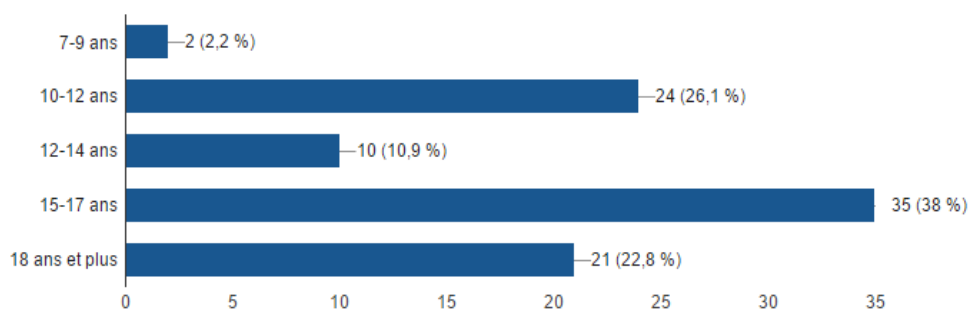
- 10) Comment avez-vous connu Frenchy Associate ?
- 11) Quelles étaient vos attentes en vous inscrivant à ce stage ?
- 12) Qu'avez-vous préféré pendant votre stage ?
- 13) Selon vous, quelles sont les valeurs véhiculées par ce stage de basket ?
- 14) Avez-vous apprécié l'encadrement ?
- 15) Avez-vous déjà effectué un camp de basket ?
- 16) Si vous aviez le choix, referiez-vous ce stage ?
- 17) Avez-vous trouvé le camp Frenchy associate particulièrement différent ?
- 18) Si oui, pourquoi ?

Partie Américanisation du basket

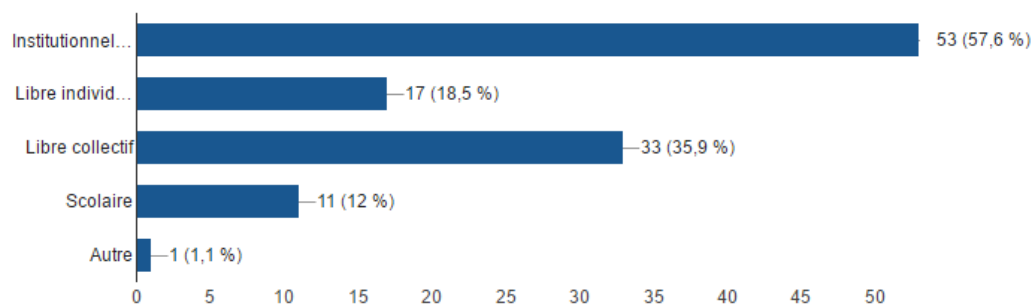
- 19) Après ce stage, pensez-vous pratiquer un basket plus typique américain ?
- 20) Pensez vous que Frenchy Associate participe à l'américanisation du Basket français ?
- 21) Si oui, pour quelles raisons ?
- 22) Si « autres » précisez.
- 23) Quelles distinctions purement américaines avez-vous trouvé sur le camp ?
- 24) Selon vous, le basketball français est-il influencé par le basketball américain ?
- 25) Pour quelles raisons ?
- 26) Pensez-vous que la Dream Team des Etats-Unis des Jeux olympiques de 1992 ait influencé le basket français ?
- 27) Pensez-vous que l'apparition d'internet et des médias sociaux, ont favorisé la diffusion de la culture américaine au sein du basket français ?
- 28) Selon vous la diffusion de la NBA a t-elle influencée la pratique française ?
- 29) Pensez-vous que l'arrivée de joueurs américains dans les championnats français ait modifiée la pratique ?

Partie Profil

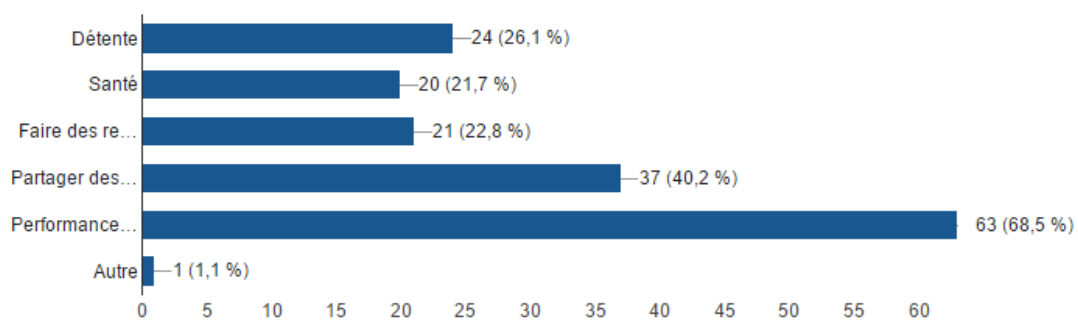
1) Quel âge avez-vous ?



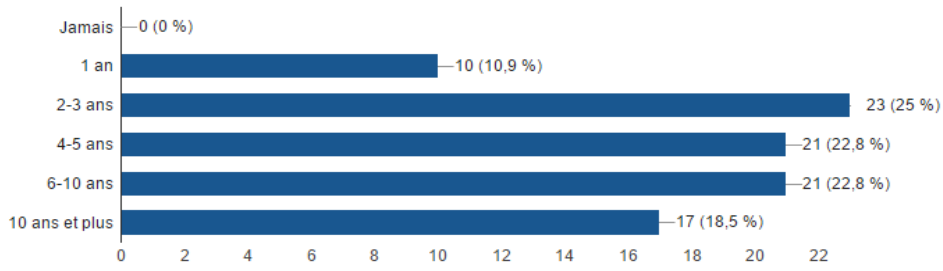
2) Dans quel cadre pratiquez-vous le basket ?



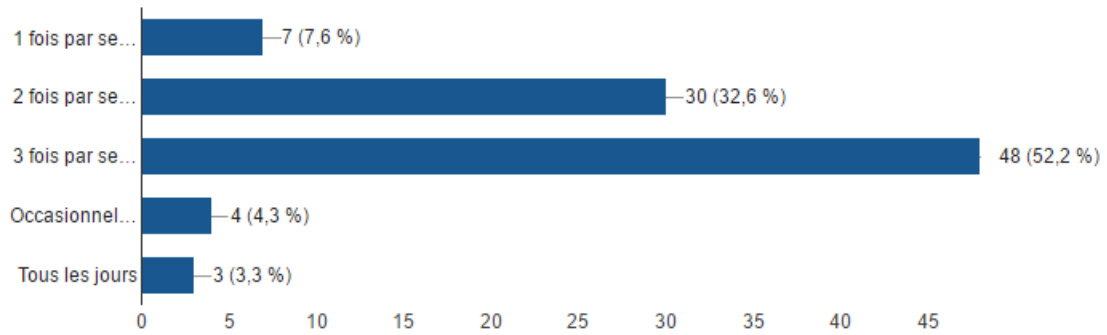
3) Dans quel but ?



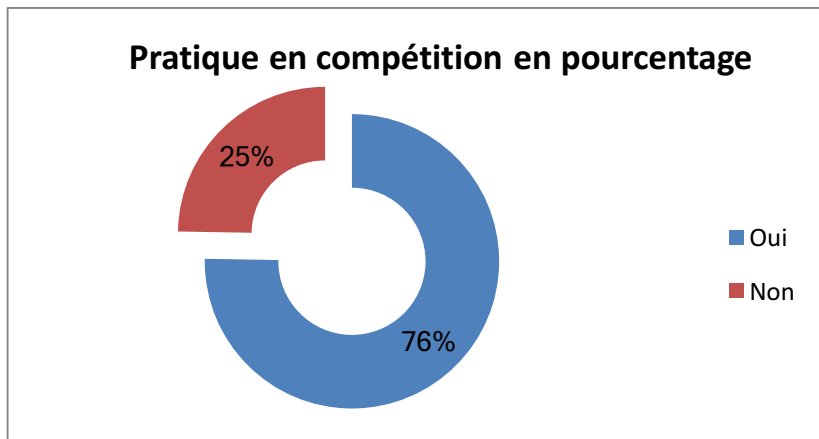
4) Depuis combien de temps pratiquez-vous le Basket ?



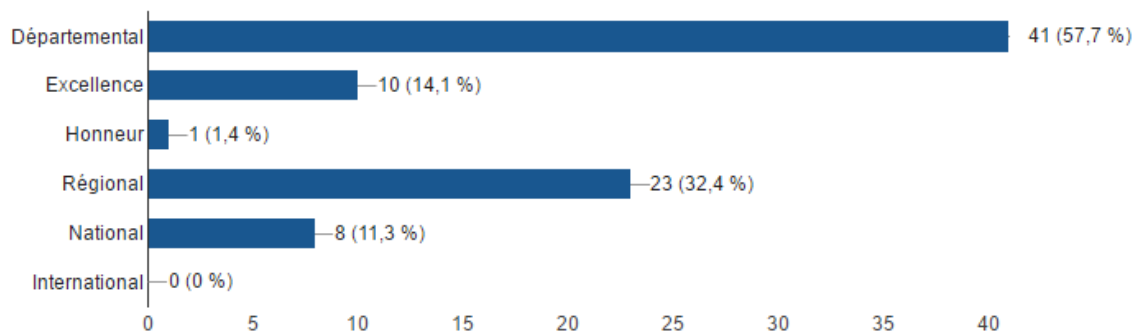
5) A quelle fréquence ?



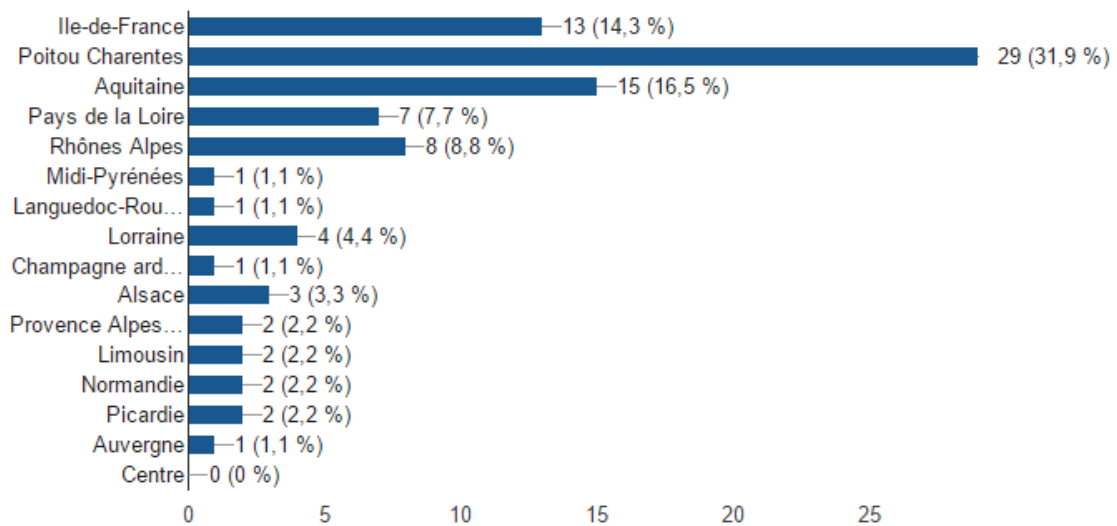
6) Faites vous de la compétition ?



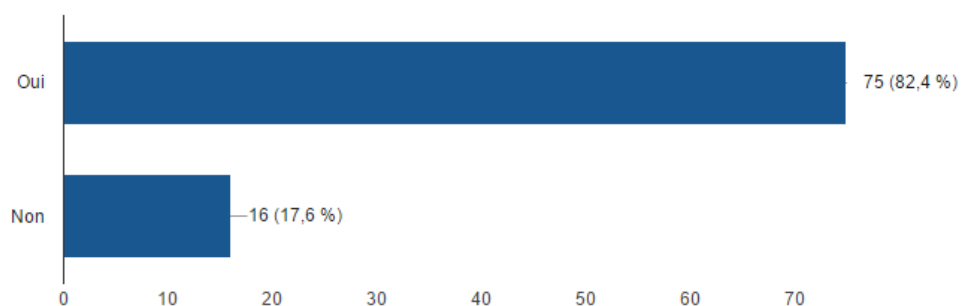
7) Si oui, a quel niveau ?



8) Dans quelle région pratiquez-vous ?

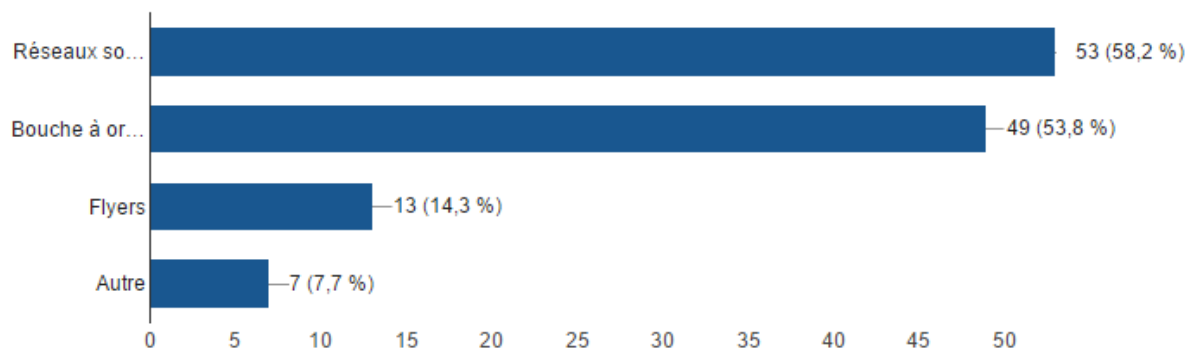


9) Faites vous partie d'une association sportive ?

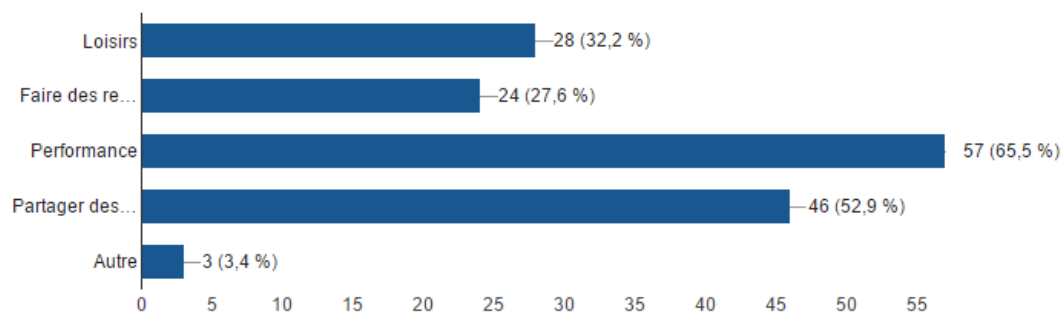


Partie Frenchy

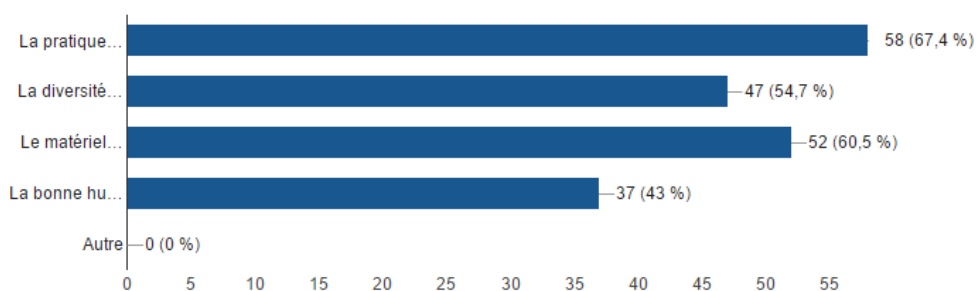
10) Comment avez-vous connu Frenchy Associate ?



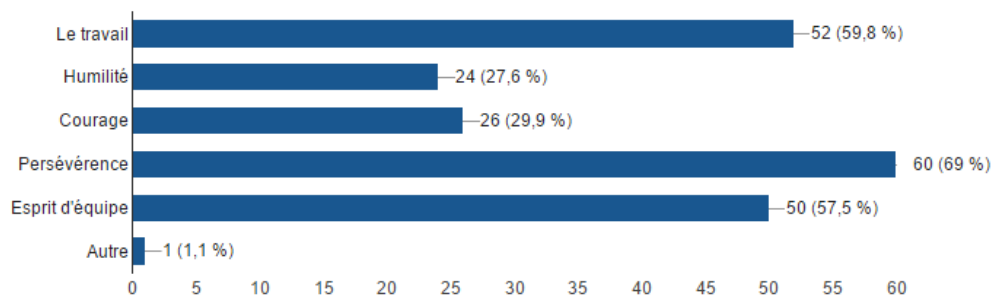
11) Quelles étaient vos attentes en vous inscrivant à ce stage ?



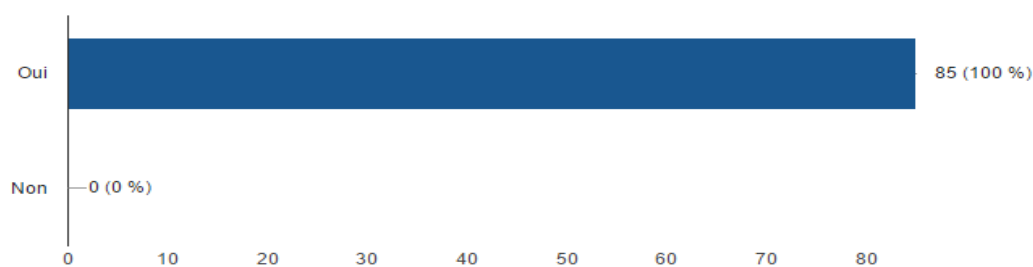
12) Qu'avez-vous préféré pendant votre stage ?



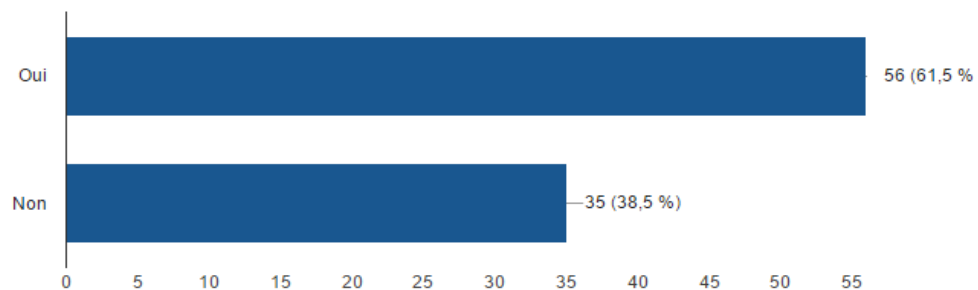
13) Selon vous, quelles sont les valeurs véhiculées par ce stage de basket ?



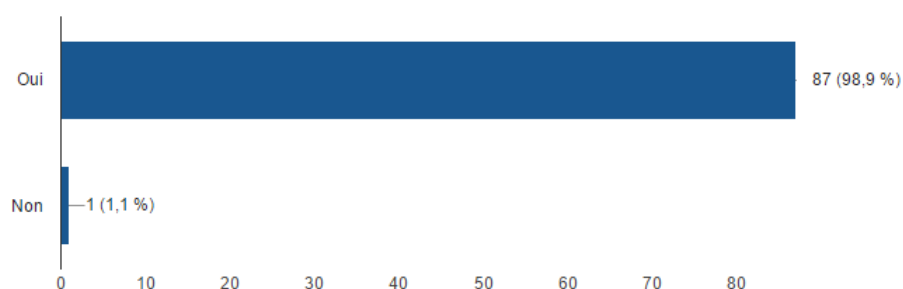
14) Avez-vous apprécié l'encadrement ?



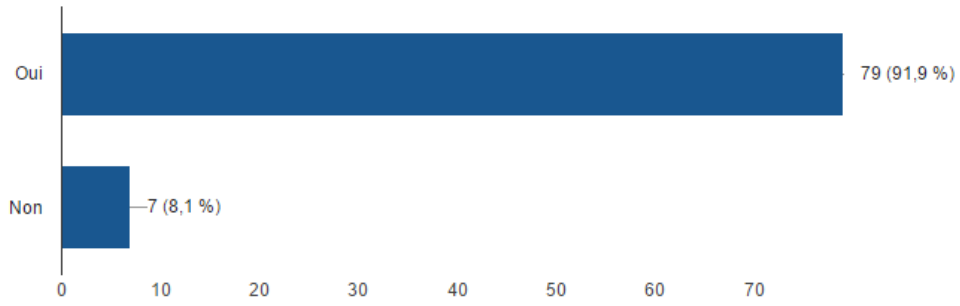
15) Avez-vous déjà effectué un camp de basket ?



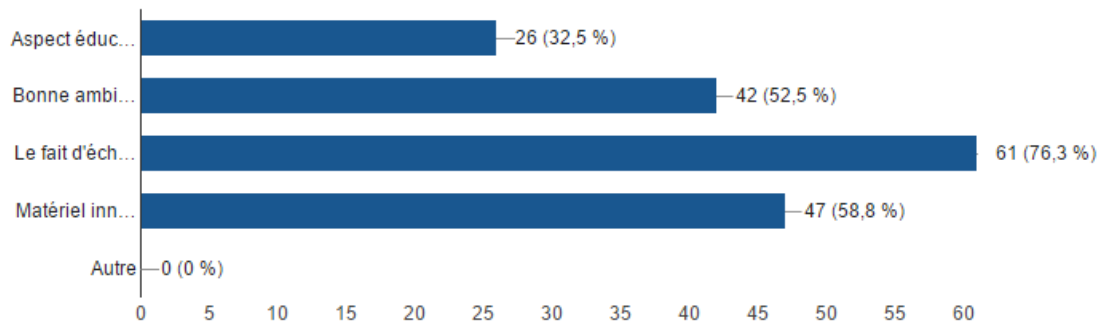
16) Si vous aviez le choix, referiez-vous ce stage ?



17) Avez-vous trouvé le camp Frenchy associé particulièrement différent ?

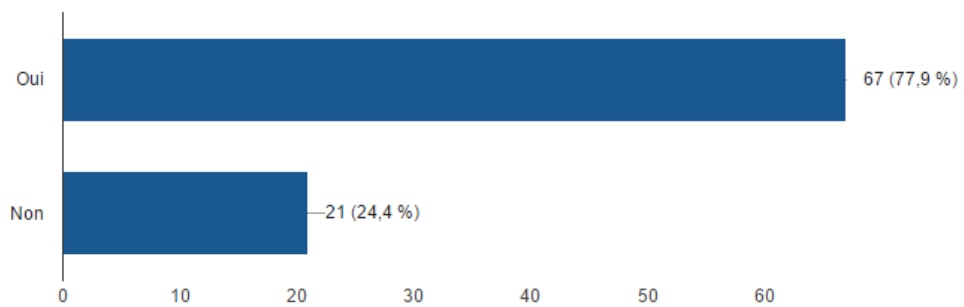


18) Si oui, pourquoi ?

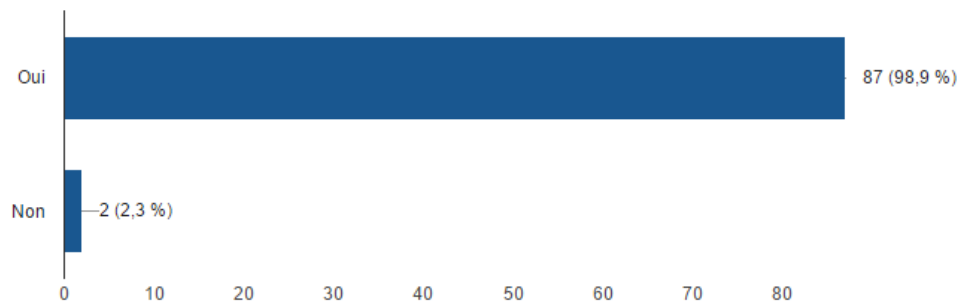


Partie Américanisation du basket

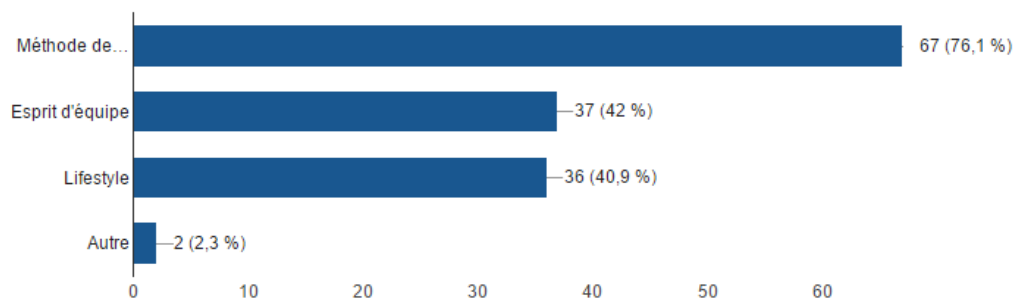
19) Après ce stage, pensez-vous pratiquer un basket plus typique américain ?



20) Pensez vous que Frenchy Associate participe à l'américanisation du Basket français ?



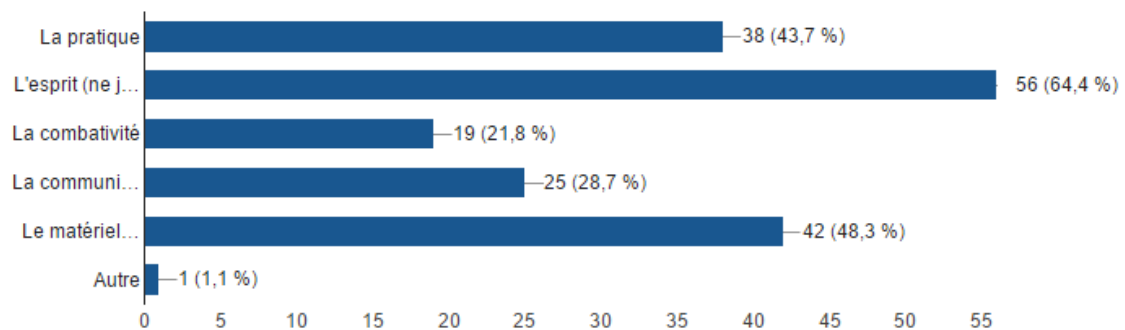
21) Si oui, pour quelles raisons ?



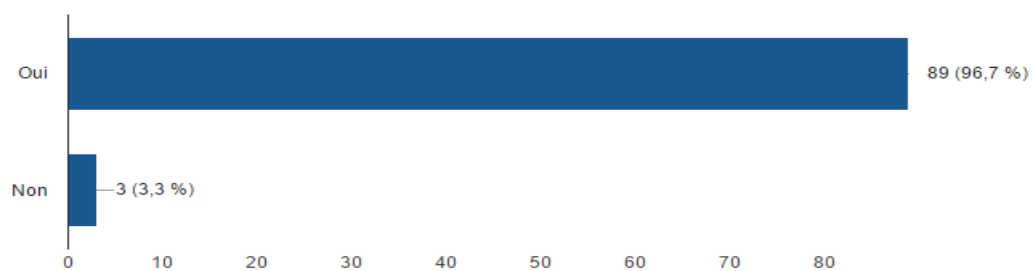
22) Si « autre » précisez.

Réponses
-Vision de jeu -intervenant américain

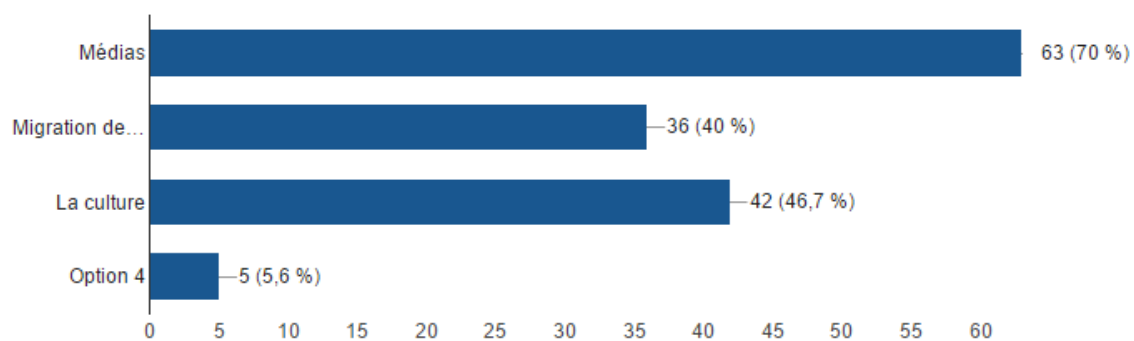
23) Quelles distinctions purement américaine avez-vous trouvez sur le camp frenchy ?



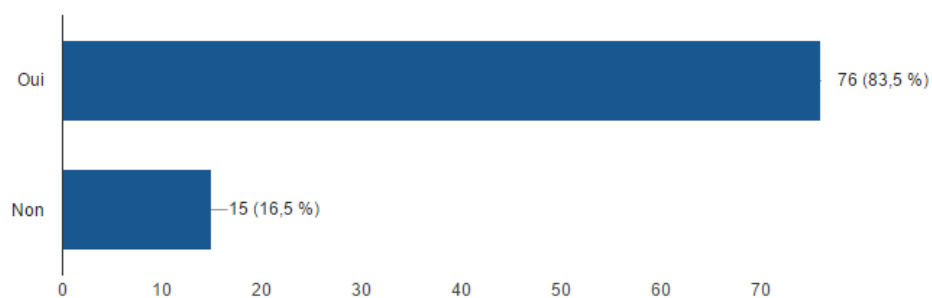
24) Selon vous, le basketball français est-il influencé par le basketball américain ?



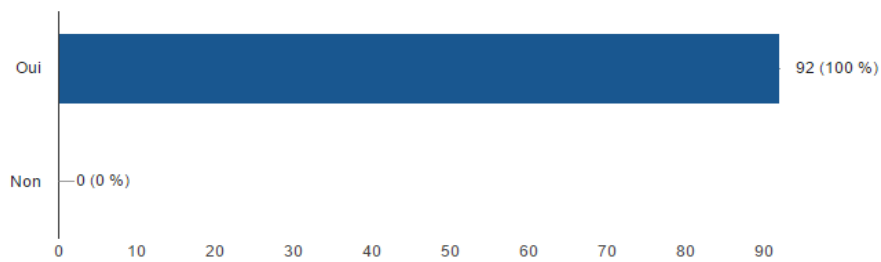
25) Pour quelles raisons ?



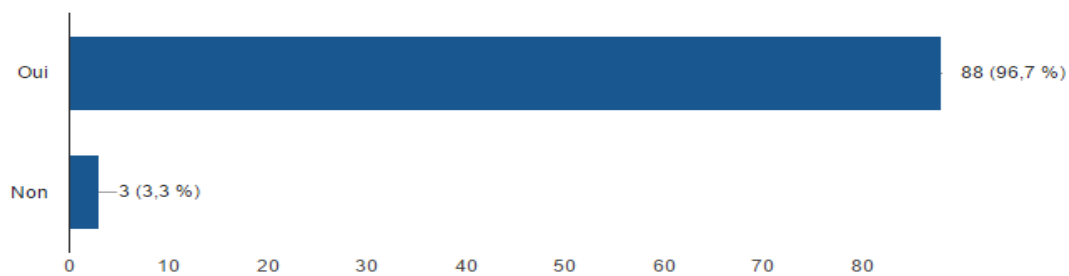
26) Pensez-vous que la Dream Team des Etats-Unis des Jeux olympiques de 1992 ait influencé le basket français ?



27) Pensez-vous que l'apparition d'internet et des médias sociaux, ont favorisé la diffusion de la culture américaine au sein du basket français ?



28) Selon vous la diffusion de la NBA a t-elle influencée la pratique française ?



29) Pensez-vous que l'arrivée de joueurs américains dans les championnats français ait modifiée la pratique ?

