

Étude comparative des clubs de football marocains : Performance et présence numérique dans le football africain

A Comparative Study of Moroccan Football Clubs: Performance and Digital Presence in African Football

Ghouly Mehdi

Professeur d'enseignement supérieur assistant
Faculté d'économie et de gestion
Université Ibn Tofail - Kénitra -Maroc

Ghanouane Karim

Docteur en économie et gestion
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales
Université Hassan 2 –Mohammedia – Maroc

Résumé : Ce papier vise à comparer les clubs de football marocains avec d'autres clubs africains en utilisant une variété de variables afin de mieux comprendre leurs performances et leur présence numérique dans le paysage footballistique africain. Des données ont été collectées auprès de 98 clubs africains, dont des clubs marocains, et analysées à l'aide de statistiques descriptives. Les variables examinées comprennent le nombre de followers sur les médias sociaux, la valeur du club, le classement par points, la ligue de buts, l'âge moyen des joueurs, le nombre de joueurs et la valeur des joueurs. Les résultats révèlent les forces et les faiblesses des clubs marocains par rapport aux autres clubs africains en termes de performance et de portée des médias sociaux. L'étude contribue à une meilleure compréhension du positionnement des clubs marocains dans les ligues de football africaines.

Mots-clés : Clubs de football marocains, clubs africains, analyse des performances, présence numérique, portée des médias sociaux.

Abstract : This paper aims to compare Moroccan football clubs with other African clubs using a variety of variables to better understand their performance and numerical presence in the African football landscape. Data were collected from 98 African clubs, including Moroccan clubs, and analysed using descriptive statistics. Variables examined include the number of followers on social media, club value, points ranking, goal league, average player age, number of players and player value. The findings expose both the advantages and limitations of Moroccan clubs compared to other African clubs in terms of social media performance and reach. The study contributes to a better understanding of the positioning of Moroccan clubs in African football leagues.

Keywords: Moroccan football clubs, African clubs, performance analysis, digital presence, social media reach.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.8284946>



1. Introduction

Le football tient une position centrale dans le cœur de millions d'individus en Afrique, captivant les fans par sa passion et ses prouesses sur le terrain. Alors que le jeu continue d'évoluer, les clubs de football s'efforcent d'améliorer leur présence numérique et leurs performances compétitives afin de s'assurer une position solide dans le paysage hautement compétitif du football africain (Fletcher, 2016). Le football en Afrique a connu une croissance et un développement remarquables au fil des ans, en produisant des joueurs talentueux qui ont laissé une empreinte permanente sur la scène mondiale (Dorsey, 2014). Malgré la passion pour ce sport, on sait peu de choses sur la manière dont les clubs de football marocains s'insèrent dans le paysage africain plus large. Cette étude vise à combler cette lacune en proposant une analyse complète des clubs marocains, de leur présence numérique à leurs exploits, en comparaison avec d'autres clubs africains.

Ainsi, L'histoire et le développement du football en Afrique ont été bien documentés, mettant en évidence l'histoire d'amour du continent avec le beau jeu. La littérature existante a exploré les performances des clubs africains dans les compétitions continentales et a donné un aperçu des évaluations des clubs de football (Dorsey, 2014). Néanmoins, rares sont les recherches qui ont mené une analyse comparative des clubs marocains dans le contexte africain plus large, ce qui rend cette étude opportune et significative.

L'objectif de cette recherche est de mettre en comparaison les clubs de football marocains avec d'autres clubs africains en utilisant une série de variables, y compris les médias sociaux, la puissance financière, le classement par points, les statistiques de la ligue des buts et les caractéristiques des joueurs. En explorant ces dimensions, nous cherchons à repérer les éléments qui jouent un rôle dans la réussite des clubs marocains dans l'écosystème hautement compétitif du football africain. Notre recherche vise à mettre en lumière les facteurs clés qui contribuent au succès des clubs marocains dans le contexte du football africain, en fournissant des informations précieuses pour la gestion des clubs, les parties prenantes et les amateurs de football.

Pour atteindre nos objectifs de recherche, nous recueillerons des données sur les adeptes des médias sociaux des clubs marocains et africains, les évaluations des clubs, les mesures de performance et les caractéristiques des joueurs. Nous utiliserons des statistiques descriptives, des visualisations comparatives pour analyser les données et tirer des conclusions significatives.

Cette recherche vise à fournir des informations précieuses sur les performances et la présence numérique des clubs de football marocains dans le paysage africain. En comprenant les facteurs qui distinguent les clubs marocains de leurs homologues africains, cette étude peut offrir des implications stratégiques pour la gestion des clubs et les parties prenantes, améliorant potentiellement leur compétitivité dans le monde dynamique du football africain.

2. Revue de la littérature

2.1 Football africain

Le football a une riche histoire en Afrique, qui remonte au début du XXe siècle, lorsque ce sport a été introduit par les puissances coloniales européennes. Au fil des ans, le football s'est transformé en l'un des sports les plus prisés et les plus pratiqués sur le continent (Njororai, 2014). Le football africain se caractérise par sa passion, son enthousiasme et son style de jeu unique qui a conquis le cœur des supporters du monde entier (Darby, 2013). Le continent dispose d'un large éventail de ligues de football, des pays comme l'Égypte, l'Afrique du Sud, le Nigeria et le Maroc accueillant certaines des ligues les plus compétitives d'Afrique. Ces championnats servent de pépinière à des joueurs talentueux qui représentent ensuite leurs clubs et leurs équipes nationales dans les compétitions internationales (Fletcher, 2016).

Dans le contexte des compétitions continentales, les clubs de football africains ont connu des succès divers dans des tournois tels que la Ligue des champions de la CAF et la Coupe de la Confédération de la CAF. Certains clubs ont remporté des victoires remarquables et obtenu une reconnaissance internationale, tandis que d'autres continuent à aspirer à la gloire continentale (Njororai, 2014). La structure des ligues africaines de football joue un rôle crucial dans la détermination des performances des clubs, des facteurs tels que les ressources financières, les programmes de développement des jeunes et les stratégies d'entraînement influençant la compétitivité des équipes (Fletcher, 2016). Alors que le football africain continue d'évoluer, il est de plus en plus intéressant de comprendre les dynamiques qui façonnent le succès et la croissance des clubs de football sur le continent (Dorsey, 2014).

2.2 Présence numérique dans le sport :

L'essor des médias sociaux et des plateformes numériques a révolutionné le marketing sportif et l'engagement des supporters dans tous les coins de la planète (Petersen, 2022). Ces dernières années, les clubs de football ont reconnu l'immense potentiel de ces canaux numériques pour atteindre un public mondial et construire de solides communautés de supporters (Byon et Phua, 2021). Les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter et YouTube sont devenues des outils indispensables aux clubs de football pour interagir avec les supporters, partager les moments forts des matchs et promouvoir leur marque (Brown, 2022). Le nombre de followers sur ces plateformes est devenu un indicateur crucial de la présence numérique d'un club et de sa popularité dans le monde virtuel (Aichner, 2019).

En outre, la présence numérique des clubs de football est étroitement liée à leur solidité financière. Une forte audience sur les médias sociaux se traduit souvent par une augmentation des opportunités de sponsoring, des ventes de marchandises et des recettes de billetterie. Les clubs ayant une forte présence en ligne peuvent attirer des sponsors internationaux et conclure des partenariats lucratifs, ce qui contribue à leur stabilité financière et à leur capacité à investir dans le développement des joueurs et les infrastructures (Fenton et al., 2023). Comprendre la corrélation entre la portée d'un club de football sur les médias sociaux et son succès financier est essentiel pour la direction du club et les parties prenantes qui cherchent à optimiser leurs stratégies de marketing et à augmenter les flux de revenus (Lefebvre et al., 2023).

2.3 Analyse des performances du football :

L'analyse des performances footballistiques est un aspect essentiel de la compréhension des prouesses compétitives d'un club et de la mesure de son succès sur le terrain (Goes et al, 2021). Dans le contexte du football africain, les mesures de performance telles que les systèmes de classement par points et les statistiques sur les buts des ligues fournissent des indications précieuses sur les résultats des clubs de football dans les compétitions nationales et continentales. Les systèmes de classement par points, couramment utilisés dans les compétitions de ligue, évaluent la performance globale des clubs, en se basant sur le cumul des points obtenus grâce aux victoires, aux nuls et aux défaites. Le système de classement permet aux clubs d'évaluer leur position au sein de la ligue et de suivre leur progression au cours d'une saison (Goes et al., 2021 ; Lepschy et al., 2020).

De même, les statistiques sur les buts en championnat fournissent un aperçu complet des capacités offensives et défensives d'un club. L'analyse des buts marqués et encaissés lors des matches de championnat permet d'identifier les tendances dans les stratégies offensives et défensives d'un club (Cefis et Carpita, 2020). Pour les clubs de football africains, l'analyse des performances a une importance capitale dans l'élaboration des stratégies pour les matches à venir, l'identification des domaines à améliorer et l'affinement des tactiques afin d'acquérir un avantage concurrentiel.

2.4 Caractéristiques des joueurs :

Les caractéristiques des joueurs sont fondamentales pour façonner l'identité et la compétitivité des clubs de football. Dans le contexte des clubs de football marocains et d'autres homologues africains, l'analyse de l'âge moyen, du nombre et de la valeur marchande des joueurs fournit des informations précieuses sur la composition des équipes et l'investissement dans le développement des talents (Pantzalis et Tjortjis, 2020 ; Dorsey, 2014). L'âge moyen des joueurs reflète l'équilibre entre les vétérans expérimentés et les jeunes talents dans l'effectif d'un club. Il a un impact sur le style de jeu, la stratégie et la planification à long terme de l'équipe, car les clubs recherchent un mélange d'expérience et de jeunesse pour assurer un succès durable (Yi et al., 2020).

En outre, le nombre de joueurs dans l'effectif d'un club influe directement sur sa profondeur et sa capacité à participer à plusieurs compétitions à la fois. Les clubs disposant d'un effectif bien équilibré peuvent effectuer une rotation efficace des joueurs, minimisant ainsi la fatigue et les blessures, ce qui est particulièrement crucial dans le football africain, où les clubs participent souvent à de multiples tournois avec des calendriers encombrés (Brito Souza et al., 2019).

2.5 Évaluation des clubs de football :

L'évaluation des clubs de football est une démarche complexe qui nécessite l'évaluation de divers facteurs contribuant à la valeur financière d'un club. Dans le contexte du football africain, l'évaluation des clubs de football est cruciale pour comprendre la force économique et les opportunités d'investissement potentielles dans l'industrie du football (Cloes, 2020). Des facteurs tels que la génération de revenus, l'évaluation des actifs, les contrats de sponsoring et la demande du marché pour la marque du club occupent une place prépondérante dans la détermination de sa valeur globale (Buzzacchi et al., 2021).

En outre, l'évaluation de la valeur marchande des joueurs met en lumière les ressources financières d'un club et son investissement dans l'acquisition de joueurs. Les joueurs de grande valeur peuvent non seulement améliorer les performances d'un club sur le terrain, mais aussi attirer des sponsors et des investisseurs potentiels (Pantzalis et Tjortjis, 2020).

Après avoir établi un fondement conceptuel à travers la revue de littérature, la prochaine étape de cette étude se concentre sur la collecte des données et la méthodologie employée pour examiner de manière approfondie la dynamique des clubs de football marocains en relation avec leur performance et leur présence numérique dans le contexte du football africain. Cette transition nous permet de passer d'une compréhension théorique à une approche pratique, où nous décrirons en détail comment les données ont été recueillies, les paramètres et indicateurs clés choisis pour évaluer la performance et la présence numérique, ainsi que les méthodes qui seront employées pour interpréter les résultats obtenus. En combinant cette méthodologie rigoureuse avec les insights tirés de la revue de littérature, cette étude vise à offrir une perspective complète et nuancée des enjeux actuels dans le paysage du football marocain et africain.

3. Collecte des données et méthodologie :

3.1. Collecte des données :

Les informations recueillies pour cette étude ont été obtenues à partir de diverses sources, notamment les sites web officiels de football, les plateformes de médias sociaux et les bases de données sportives réputées (tels que transfermarket et African football data cente). L'ensemble des données comprend des informations sur 98 clubs de football africains les mieux classés durant la saison 2022, y compris des clubs marocains et d'autres clubs de différents pays africains. Les données englobent les indicateurs de performance, les données financières et la présence numérique des clubs de football, ce qui les rend exhaustives pour mener une analyse comparative.

3.2. Taille de l'échantillon :

L'échantillon de cette étude comprend 98 clubs de football africains, représentant une gamme variée de clubs de différents pays du continent. Parmi eux, un sous-ensemble spécifique comprend des clubs de football marocains. Ces clubs ont été sélectionnés en fonction de leur participation active aux compétitions régionales et continentales et de la disponibilité de données complètes pour l'analyse.

3.3. Méthodologie :

La principale méthodologie utilisée pour l'analyse des données dans cette étude est la statistique descriptive. Les statistiques descriptives constituent un outil puissant pour résumer et interpréter les données, permettant une compréhension globale des caractéristiques des clubs de football marocains et leur comparaison avec d'autres clubs africains. Cette approche nous permet d'extraire des informations précieuses de l'ensemble des données sans faire d'hypothèses sur la population sous-jacente.

Des statistiques descriptives ont été appliquées à diverses variables, notamment le nombre de followers sur les médias sociaux, la valeur du club, le classement par points, la ligue des buts, l'âge moyen des joueurs, le nombre de joueurs, la valeur des joueurs. Des mesures telles que la moyenne, la médiane, l'écart-type, le minimum et le maximum ont été utilisées pour résumer la tendance centrale, la variabilité et la distribution de ces variables.

Dans l'ensemble, la combinaison de la collecte de données à partir de sources multiples et l'application de statistiques descriptives constituent une méthodologie solide pour répondre à l'objectif de recherche consistant à comparer les clubs de football marocains dans le contexte africain. Grâce à cette approche, nous souhaitons obtenir des informations précieuses sur les facteurs contribuant au succès et à la prééminence numérique des clubs marocains sur la scène compétitive du football africain.

4. Résultats et discussion

4.1. Statistiques descriptives des clubs marocains :

4.1.1. Analyse de la présence numérique :

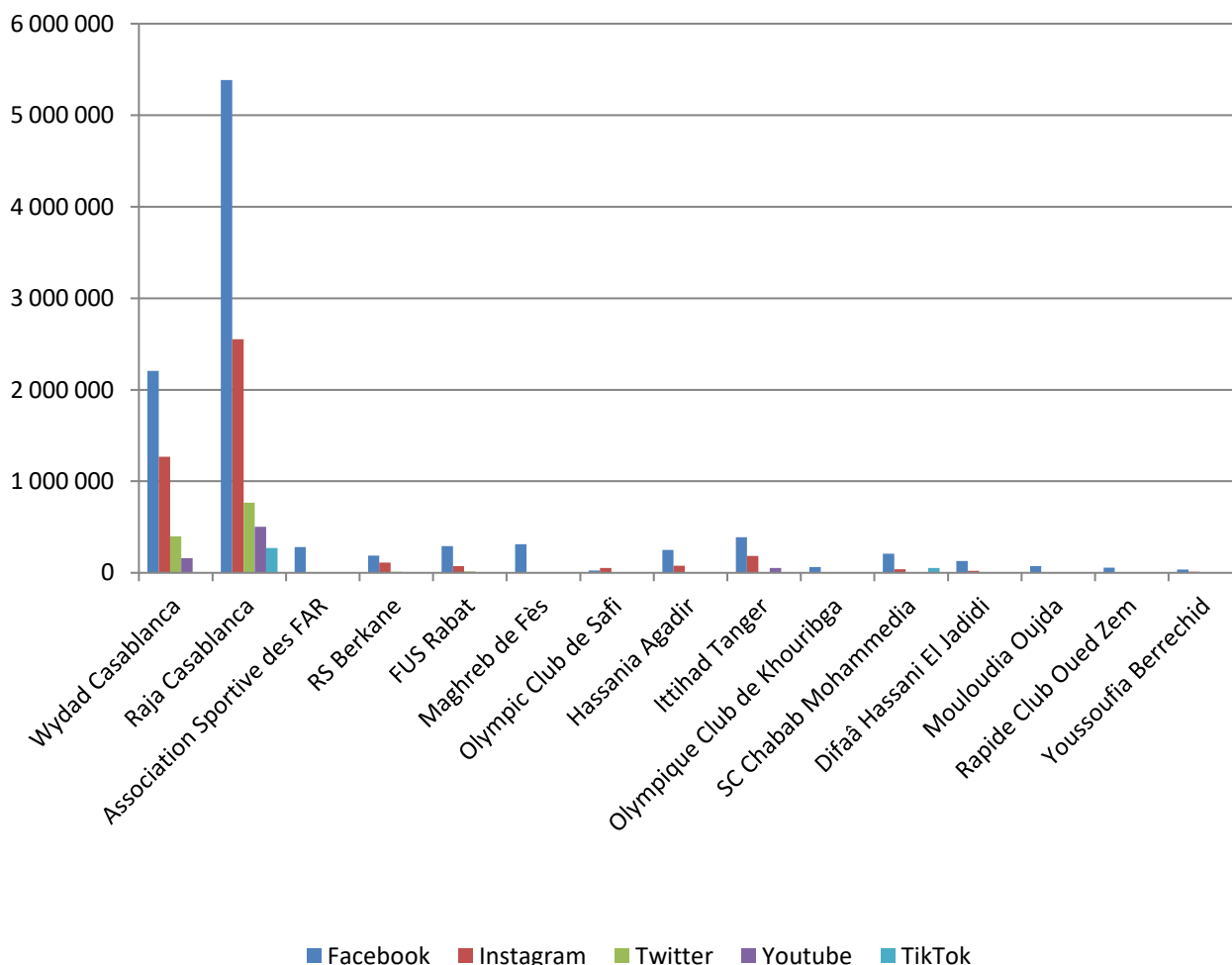
Le nombre moyen de followers sur Facebook pour les clubs marocains est d'environ 659 856, avec une grande variation allant de 25 000 à 5 384 525. Cela indique que certains clubs ont une présence importante sur les médias sociaux sur Facebook, tandis que d'autres ont un nombre de followers plus faible. L'écart-type d'environ 1 412 006 confirme la variabilité du nombre d'adeptes de Facebook parmi les clubs (voir graphique n°1).

Les clubs marocains ont une moyenne d'environ 399 225 followers sur Instagram, avec une fourchette notable allant de 864 à 2 551 131 followers. L'écart-type d'environ 801 544 indique une variation substantielle du nombre de followers Instagram parmi les clubs (voir graphique n°1).

Le nombre moyen de followers Twitter des clubs marocains est d'environ 238 376, avec une fourchette allant de 588 à 764 835 followers. L'écart-type d'environ 339 799 montre qu'il existe une grande diversité dans le nombre de followers Twitter parmi les clubs (voir graphique n°1).

Les clubs marocains ont une moyenne d'environ 147 398 abonnés à YouTube, avec un large éventail allant de 8 510 à 504 000 abonnés. L'écart-type d'environ 208 808 suggère une variabilité considérable du nombre d'abonnés YouTube parmi les clubs (voir graphique n°1).

Le nombre moyen de followers TikTok pour les clubs marocains est d'environ 162 600, avec une fourchette allant de 53 100 à 272 100 followers. L'écart-type d'environ 154 856 indique une variation notable du nombre de followers TikTok parmi les clubs (voir graphique n°1).

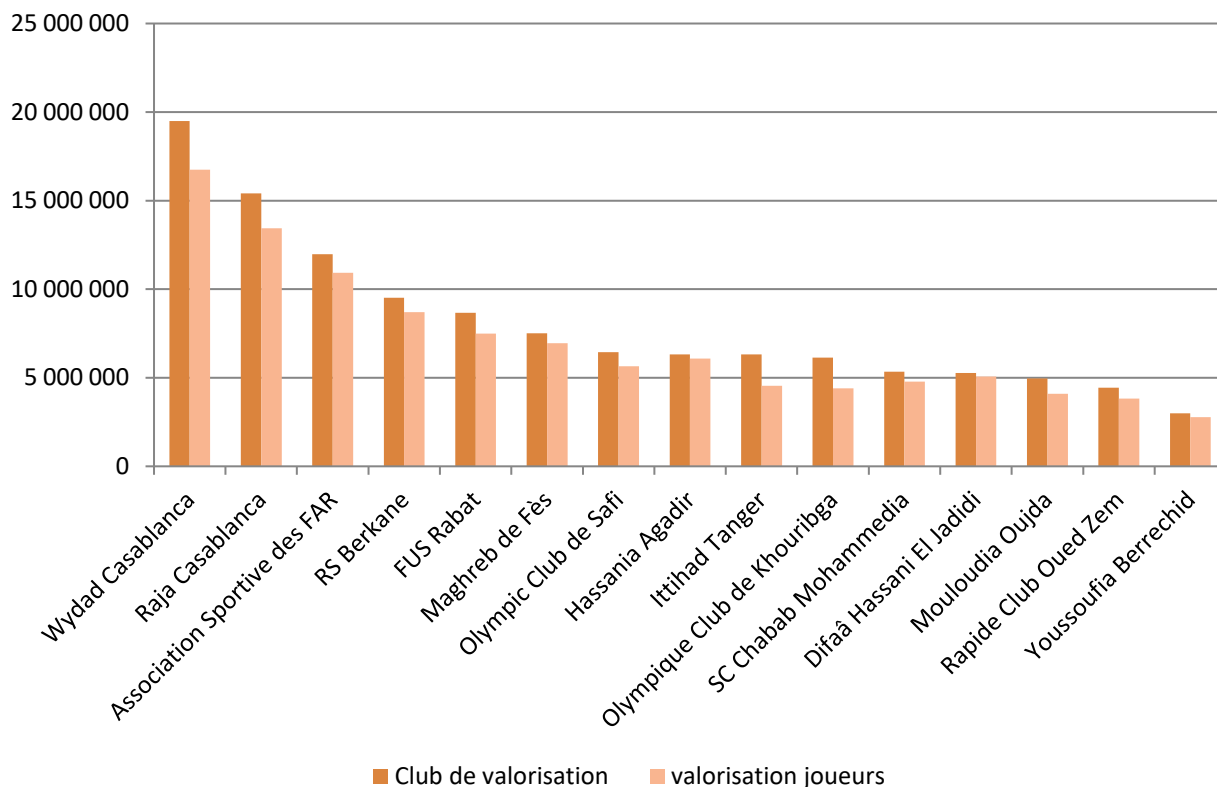


Graphique 1 : nombre des followers sur les médias sociaux, par club marocains.

4.1.2. Évaluation des clubs et joueurs :

La valeur moyenne des clubs de football marocains est d'environ 8 052 000, avec une large fourchette allant de 3 000 000 à 19 500 000. Ceci indique une variation significative dans l'évaluation financière des clubs. L'écart-type d'environ 4 462 557 confirme la diversité de la valeur des clubs de football au Maroc (voir graphique n°2).

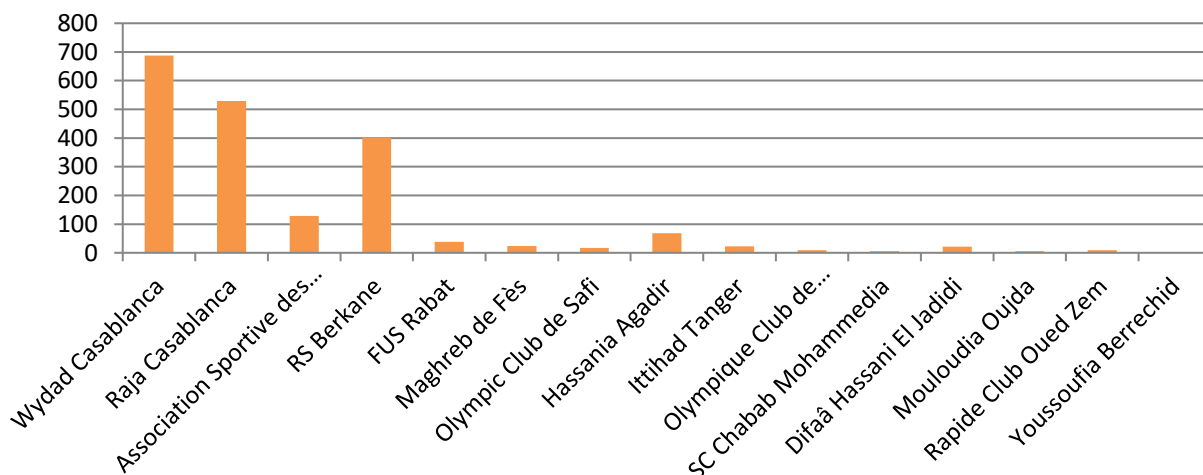
La valeur moyenne des joueurs dans les clubs marocains est d'environ 7 033 333. L'évaluation varie de 2 780 000 à 16 750 000, avec un écart type d'environ 3 922 005, ce qui indique une variation significative de l'évaluation des joueurs entre les clubs (voir graphique n°2).



Graphique 2 : Valorisation des clubs et des joueurs marocains

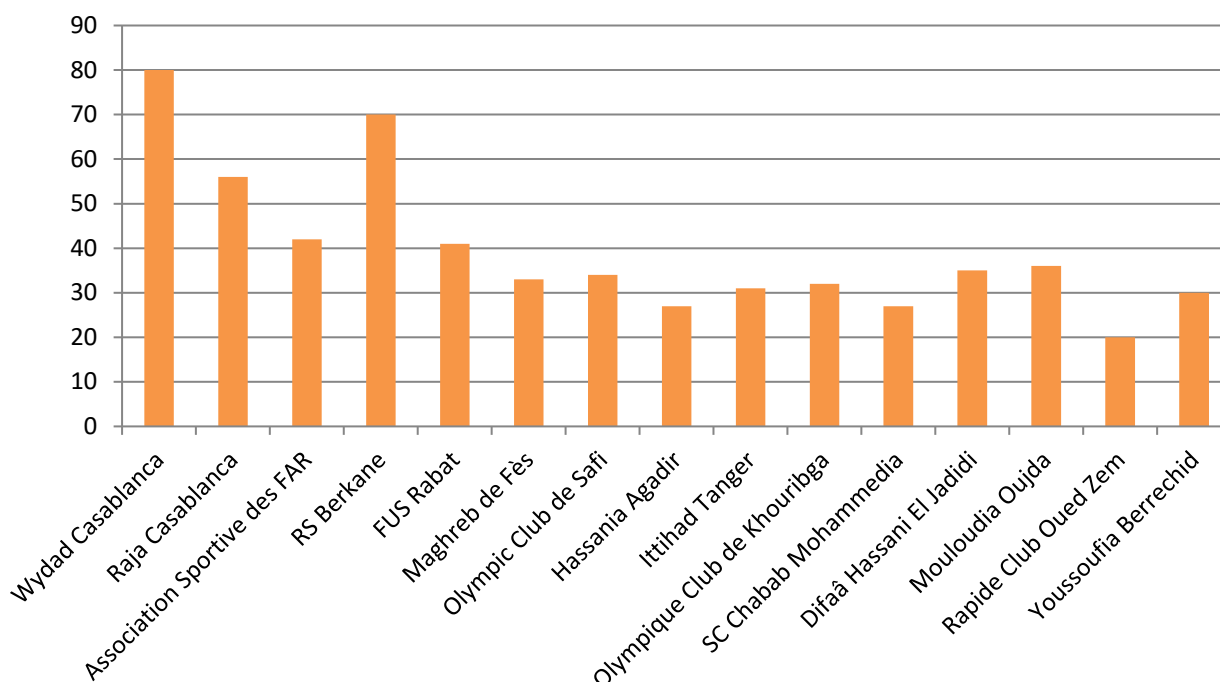
4.1.3. Performance sportive et Caractéristiques des joueurs :

Les clubs marocains ont un classement moyen d'environ 131,13 points, avec une fourchette allant de 0 à 687 points. L'écart-type d'environ 220,42 indique une variabilité notable du classement par points entre les clubs (voir graphique n°3).



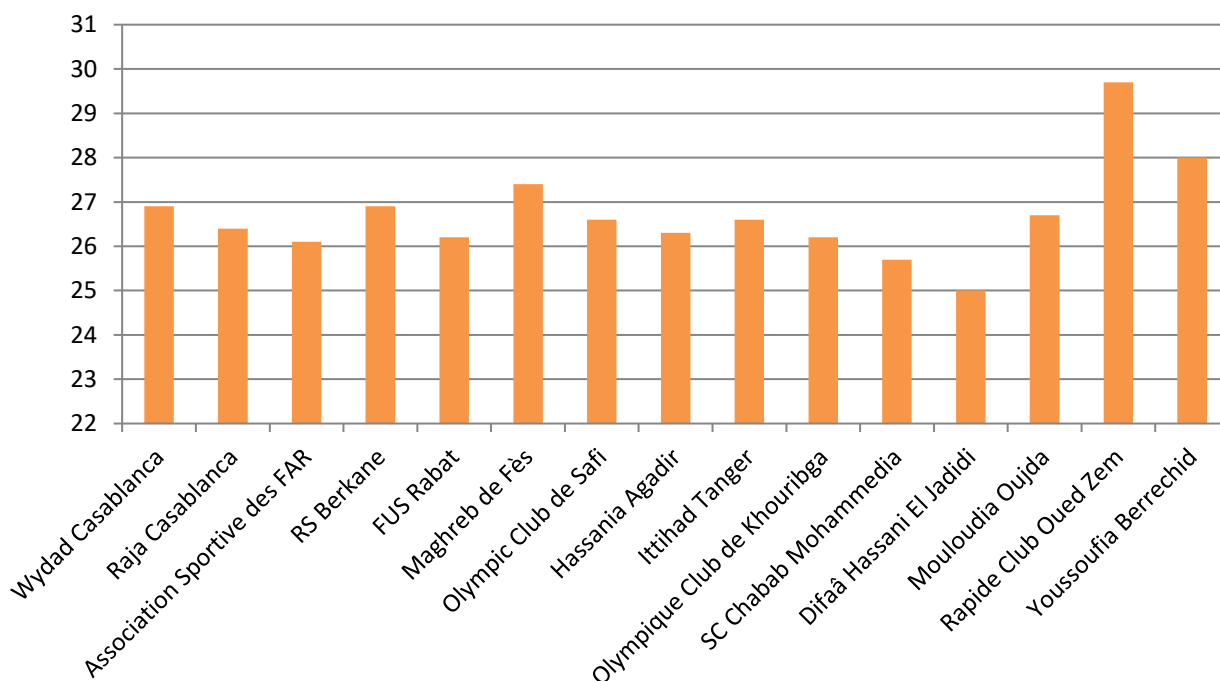
Graphique 3 : Ranking Point des clubs marocains

Le nombre moyen de buts marqués par les clubs marocains en championnat est d'environ 39,6, avec une fourchette étroite allant de 20 à 80 buts. L'écart-type d'environ 16,62 indique une performance relativement constante en termes de buts marqués (voir graphique n°4).



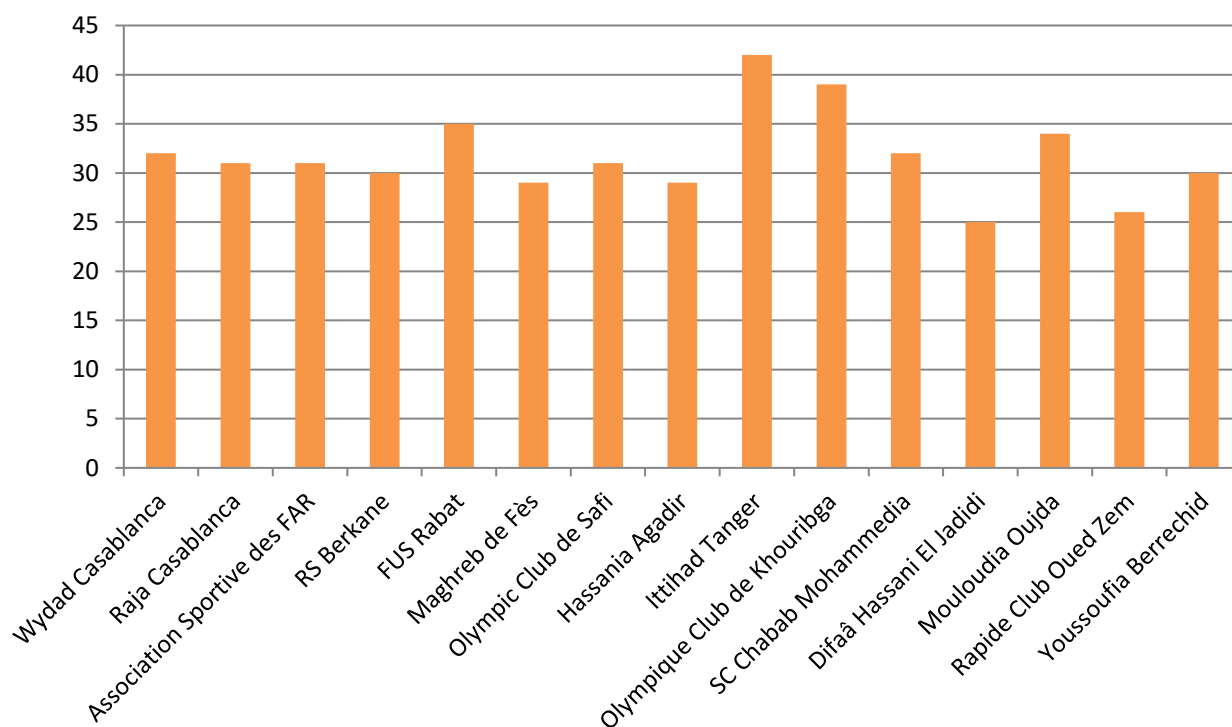
Graphique 4 : Nombre des buts annuels des clubs marocains

L'âge moyen des joueurs dans les clubs marocains est d'environ 27 ans, avec une fourchette allant de 25 à 30. L'écart-type d'environ 1,08 indique une répartition relativement homogène de l'âge des joueurs (voir graphique n°5).



Graphique 5 : Age moyen des joueurs des clubs marocains

Les clubs marocains ont une moyenne d'environ 32 joueurs, avec une fourchette allant de 25 à 42 joueurs. L'écart-type d'environ 4,43 indique une variabilité notable du nombre de joueurs entre les clubs (voir graphique n°6).



Graphiques 6 : Effectif des clubs marocains

Ces statistiques descriptives fournissent des informations précieuses sur les aspects financiers et les performances des clubs de football marocains. Il est clair qu'il y a une variété dans la valeur des clubs, le classement par points, les buts marqués, l'âge des joueurs, le nombre de joueurs et l'évaluation des joueurs, ce qui peut avoir un impact sur leur performance compétitive et leur succès global dans le contexte du football africain.

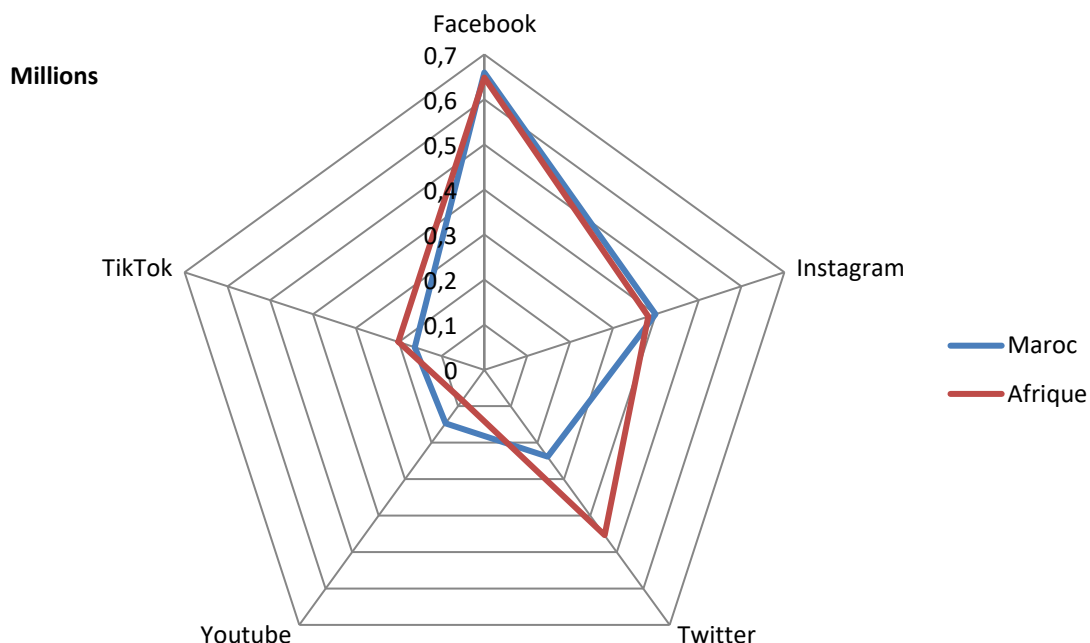
4.2. Comparaison avec les clubs africains :

Dans cette section, nous examinerons les résultats des statistiques descriptives et de l'analyse comparative des clubs marocains avec les autres clubs africains de l'ensemble des données.

4.2.1. Analyse de la présence numérique :

L'analyse des variables relatives à la présence numérique, notamment le nombre de followers sur Facebook et la valeur du club, donne un aperçu de la portée des médias sociaux et de la solidité financière des clubs marocains par rapport aux autres clubs africains. Le nombre moyen de followers Facebook des clubs marocains est d'environ 659 856, ce qui indique une présence en ligne significative. Toutefois, il est pertinent de noter que le nombre maximum de followers Facebook parmi les clubs marocains est de 5 384 525, ce qui indique la présence de quelques clubs exceptionnels avec un grand nombre de followers. En comparaison avec les clubs africains, le nombre moyen de followers Facebook pour les clubs africains est légèrement inférieur à 648 682. Il est donc évident, que les clubs marocains ; en moyenne ;

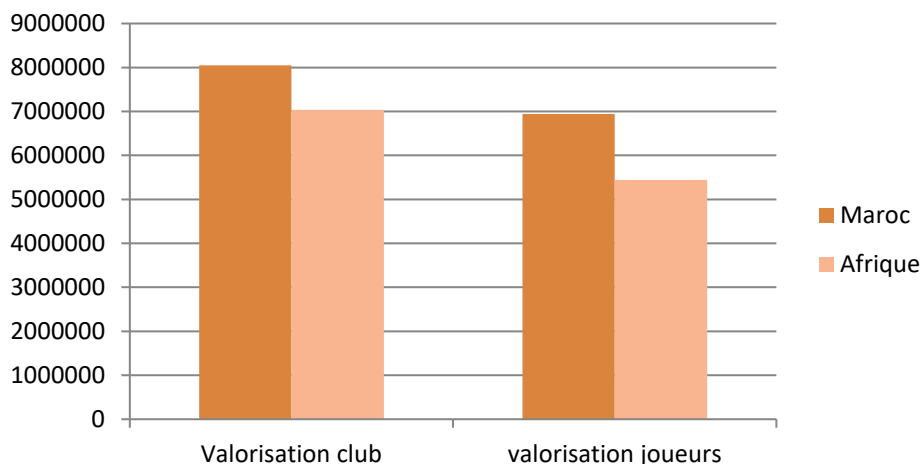
ont un nombre de followers Facebook marginalement plus élevé par rapport à leurs homologues africains. De même, l'analyse des followers Instagram révèle que les clubs marocains ont une moyenne de 399 225 followers, tandis que les clubs africains ont une moyenne de 382 478 followers. Cela indique que les clubs marocains ont un nombre de followers Instagram légèrement plus élevé que les clubs africains (voir graphique n°7).



Graphique 7 : Présence des clubs marocains dans les médias sociaux en comparaison aux clubs africains.

4.2.2. Évaluation des clubs et joueurs :

L'étude de la valeur des clubs de football dans notre base de données donne des indications intéressantes sur la solidité financière des clubs marocains par rapport aux autres clubs africains. La valeur moyenne des clubs de football en Afrique s'élève à 6 942 683, tandis que les clubs marocains affichent une valeur moyenne plus élevée de 8 052 000. Cela signifie que les clubs marocains ont, en moyenne, une valeur financière plus élevée que leurs homologues africains. Par ailleurs, l'analyse de la valeur des joueurs révèle que les clubs africains ont une valeur moyenne de 5 444 390, ce qui est inférieur à la valeur moyenne des joueurs dans les clubs marocains. Cela montre que les clubs marocains ont des joueurs avec une valeur marchande plus élevée que les autres clubs africains (voir graphique n°8).



Graphique 8 : Valorisation des clubs et joueurs marocains en comparaison aux clubs africains.

L'analyse met en évidence les prouesses financières des clubs de football marocains, les positionnant comme des puissances potentielles sur la scène du football africain. Les valorisations moyennes et maximales plus élevées des clubs marocains démontrent qu'ils sont mieux équipés pour attirer les investissements et être financièrement compétitifs aux niveaux national et continental. Toutefois, une étude plus approfondie des facteurs spécifiques qui influencent ces valorisations est nécessaire pour mieux comprendre la dynamique financière des clubs de football africains.

4.2.3. Performance sportive et Caractéristiques des joueurs :

L'analyse des variables de performance footballistique, notamment le classement par points et le nombre de buts, donne un aperçu de la compétitivité des clubs marocains dans les ligues de football africaines. Le classement moyen des clubs marocains est de 131,13, ce qui indique une position relativement bonne dans les ligues. Cependant, le classement maximum de 687 indique que certains clubs marocains ne sont pas aussi performants que d'autres. Si l'on compare avec les clubs africains, le classement moyen des clubs africains est de 151,02, ce qui est légèrement supérieur à la moyenne des clubs marocains. Il en découle que les clubs marocains, en moyenne, sont légèrement plus performants dans les ligues que les autres clubs africains. De plus, l'analyse des buts marqués en une année révèle que les clubs marocains ont une moyenne de 39,60 buts, alors que les clubs africains ont une moyenne de 41,94 buts. Cela indique que les clubs marocains marquent en moyenne un peu moins de buts que les clubs africains (voir tableau n°1).

L'analyse des caractéristiques des joueurs, y compris l'âge moyen des joueurs et le nombre de joueurs, éclaire la composition des joueurs dans les clubs marocains par rapport à d'autres clubs africains. L'âge moyen des joueurs dans les clubs marocains est de 26,71 ans, ce qui indique une équipe relativement jeune. Le nombre moyen de joueurs dans les clubs marocains est de 31,73, ce qui suggère un effectif important. En comparaison avec les clubs africains, l'âge moyen des joueurs des clubs africains est de 33,90 ans, ce qui est plus élevé que l'âge moyen des joueurs des clubs marocains. Cette constatation montre que les clubs marocains ont un effectif plus jeune que les autres clubs africains. En outre, le nombre moyen de joueurs dans les clubs africains est de 26,45, ce qui est inférieur à la moyenne des clubs marocains.

Cela indique que les clubs marocains ont en moyenne un effectif plus important que les autres clubs africains (voir tableau n°1).

Tableau 1 : Performance sportive et Caractéristiques des joueurs en comparaison aux joueurs africains.

		Point de classement	Buts/année	Age moyen	Nombre de joueurs
Maroc	Moyenne	131,13	40	26,71	32
	Max	687	80	29,7	42
	Min	0	20	25	25
	Dév	220,42	16,62	1,08	4,43
	Médiane	22	34	26,6	31
Afrique	Moyenne	151,02	42	26,45	34
	Max	755	102	30,4	55
	Min	0	0	19,5	13
	Dév	161,04	20,31	1,66	8,71
	Médiane	113	40,5	26,25	34

Dans l'ensemble, les statistiques descriptives et l'analyse comparative fournissent des informations précieuses sur la présence numérique, les performances et les caractéristiques des joueurs des clubs marocains dans le contexte africain. Les résultats indiquent que les clubs marocains ont une forte présence numérique, des performances relativement bonnes dans les ligues de football et des joueurs ayant une valeur marchande plus élevée que les autres clubs africains. Cependant, il existe des variations au sein de l'ensemble de données des clubs marocains, ce qui indique la présence de clubs très performants et de clubs moins performants. Ces conclusions pourraient aider à mieux comprendre les forces et les domaines d'amélioration des clubs de football marocains dans le paysage plus large du football africain.

5. Conclusion

Cette étude vise à comparer les clubs de football marocains avec d'autres clubs africains, en analysant diverses variables pour mieux comprendre leurs performances et leur présence numérique dans le paysage du football africain. Grâce aux statistiques descriptives, il est évident que les clubs marocains ont démontré une forte présence numérique, avec un nombre important de fans sur les plateformes de médias sociaux et une valeur notable du club. En outre, les clubs marocains ont fait preuve d'une performance compétitive, reflétée dans leurs classements par points et leurs statistiques de buts en ligue.

L'analyse des caractéristiques des joueurs a mis en lumière la composition des équipes des clubs marocains, soulignant l'importance d'un mélange équilibré de joueurs expérimentés et de jeunes joueurs. En outre, leur valeur marchande indique l'investissement dans le développement des talents et le potentiel d'attraction des sponsors et des investisseurs. Il est essentiel de comprendre ces facteurs pour élaborer des stratégies et planifier un succès durable dans les ligues de football africaines (Buzzacchi et al., 2021).

En outre, l'évaluation des clubs de football est apparue comme un aspect essentiel de cette étude, indiquant la solidité financière et l'attrait commercial des clubs marocains. Une valorisation élevée des clubs peut être un catalyseur pour des flux de revenus supplémentaires et des opportunités d'investissement, contribuant ainsi à la croissance et à l'expansion du football marocain (Lefebvre et al., 2023).

Cette étude apporte des éléments précieux à la compréhension de la position des clubs de football marocains dans le paysage footballistique africain. La comparaison avec d'autres clubs africains offre une perspective complète sur les facteurs contribuant à leur succès et à leur présence numérique. Les recherches futures pourront explorer les implications à long terme de la présence numérique et des mesures de performance sur la durabilité et la compétitivité des clubs dans les ligues de football africaines.

En conclusion, ce travail de recherche met en exergue l'importance de la présence numérique, de l'analyse des performances, des caractéristiques des joueurs et de l'évaluation des clubs de football pour façonner la trajectoire des clubs de football marocains. En tirant parti de ces informations, les clubs marocains peuvent renforcer leur présence dans l'arène du football mondial et consolider leur position en tant que concurrents de premier plan dans le football africain.

REFERENCES

- [1] African Football Data Centre. (n.d.). <https://www.africanfootballdatacentre.com/>. Accessed 3 Jan. 2023.
- [2] Aichner, T. "Football clubs social media use and user engagement," in *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 37, N.3, 2019, pp. 242-257.
- [3] Alaminos, D, Esteban, I., and Fernández-Gámez, M. A, "Financial performance analysis in European football clubs," in *Entropy*, vol.22, N.9, 2020, p.1056.
- [4] Brito Souza, D, López-Del Campo, R, Blanco-Pita, H, Resta, R., and Del Coso, J, "A new paradigm to understand success in professional football: analysis of match statistics in LaLiga for 8 complete seasons," in *International Journal of performance analysis in sport*, vol 19, N 4, 2019, pp. 543-555.
- [5] Brown, K.M. and Brown, S.M., "Social Media and Politics in Sport", Sanderson, J. (Ed.) *Sport, Social Media, and Digital Technology (Research in the Sociology of Sport, Vol. 15)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, 2022 pp. 145-163.
- [6] Buzzacchi, L., Caviglioli, F., Milone, F. L., and Scotti, D, "Impact and efficiency ranking of football managers in the Italian Serie A: Sport and financial performance," in *Journal of Sports Economics*, vol 22, N 7, 2021, pp. 744-776.
- [7] Byon, K. K., and Phua, J, "Digital and interactive marketing communications in sports," in *Journal of Interactive Advertising*, vol.21, N 2, 2021, pp. 75-78.
- [8] Cefis, M., and Carpita, M, "Football Analytics: Performance analysis differentiate by role," in *Third international conference on Data Science & Social Research BOOK OF ABSTRACTS*, pp. 22-22. Copyright 2020 by CIRPAS and University of Bari Aldo Moro.
- [9] Cloes, L, "Valorisation des clubs de football professionnel. Modélisation comparative avec des entreprises classiques. L'impact du Covid-19," HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège, 2020.

- [10] Darby, P, “ Africa, football and FIFA: Politics, colonialism and resistance,” Routledge,2013.
- [11] Dorsey, J. M, “ Rooted in history: Politics, identity, and ultras in North African soccer,” In Identity and Nation in African Football: Fans, Community, and Clubs. London: Palgrave Macmillan UK 2014, pp. 50-66.
- [12] Fenton, A., Keegan, B. J., and Parry, K. D, “ Understanding sporting social media brand communities, place and social capital: A netnography of football fans,” in Communication & Sport, vol 11, N 2, 2023, pp. 313-333.
- [13] Fletcher, M, “ Confederation of African Football,” In Routledge Handbook of Football Studies, 2016, pp. 439-449.
- [14] Football, Transferts, Valeurs Marchandes, rumeurs et statistiques. Transfermarkt. (n.d.). <https://www.transfermarkt.fr/>. Accessed 5 Jan. 2023.
- [15] Goes, F. R., Meerhoff, L. A., Bueno, M. J. O., Rodrigues, D. M., Moura, F. A., Brink, M. S., ... and Lemmink, K. A. P. M, “ Unlocking the potential of big data to support tactical performance analysis in professional soccer: A systematic review,” in European Journal of Sport Science, vol 21, N 4,2021, pp. 481-496.
- [16] Lefebvre, A., Zeimers, G., Helsen, K., Corthouts, J., Scheerder, J., and Zintz, T, “ Better Governance and Sport Innovation within Sport Organizations,” in Journal of Global Sport Management, 2023, pp. 1-17.
- [17] Lepschy, H., Wäsche, H., and Woll, A, “ Success factors in football: an analysis of the German Bundesliga,” in International Journal of Performance Analysis in Sport, vol 20, N 2, 2020, pp. 150-164.
- [18] Njororai, WThe history and identity of East African Football within the African Context,” In Identity and Nation in African Football: Fans, Community, and Clubs. London: Palgrave Macmillan UK 2014, pp. 67-80.
- [19] Pantzalis, V. C., and Tjortjis, C, “ Sports analytics for football league table and player performance prediction,” In 2020 11th International Conference on Information, Intelligence, Systems and Applications. July 2020, pp.18.
- [20] Petersen, W, R., “ Digital and Social Media in the Business of the FIFAWorld Cup,”. In: Chadwick, S., Widdop., Anagnostopoulos, C and Parnell D., (eds). “ The Business of the FIFA World Cup,” in London: Routledge, 2022 pp. 225–242.
- [21] Yi, Q., Gómez-Ruano, M. Á., Liu, H., Zhang, S., Gao, B., Wunderlich, F., and Memmert, D, “ Evaluation of the technical performance of football players in the UEFA Champions League,” in International journal of environmental research and public health, vol.17, N 2, 2020, p. 604..