

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

IMPACT DE LA RELIGION MUSULMANE SUR LE SECTEUR  
BANCAIRE LIBANAIS : CAS DES BANQUES ISLAMIQUES

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PROFIL RECHERCHE

PAR

MARIE MAURICE EL-NAHAS

SEPTEMBRE 2007

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

La rédaction de ce travail de maîtrise, illustration de mes capacités intellectuelles et de mon bagage scientifique, n'aurait pas été possible sans le concours de certaines personnes que je tiens à remercier très sincèrement ici. Ce travail est le résultat d'un vécu truffé de défis surmontés grâce au soutien et encouragement de ces personnes.

En tout premier lieu, je tiens à remercier, infiniment, mon directeur de mémoire Monsieur Roy Toffoli, Professeur à l'Université du Québec à Montréal, qui, tout le long de ce mémoire, m'a sans cesse entourée de son appui et ses encouragements. Grâce à ses directives et ses précieux conseils, ce travail a pu voir le jour et je ne lui serai jamais assez reconnaissante de m'avoir si fidèlement soutenue.

De même, j'exprime à travers ces mots ma profonde gratitude à mon co-directeur de mémoire Monsieur Naoufel Daghfous pour ses conseils et pour le temps précieux qu'il m'a accordé.

De plus, j'ai une pensée particulière pour mes parents, qui, tout au long de ce mémoire n'ont jamais cessé de m'encourager. Pour m'avoir toujours appuyée indéfectiblement, je les remercie de tout mon cœur et je leur dédie ce travail.

Ma pensée remercie, enfin, mes collègues et amis à l'université et tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES .....	vii
LISTE DES TABLEAUX .....	ix
RÉSUMÉ.....	xii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
REVUE DE LITTÉRATURE	
LES ÉLÉMENTS CONTRIBUANT AU CHOIX D'UNE BANQUE ISLAMIQUE.....	7
1.1 Culture et environnement culturel.....	7
1.1.1 La culture .....	7
1.1.2 L'environnement culturel.....	9
1.2 L'islam dans certaines de ses dimensions .....	13
1.2.1 Composantes de l'islam .....	13
1.2.2 La parole de Dieu.....	14
1.2.2.1 Le Coran dans la vie islamique.....	14
1.2.2.2 Le « <i>Hadith</i> » ou le chemin de Mohamad.....	15
1.2.3 La « <i>Chariâ</i> » ou la loi islamique.....	15
1.2.4 Les cinq piliers de l'islam.....	17
1.2.4.1 La profession de foi.....	17
1.2.4.2 La prière.....	18
1.2.4.3 L'aumône légale.....	18
1.2.4.4 Le « Ramadan ».....	19
1.2.4.5 Le pèlerinage à la Mecque.....	19
1.3 Le système bancaire islamique.....	20
1.3.1 Les principes d'un système financier islamique .....	21
1.3.1.1 L'interdiction de l'intérêt .....	21

1.3.1.2	La participation au risque.....	22
1.3.1.3	L'argent comme capital potentiel.....	23
1.3.1.4	L'interdiction du comportement spéculatif.....	23
1.3.1.5	L'aspect sacré des contrats.....	23
1.3.1.6	« <i>Chariâ</i> » et activités autorisées.....	24
1.3.2	Les instruments financiers islamiques.....	23
1.3.2.1	La « <i>Mourabaha</i> ».....	24
1.3.2.2	La « <i>Moucharaka</i> ».....	24
1.3.2.3	L'« <i>Ijara</i> ».....	25
1.3.2.4	La « <i>Moudaraba</i> ».....	27
1.3.2.5	« <i>Al-Salam</i> ».....	27
1.3.2.6	« <i>Al-Istisnaa</i> ».....	30
1.3.3	Le comité de la « <i>Chariâ</i> ».....	30
CHAPITRE II		
	ÉTUDES ANTÉRIEURES .....	31
2.1	Étude faite par Metawa et Almossawi en 1998 à Bahreïn.....	31
2.2	Étude faite par Haron, Ahmad & Planisek en 1994 en Malaisie.....	31
2.3	Étude faite par Gerrard et Cunningham en 1997 à Singapour.....	32
2.4	Étude faite par Naser K., Jamal A. et Al-Khatib K. en 1999 en Jordanie.....	32
2.5	Étude faite par Al-Tamimi et Al-Amiri en 2003 à Dubaï.....	32
CHAPITRE III		
	CADRE CONCEPTUEL .....	34
3.1	Les variables qui influencent le choix de la banque par les clients musulmans.....	34
3.1.1	Les variables culturelles et sociodémographiques.....	35
3.1.2	Les variables sociales.....	36
3.1.3	Les variables personnelles.....	37
3.1.4	Les variables psychologiques.....	38
CHAPITRE IV		
	MÉTHODOLOGIE .....	40
4.1	Identification et opérationnalisation du problème.....	40
4.1.1	Problématique de la recherche .....	40

4.1.2 Les besoins en information.....	41
4.1.3 Hypothèses sous-jacentes. ....	41
4.2 Le cadre de la recherche .....	42
4.2.1 Le choix du type de recherche .....	42
4.2.2 La collecte des données .....	43
4.2.3 Le choix de l'instrument de mesure .....	45
4.3 La collecte de données .....	50
4.3.1 Le processus d'échantillonnage.....	50
4.3.1.1 Définition de la population.....	51
4.3.1.2 Sélection du cadre d'échantillonnage.....	51
4.3.1.3 Définition de l'unité d'échantillonnage.....	51
4.3.1.4 La méthode d'échantillonnage.....	52
4.3.1.5 La taille de la population.....	52
4.3.2 La procédure de collecte de données .....	53
CHAPITRE V	
ANALYSE DES RÉSULTATS.....	54
5.1 Rappel de l'objectif de la recherche et des besoins en informations.....	54
5.2 Description de l'échantillon.....	55
5.2.1 Le profil des répondants .....	55
5.2.1.1 La position occupée.....	55
5.2.1.2 L'ancienneté .....	56
5.3 Test de la fiabilité et de la validité de l'instrument de mesure .....	56
5.3.1 La fiabilité et la validité de l'échelle de mesure de l'ensemble des variables sociales.....	57
5.4 Corrélations .....	58
5.4.1 La corrélation entre les variables culturelles et les variables sociales.....	58
5.4.2 La corrélation entre les variables culturelles et les variables personnelles.....	61
5.4.3 La corrélation entre les variables culturelles et les variables psychologiques.....	62
5.4.4 La corrélation entre les variables sociales et les variables personnelles.....	63
5.4.5 La corrélation entre les variables sociales et les variables psychologiques.....	64
5.5 Test des hypothèses.....	66

5.5.1 Relation entre les variables culturelles et le choix d'une banque islamique.....	68
5.5.2 Relation entre les variables sociales et le choix d'une banque islamique.....	75
5.5.3 Relation entre les variables personnelles et le choix d'une banque islamique.....	83
5.5.4 Relation entre les variables psychologiques et le choix d'une banque islamique..	89
5.6 Discussion des résultats.....	97
CONCLUSION.....	99
BIBLIOGRAPHIE .....	103
APPENDICE A COMPARAISON INDIVIDUALISME/COLLECTIVISME.....	106
APPENDICE B LISTE DES BANQUES ISLAMQUES AU LIBAN.....	108
APPENDICE C LOIS ET CIRCULAIRES DE LA BANQUE DU LIBAN.....	109
APPENDICE D QUESTIONNAIRE « No.1 »- ADRESSÉ À DES CHEIKHS MUSULMANS.....	157
APPENDICE E QUESTIONNAIRE « No.2 » ADRESSÉ AUX EMPLOYÉS-CADRES.....	160
APPENDICE F VARIABLES NON CORRÉLÉES OU AVEC DES FAIBLES CORRÉLATIONS.....	164
GLOSSAIRE .....	175

## LISTE DES FIGURES

Figure		Page
1.0	Schéma de la structuration de l'environnement intangible.....	3
1.1	Comparaison des scores de l'individualisme entre les pays Arabes et les États-Unis.....	12
2.1	Éléments qui influencent le choix de la banque par les clients musulmans.....	34
4.1	Processus d'échantillonnage.....	50
5. 1	Impact de la culture et de la religion sur le choix d'une banque islamique.....	70
5. 2	Impact de la sous-culture sur le choix d'une banque islamique.....	73
5. 3	Impact du niveau d'éducation sur le choix d'une banque islamique.....	75
5. 4	Impact de la présence du Moufti parmi les membres du comité de la « <i>Chariâ</i> » sur le choix d'une banque islamique.....	77
5. 5	Impact du collectivisme sur le choix d'une banque islamique.....	79
5. 6	Impact de la tradition sur le choix d'une banque islamique.....	81
5. 7	Impact des statuts et des rôles sur le choix d'une banque islamique.....	83
5. 8	Impact de l'âge et du cycle de vie sur le choix d'une banque islamique.....	85
5. 9	Impact de la profession et de la position économique sur le choix de la banque islamique.....	87
5. 10	Impact de la personnalité et du concept de soi sur le choix d'une banque islamique.....	88
5. 11	Impact de la motivation sur le choix d'une banque islamique.....	91
5. 12	Impact de la perception sur le choix d'une banque islamique.....	93

5. 13 Impact des croyances et des attitudes sur le choix d'une banque islamique.....95

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
5.1 Position occupée par les répondants.....	55
5.2 Ancienneté des répondants dans la banque islamique.....	56
5.3 La fiabilité pour les variables sociales ( <i>Reliability Statistics</i> ).....	57
5.4 La validité pour les variables sociales ( <i>Component Matrix</i> ).....	57
5.5 Corrélation entre « la culture et la religion » et « le collectivisme ».....	59
5.6 Corrélation entre « la culture et la religion » et « la tradition ».....	59
5.7 Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « le collectivisme ».....	60
5.8 Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « la tradition ».....	60
5.9 Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « les statuts et les rôles».....	61
5.10 Corrélation entre « la culture et la religion » et « la profession et la position économique ».....	61
5.11 Corrélation entre « influence sunnite » et « personnalité et concept de soi».....	62
5.12 Corrélation entre « influence chiïte » et « la personnalité et le concept de soi ».....	62
5.13 Corrélation entre « la culture et la religion » et « la motivation ».....	63
5.14 Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la personnalité et le concept de soi »...	63
5.15 Corrélation entre « le collectivisme » et « la profession et la position économique »..	64
5.16 Corrélation entre « la tradition » et « la profession et la position économique ».....	64
5.17 Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la motivation ».....	65

5.18	Corrélation entre « la tradition » et « la motivation ».....	65
5.19	Corrélation entre « la tradition » et « la perception ».....	65
5.20	Corrélation entre « les statuts et les rôles » et « la motivation ».....	66
5.21	Les fréquences pour la culture et la religion.....	69
5.22	Les statistiques univariées pour la culture et la religion.....	70
5.23	Les fréquences pour l'influence sunnite.....	71
5.24	Les fréquences pour l'influence chiïte.....	71
5.25	Les statistiques univariées pour l'influence sunnite.....	72
5.26	Les statistiques univariées pour l'influence chiïte.....	72
5.27	Les fréquences pour le niveau d'éducation (QA3).....	74
5.28	Les fréquences pour le niveau d'éducation (QA4).....	74
5.29	Les statistiques univariées pour le niveau d'éducation.....	74
5.30	Les fréquences pour le rôle des Mouftis.....	76
5.31	Les statistiques univariées pour le rôle des Mouftis.....	76
5.32	Les fréquences pour le collectivisme.....	78
5.33	Les fréquences pour le collectivisme.....	78
5.34	Les statistiques univariées pour le collectivisme.....	78
5.35	Les fréquences pour la tradition.....	80
5.36	Les statistiques univariées pour la tradition.....	80
5.37	Les fréquences pour les statuts et les rôles.....	82
5.38	Les statistiques univariées pour les statuts et les rôles.....	82
5.39	Les fréquences pour l'âge et le cycle de vie.....	84
5.40	Les statistiques univariées pour l'âge et le cycle de vie.....	84

5.41	Les fréquences pour la profession et la position économique.....	86
5.42	Les statistiques univariées pour la profession et la position économique.....	86
5.43	Les fréquences pour la personnalité et le concept de soi.....	88
5.44	Les statistiques univariées pour la personnalité et le concept de soi.....	88
5.45	Les fréquences pour la réponse « pratique de culte ».....	89
5.46	Les fréquences pour la réponse « besoin de développement ».....	89
5.47	Les fréquences pour la réponse « les deux ensemble ».....	90
5.48	Les statistiques univariées pour la motivation.....	90
5.49	Les fréquences pour la perception (QD2).....	92
5.50	Les fréquences pour la perception (QD3).....	92
5.51	Les statistiques univariées pour la perception.....	92
5.52	Les fréquences pour les croyances et les attitudes.....	94
5.53	Les statistiques univariées pour les croyances et les attitudes.....	94
5.54	Récapitulation des résultats du test d'hypothèses.....	96

## RÉSUMÉ

Avec une croissance des banques islamiques de plus de 25% sur six ans, et après l'établissement de la filiale islamique de la Citibank à Bahreïn en 1996 et l'existence même de l'« *indice Dow Jones du marché islamique* », la plupart des grandes institutions financières occidentales sont désormais engagées dans ce type d'activités.

La règle générale de ce secteur est que la monnaie n'est, du point de vue islamique, qu'un simple intermédiaire et instrument de mesure dans les échanges de produits.

Nous avons choisi de faire notre recherche dans ce secteur parce qu'il est encore dans sa phase d'émergence et peu connu en Occident et au Liban. Notre problématique repose sur la question suivante :

Comment un client choisit-il une banque islamique ?

L'objectif de cette étude est d'apporter quelques éléments de réponse à cette question. Nous essayons de décrire, expliquer, comprendre et faire une synthèse du processus de décision qui mène une personne à choisir une banque islamique au Liban. Pour étudier ce comportement, nous avons analysé les facteurs influençant ce comportement, notamment les facteurs culturels, sociaux, personnels et psychologiques.

À cet effet, nous avons élaboré 13 hypothèses, ayant pour objectif de tester l'impact des facteurs culturels, sociaux, personnels et psychologiques sur le choix d'une banque islamique. Nous avons ciblé un total de 45 employés parmi 4 banques islamiques libanaises. L'enquête a été réalisée par le biais d'un questionnaire administré par un interviewer, adressé aux directeurs en marketing ainsi qu'aux directeurs, sous-directeurs, et conseillers commerciaux auprès des succursales.

À l'issue de l'analyse de données que nous avons effectuée, 8 de nos hypothèses ont été confirmées. Ainsi les huit facteurs ayant un impact significatif et positif sont : La culture et la religion, le niveau d'éducation, l'existence des Mouftis (comme groupes de référence) parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » auprès des banques islamiques, le collectivisme, l'âge et le cycle de vie, la profession et la position sociale, la personnalité et le concept de soi, la perception, les croyances et les attitudes. Aucune différence significative n'a été recensée pour les facteurs suivants: sous-cultures, tradition, statuts et rôles, et motivation.

L'importance de cette étude réside dans le fait qu'elle permet aux banques islamiques existantes sur le marché d'améliorer la relation avec leurs clients et d'attirer d'autres clients potentiels. De plus, les résultats de cette étude peuvent être une référence pour les banques traditionnelles dans leurs tentatives de coopérer avec les banques islamiques et de bien gérer la menace causée par le transfert de leurs clients vers des banques islamiques.

En outre, la partie finale de notre étude met la lumière sur des perspectives d'avenir qui mériteront d'être approfondies.

Mots clés : Banques islamiques. Produits islamiques. Choix des banques islamiques.

## INTRODUCTION

Toute l'écume, toute la fleur des civilisations rivale est poussée sur ce coin de rivage phénicien par des nécessités plus impérieuses que les divergences de races et de religions...

*(R.P. Lammens)*

### **Aspect culturel et religieux de la société libanaise**

La société libanaise reste dominée par une mosaïque de groupes ethniques, religieux et des clans familiaux auxquels commencent seulement à se superposer, très lentement, des regroupements plus vastes, prémices de ce renversement des alliances que vise une élite pour conduire le pays vers une véritable modernisation. Dans cette société en transition, apprenant les exigences d'une réorganisation moderne de l'État tout en restant puissamment attachée aux structures ancestrales, l'individualisme forcené et l'esprit communautaire d'origine purement confessionnelle demeurent, à l'heure actuelle, des impératifs dont les responsables ne peuvent dédaigner malgré les tentatives de laïcisation. Ainsi, la connaissance de la société libanaise passe-t-elle avant tout par une connaissance de l'éventail ethnique et communautaire dont la stabilité, la prospérité et même la survie sont les garants de la viabilité du pays. Parmi les communautés libanaises, deux sont des rameaux de groupes vastes répartis dans tout l'Orient :

- 1- Les sunnites, répartis le long de la côte avec des groupes très importants à Beyrouth et à Tripoli, les deux capitales ;
- 2- Les chiïtes, qui occupent l'extrême Nord du Liban (Hermel - Akkar), une partie de la Békaa et du Liban – Sud.

Sur sa base ethnique et religieuse, le Liban ne pouvait en effet devenir qu'un État communautaire. Terre de contact, donc d'échanges culturels et économiques, le Liban est traditionnellement voué au commerce et aux services notamment les services bancaires. En conséquence, le Liban est un modèle de développement économique au Moyen-Orient.

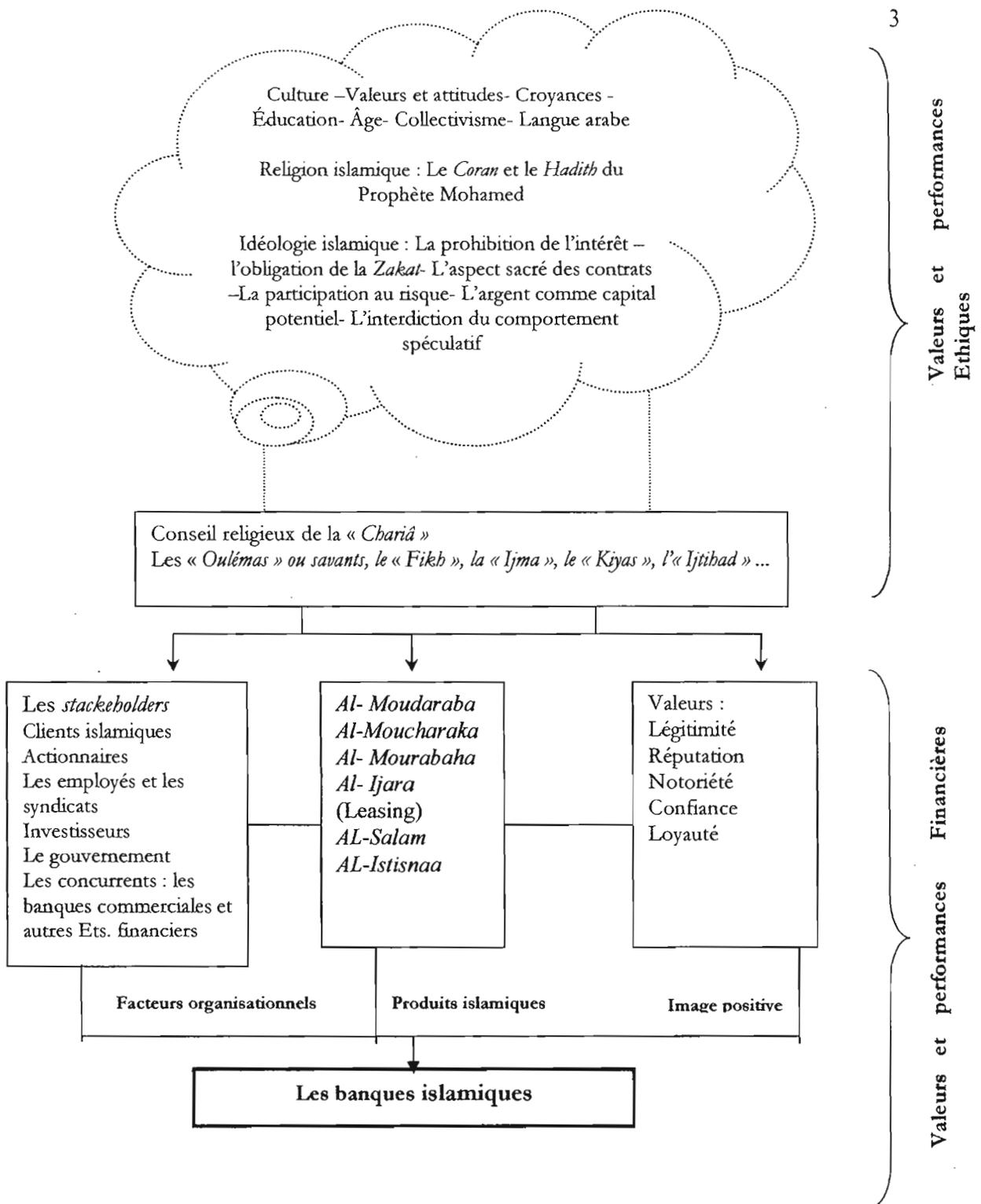
Malgré son instabilité politique, Beyrouth, la capitale du pays, attire toujours un grand nombre d'investisseurs qui viennent particulièrement des pays du Golfe Arabe. Ces investisseurs se sont accrus généralement après les événements du 11 septembre aux États – Unis et la guerre en Irak. Le secteur bancaire libanais en fut par conséquent le plus bénéficiaire surtout avec l'application de la loi du secret bancaire du 3 septembre 1956.

Dans le cadre de décrire les éléments pertinents de l'environnement pour la fixation et l'atteinte des objectifs, Dill a utilisé le concept de l'environnement-tâche. L'environnement-tâche est composé de quatre éléments principaux appelés « *stakeholders* » :

- 1- Les clients ;
- 2- Les fournisseurs ;
- 3- Les concurrents ;
- 4- Les législateurs, les agences gouvernementales, les syndicats et les associations inter-organisationnelles.

Toutefois, la relation entre l'organisation et son environnement-tâche est essentiellement une relation d'échange. Notamment, les partenaires d'une organisation ne lui fournissent les impulsions nécessaires à sa survie que s'ils sont convaincus de pouvoir en tirer un certain intérêt.

Cette relation organisation / environnement-tâche est prédominante dans le contexte nord-américain. Elle ne peut pas être appliquée de façon uniforme à tous les contextes et plus précisément dans des milieux où la «culture» a une grande influence sur les comportements des *stakeholders*, comme au Moyen – Orient. En effet, l'organisation n'interagit pas seulement avec son environnement-tâche, mais aussi avec d'autres facteurs intangibles de l'environnement comme la culture et la religion. La figure 1, ci-dessous, illustre bien la structuration de l'environnement intangible dans le contexte des banques islamiques.



**Figure 1.0** Schéma de la structuration de l'environnement intangible - Domaine de l'indétermination ou environnement intangible.

Dans le cadre de ce mémoire, nous étudions l'impact de la tradition musulmane sur les banques et dans ce but, certaines banques islamiques au Liban serviront comme exemple. Pourtant cette étude ne peut être entamée ni complétée sans saisir la conception de l'islam par les musulmans en particulier. À cet égard, soulignons que comprendre les personnes, c'est comprendre leur origine. Effectivement, chacun retient de son origine une culture spécifique, porteuse de multiples valeurs et à partir de laquelle on peut prévoir les comportements actuels et potentiels de ces personnes.

Selon Hofstede (1991), le mot "culture" est compris comme " la programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'une catégorie d'individus de ceux d'une autre catégorie".

Selon Gauthey, Ratui, Rodgers et Xardel (1994), la "catégorie d'individus" peut être une nation, une région ou un groupe ethnique (culture nationale, culture régionale, etc.), une catégorie basée sur une différence de sexe (culture de femmes ou d'hommes), un groupe d'âge (culture de groupe d'âge ou de génération), une classe sociale, une profession ou une activité donnée (culture professionnelle), un secteur d'activité, tout ou partie d'une organisation de travail (culture organisationnelle) ou même une famille.

Selon de Mooij (1998), les habitudes de manger diffèrent d'un pays à un autre, la manière de s'habiller diffère d'une profession à une autre.

Dans notre cas, il s'agit de la culture de la clientèle des banques islamiques libanaises.

En effet, la culture c'est tout ce qui se rapporte aux traits de comportement évidents et partagés par les membres d'une société. C'est alors une notion collective correspondant à un ensemble de normes et de valeurs, de comportements et de créations matérielles distinguant les membres d'un groupe de ceux d'un autre.

Le groupe réalise deux besoins humains fondamentaux : celui de l'affiliation et celui de l'identification. Ces groupes développent parfois une sous-culture qui a ses normes et ses modèles.

Chaque individu appartient à un ou plusieurs groupes sociaux : famille, classe sociale, groupe racial, sexe, groupe professionnel, nationalité, syndicat, etc.

À ce propos, l'islam, depuis son apparition, fut énormément riche en valeurs humaines et sociales. La loi du « *Coran* » a largement régi la société dans toutes ses dimensions.

Communauté et société eurent presque le même contexte. Pour cela, nous pouvons avouer que les convictions jouent leur rôle dominant sur les instruments financiers et donnent à ce secteur un caractère particulier.

Une certaine masse de citoyens libanais, pour des convictions religieuses, ne voulaient pas utiliser le système bancaire classique basé sur l'intérêt. Tous les ans ces gens réservaient leurs revenus en intérêt à des actes de charité. C'est là un nouveau besoin à satisfaire, des banques à lancer, des produits nouveaux à mettre au point, un marché à créer tout en respectant les enseignements de la « *Chariâ* ». Alors les fondateurs de ces banques s'inspirent d'un patrimoine culturel basé sur le « *Coram* », et la « *Chariâ* » ou d'un environnement intangible pour organiser des banques islamiques offrant un service bancaire excluant l'intérêt. Et de réaliser un succès plutôt pour le bien de la communauté que financier.

De nos jours, nous entendons parler de plus en plus des banques islamiques, du financement islamique et d'une industrie islamique offrant des services et des produits d'une similarité indéniable avec ceux offerts par les banques conventionnelles. Effectivement, le développement de cette économie est certainement dû à la présence d'une clientèle musulmane soucieuse de se conformer aux règles de l'islam.

Quelles sont les raisons du choix d'un financement islamique ? C'est à cette question que nous essaierons de répondre.

Dans ce mémoire, nous étudions certains éléments d'impact de la religion musulmane sur le secteur bancaire libanais. Nous nous sommes appuyés sur l'étude du comportement des clients musulmans dans leur choix d'une banque islamique libanaise. Nous mettons le point sur divers facteurs influençant le comportement du client musulman libanais dans sa prise de décision.

Ce mémoire comporte cinq chapitres. Dans le premier, nous présentons une revue de littérature portant sur la Culture, la Religion Musulmane, le fonctionnement des banques islamiques au Liban et le marché bancaire libanais. Le deuxième chapitre est consacré aux

études antérieures. Le troisième chapitre expose le cadre conceptuel que nous avons établi et qui constitue la base de l'étude. Dans le quatrième chapitre, nous présentons les différentes étapes de la méthodologie que nous avons suivie. Le cinquième chapitre est consacré à la présentation des résultats de l'analyse des données que nous avons collectées.

Enfin, nous rédigeons nos conclusions de recherche, les contributions et les implications stratégiques de l'étude, les limites- terrains que nous avons pu relever, ainsi que quelques suggestions qui permettraient de fournir, dans l'avenir, de nouvelles questions à traiter.

## **CHAPITRE I**

### **REVUE DE LITTÉRATURE LES ÉLÉMENTS CONTRIBUANT AU CHOIX D'UNE BANQUE ISLAMIQUE**

Ce chapitre présente l'environnement intangible culturel et religieux des banques islamiques. Il vise à saisir le contexte et la problématique de notre recherche. Il explique les principes fondamentaux de la culture, de la religion musulmane ainsi que les facteurs sous-jacents à la création des banques islamiques et à leur fonctionnement.

#### **1.1 Culture et environnement culturel**

##### **1.1.1 La culture**

Le « Petit Robert » définit la culture comme « l'ensemble des aspects intellectuels d'une civilisation ». Cela comprend les acquis purement culturels, religieux, sociaux, artistiques, et moraux.

Selon Gauthey, Ratui, Rodgers, et Xardel (1994), la culture est tout ce qui se rapporte aux traits de comportements évidents et partagés par les membres d'une société. Elle est alors une notion collective qui correspond à un ensemble de normes : normes de valeurs, normes de comportements et normes de créations matérielles, qui distinguent les membres d'un groupe de ceux d'un autre.

Selon Deval (1993), la culture englobe aussi bien les valeurs, la représentation du monde et donc le rapport au temps ou à l'espace, ou encore, sa propre position vis-à-vis des autres dans une société organisée. La culture est intégrative du fait qu'elle assure la communication entre les acteurs sociaux et donc la pérennité de leurs actions. Elle permet le lien social, ce lien qui unit les acteurs, mais aussi rend cohérent une action ou familiarise un objet et la façon de l'utiliser. Le pouvoir, l'autorité, la relation entre individus... ne renvoient pas aux mêmes significations sociales d'une société à l'autre, de porteurs de cultures à d'autres. Et

c'est parce que nous ne concevons pas toujours l'existence de significations de la même façon que nous générons des incompréhensions mutuelles.

La culture, selon T. Parson, est fonctionnelle à un haut niveau d'abstraction. Elle confère à l'intérieur d'une société ou d'un groupe humain, un même sens, une même signification aux objets sociaux et physiques.

Pour C. Kluckhohn : "La culture est la manière structurée de penser, de sentir et de réagir d'un groupe humain, surtout acquise et transmise par des symboles, et qui représente son identité spécifique; elle inclut les objets concrets produits par le groupe. Le cœur de la culture est constitué d'idées traditionnelles (dérivées de et sélectionnés par l'histoire) et des valeurs qui leur sont attachées".

Rice (1993) définit la culture comme "Les valeurs, les attitudes, les croyances, les conséquences, et autres symboles signifiants adoptés par les gens pour les aider à interpréter, évaluer, se communiquer en tant que membres d'une société".

Hofstede (1991) définit la culture comme la programmation collective de l'esprit humain qui permet de distinguer les membres d'une catégorie d'hommes par rapport à une autre.

*"The values, attitudes, beliefs, art facts and other meaningful symbols represented in the pattern of life adopted by people that help them interpret, evaluate, and communicate as members of a society."* (Hofstede, 1991)

Selon lui, aussi, la culture n'est pas la caractéristique d'individus. Elle englobe un grand nombre de personnes qui ont été conditionnées par la même éducation et expérience de vie. Alors la culture n'est pas une « civilisation » ou un « art ». La culture est acquise et non innée. Elle provient d'un environnement social et non pas d'un gène.

Selon Edouard Herriot : "La culture, c'est ce qui reste quand on a tout oublié ". Il doit y avoir dans les sociétés, des mécanismes qui permettent de maintenir la stabilité d'une culture pendant de nombreuses générations.

La culture est forcément subjective. Généralement, notre perception des manifestations de la culture est subjective. Elle n'est pas vue, observée et vécue de la même façon.

Selon Gauthey, Ratui, Rodgers et Xardel (1994), chaque individu « baigne » dans une culture ou une autre et généralement dans plusieurs : celle de sa famille, de sa profession, de son entreprise et de sa nation. Jamais il ne pourra quitter la culture en tant que telle.

La culture est donc un lien commun rassemblant les membres d'une société et conférant une signification identique aux attitudes, aux expressions, aux situations, aux objets, etc. Elle inclut des systèmes de valeurs dont l'ignorance peut nuire. Il est donc indispensable de bien déterminer l'environnement culturel.

### **1.1.2 L'environnement culturel**

Pour Gauthey, Ratui, Rodgers, Xardel (1994), la culture est un programme collectif et évolutif. Elle détermine un nombre considérable de créations humaines dans un environnement dont on n'a pas toujours conscience. Celui qui a voyagé en Inde, aux Etats-Unis, au Japon, etc., remarque forcément des différences ethniques, linguistiques, économiques et architecturales. Mais au-delà de ces aspects, immédiatement perceptibles, une des clés du succès international c'est de saisir la cohérence qui les relie. En effet, l'introduction d'une technique aboutit à l'échec si elle se heurte aux valeurs sociales ou religieuses d'un groupe humain.

Tylor (1913) décrit la culture comme un ensemble des éléments inter- reliés, comprenant les connaissances, les croyances, les valeurs, l'art, les lois, les coutumes, la morale et toutes les autres composantes de l'éducation et des habitudes acquises par un individu en tant que membre d'une société.

Pour Lachemi (2003), une culture intense conditionne largement l'ensemble des activités humaines. L'islam, en tant que culture et religion en est un modèle fondamental par ses croyances, ses valeurs et ses attitudes.

Dire qu'une personne a des valeurs signifie qu'elle a en elle la croyance profonde qu'un mode spécifique de conduite de vie est personnellement ou socialement préférable à d'autres. (Milton Rokeach)

Les croyances, surtout religieuses, ont un impact direct sur les habitudes des gens, sur leurs visions de la vie, et sur leurs comportements sociaux (les produits qu'ils achètent, les modes de paiement qu'ils utilisent, le choix de leurs aliments et leurs habillements, et les journaux qu'ils lisent).

Selon Gauthey, Ratui, Rodgers et Xardel (1994) : « Du fait de leur domination technique, les occidentaux, et particulièrement les Nord-américains, se considèrent comme maîtres de la nature et de leur propre destin. Au contraire, « *inch allah* » (si Dieu le veut), traduit la soumission de l'homme oriental musulman à son créateur. »

La religion musulmane, fondée sur l'unité de Dieu, est omniprésente. Elle conditionne la société et la culture. Dans le monde musulman, par exemple, les phases de la lune sont à la base du calendrier.

La grande différence entre le monde occidental et le monde islamique réside dans le fait que dans la culture occidentale contemporaine, la religion n'a pas d'impact sur les relations économiques, commerciales, industrielles et politiques, tandis que dans l'islam, le cas est tout à fait contraire. L'islam est plus qu'une religion, c'est, comme on dit en arabe « *din wa dounia* », c'est-à-dire qu'il est à la fois religion et communauté qui a sa propre vision du monde et des entités. Les exigences de cette religion ont aboutit à la création de nouveaux produits et de nouvelles institutions comme le conseil de la « *Chariâ* », le comité de la « *Zakat* », etc. Les principes de la religion musulmane sont ultérieurement clarifiés dans cette étude.

La langue aussi est un élément essentiel de la culture. La *langue arabe*, elle, doit son expansion à la propagation de l'islam, à la diffusion du « *Coran* », et à la puissance militaire des Arabes à partir du VII<sup>e</sup> siècle. C'est pourquoi, dans le monde occidental, on associe facilement l'islam et les musulmans à la langue arabe, croyant que religion islamique et le monde arabophone forment un tout indissociable. Il s'agit là d'une généralisation semblable à celle qui consisterait, par exemple, à croire que tous les anglophones du monde sont de religion protestante. Evidemment, ce n'est point le cas. Il est vrai que 80 % des musulmans

sunnites parlent l'arabe et habitent l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, la Libye, l'Égypte, le Soudan, la Jordanie, l'Irak et toute la péninsule Arabique (Arabie Saoudite, Yémen, Oman, etc.); Le Liban parle aussi l'arabe, mais ses habitants ne sont pas tous musulmans.

Le mot éducation est généralement pris dans le sens d'une formation théorique acquise à l'école ou formation donnée aux jeunes pour les préparer au travail. Dans ce sens, est bien formé qui a effectué une formation scolaire et universitaire pendant environ quinze ans. Cette définition est évidemment trop restrictive. L'éducation, c'est aussi l'acquisition de compétences, d'idées et d'attitudes, ainsi que la formation dans des disciplines spécifiques. L'éducation a un rôle important dans la transmission de la culture. Elle peut servir aussi à des changements. Ce qui nous pousse à demander jusqu'à quel point le niveau d'éducation de certains musulmans influence leur choix d'une banque islamique.

L'environnement législatif, à son tour, gère les comportements des membres de la société. Certaines pratiques qui sont considérées légales et imposées dans un pays donné, ne le sont pas dans un autre. La loi islamique qui dérive de l'interprétation du « *Coran* » (la *Chariâ*) est appliquée au Pakistan, en Iran et en Arabie Saoudite n'est pas, par exemple, appliquée au Liban. Ce système clarifie les comportements sociaux et économiques des individus. Il traite les droits de propriétés, les devoirs des individus, la prise des décisions économiques, et les types de la liberté économique. Son objectif est de réaliser la justice sociale.

Une dimension de la culture, l'Individualisme / Collectivisme (voir app. A, p.106-107) est observée d'une façon remarquable dans l'islam. Elle revêt plusieurs aspects des activités collectives de la religion musulmane comme par exemple :

- Le Ramadan est une démonstration remarquable du culte collectif dans tout le monde islamique. Il marque non seulement une intensification du sentiment religieux, mais aussi une accentuation des liens sociaux et familiaux. En soumettant tous les croyants aux mêmes privations, ce mois aplanit les distinctions sociales et rappelle aux riches l'existence des pauvres, tiraillés par la faim tout au long de l'année ;

- L' « *Iftar* » du Ramadan qui rassemble les membres de la communauté : Il se fait après le coucher du soleil, le jeûne est rompu par un repas spécial, souvent pris avec des amis ou des membres de la famille dans une atmosphère de fête plus que de recueillement ;
- Le « *Zakat* » qui a pour objectif l'établissement d'un certain équilibre social ;
- Les séances de prière et les rencontres dans les mosquées qui sont une importante source d'amitié et de lien affectif entre les participants ;
- Etc.

La plupart des pays occidentaux sont individualistes, tandis que les pays Arabes du Moyen Orient (L'Egypte, L'Iraq, Le Koweït, Le Liban, La Libye, L'Arabie Saoudite, et Les Emirats Arabes Unis) sont considérés comme relativement collectivistes. La figure 1.1, ci-dessous, illustre bien cette notion d'individualisme dans les pays arabes et les Etats-Unis.

Plus d'exemple sur cette notion sont explicités dans l'appendice A.

Pays	L'individualisme	
	Rang	Score
Les Pays arabes	26	38
Les Etats Unis	1	91

**Figure 1.1** Comparaison des scores de l'individualisme entre les pays Arabes et les Etats-Unis (Tirée de Hofstede, Geert and Hofstede, Gert Jan « *Cultures and Organizations–Software of the Mind : Intercultural Cooperation and its Importance for Survival, 2004* »)

Une enquête réalisée auprès de 69 libanais formés d'employés, de chefs d'équipes et de directeurs de différentes religions a donné résultat moyen de 3.14 (tout en considérant que « 1 » signifie un individualisme maximal et « 5 » signifie un collectivisme maximal) ce qui indique une tendance penchante vers le collectivisme. Alors selon cette étude, les Libanais sont assez attachés à la famille, au clan ou à l'équipe ou aux groupes auxquels ils appartiennent.

La doctrine islamique met nettement l'accent sur la coopération, « l'esprit communautaire », sur l'ensemble (le groupe) plutôt que sur les parties (les individus).

La société musulmane repose dans ses fondements sur la collectivité et en fournit un exemple typique. Pour le célèbre « *Ibn Khaldoun* », la solidarité se trouve à la base de la « tribu arabe » ou du clan, en tant qu'organisations sociales de leur temps.

Au cours de cette étude, nous tenterons de mesurer l'impact du collectivisme sur un musulman dans son choix d'une banque islamique libanaise.

## 1.2 L'islam dans certaines de ses dimensions

L'islam est la troisième grande religion monothéiste. Le terme « islam » lui-même, se traduit par « soumission à Dieu ». Il fait référence à la décision prise par le musulman (« celui qui se soumet ou se rend à Dieu ») d'obéir dans son esprit et dans son corps à la volonté de Dieu (en arabe *Allah*, « le seul Dieu »), qui est en fait le même Dieu que celui des juifs et des chrétiens et dont la parole révélée est transcrite dans le « *Coran* ». C'est dans ce texte sacré, « le Livre par Excellence », que les musulmans trouvent des réponses à toutes leurs questions et toutes les prescriptions régissant leur mode de vie.

Se soumettre à la volonté divine, selon les textes sacrés de la tradition, c'est faire apparaître un ordre harmonieux dans l'univers. En ce sens, le mot « islam » ne renvoie pas seulement à l'acte de la soumission mais aussi à ses conséquences, à savoir la paix (*Salam*).

### 1.2.1 Composantes de l'islam

L'autorité incontestable du « *Coran* » n'a pas empêché les divisions de la communauté musulmane. Depuis des siècles, deux grands courants s'y opposent: Le sunnisme et le chiïsme :

- **Le sunnisme** : La majorité des musulmans appartiennent au courant sunnite (90% de la communauté mondiale est sunnite). Le sunnisme met l'accent sur le consensus et la communauté, et prend pour base le « *Coran* » et le modèle prophétique. Le terme « sunnite » dérive du mot arabe *sunna* qui signifie « usage », « coutume ». La « coutume » dont il est question est celle que donne le Prophète Mohamed comme

exemple, dans ses paroles et dans ses actes : c'est le modèle de *la conduite musulmane*.

- **Le chiïsme**, qualifié de « communauté minoritaire » de l'islam, a paru peu après la mort de Mohamed, à l'issue d'une controverse sur l'héritier légitime de l'islam. En effet, à la mort de Mohamed, en 632, une poignée de musulmans respectés choisirent « *Abou Bakr* », un proche de Mohamed, pour premier « *khalif* ». Les sunnites, persuadés que la charge devait être attribuée sur la base du mérite des candidats, acceptèrent cette dynastie. D'autres pensaient, en revanche, que la succession du Prophète aurait dû rester dans la famille de Mohamed et revenir à « *Ali ibn Abi Talib* », son cousin et gendre. C'est ce qui leur valut le nom de « *chiah Ali* », les partisans d' *Ali*, dont est dérivé le terme chiïsme. Et les musulmans de ce courant pensent que seul un descendant d' *Ali* peut être « *imam* » et diriger l' « *umma* », la communauté musulmane. Les chiïtes se trouvent surtout en Iran, en Iraq, au Liban et au Pakistan.

## 1.2.2 La parole de Dieu

Le « *Coran* » et le « *Hadith* » sont les deux sources principales de la pensée religieuse et légale de l'islam. Ceux qui ont pour tâche de les interpréter s'appellent « *oulémas* », des lettrés religieux, d'après l'expression arabe qui signifie « les savants ». C'est de leurs travaux que sont nées les règles connues sous le nom de « *Chariâ* », d'où est issue la loi de l'islam.

### 1.2.2.1 Le « *Coran* » dans la vie islamique

Les révélations de Mohamed, qui sont connues sous le nom collectif de « *Coran* », sont considérées par les musulmans comme la parole de Dieu directe et inaltérable. Elles sont la source principale des croyances de l'islam et de ses pratiques. Le « *Coran* » est à la fois symbole et incarnation d'une relation intime entre Dieu et l'humanité. Il est le point central de l'enseignement traditionnel de l'islam, les jeunes musulmans apprenant à lire et à écrire les versets, et, dans l'idéal, à mémoriser le texte entier du livre. Depuis un siècle, cette pratique a reculé devant les progrès d'un enseignement public laïque (moderne), mais les

parents continuent aujourd'hui à faire en sorte que leurs enfants reçoivent une éducation coranique.

L'exemple du Prophète transmettant oralement la parole de Dieu à ses disciples explique la grande valeur attachée à la mémorisation et à la restitution orale du « *Coran* » jusqu'à nos jours. La récitation du « *Coran* » demeure une forme d'art appréciée, et des enregistrements de récitants connus sont disponibles dans tout le monde islamique.

Le « *Coran* » possède un caractère sacré en tant qu'objet physique. Les musulmans préfèrent n'approcher et ne manipuler le livre saint que dans un état de pureté rituelle. Il a un bon pouvoir divin, une grâce divine (en arabe « *baraka* ») et peut même servir à un emploi beaucoup plus superstitieux, de remède. Le mot « *Coran* » lui-même signifie « récitation » et peut se référer à tout ou partie du texte sacré.

#### **1.2.2.2 Le « *Hadith* » : le chemin de Mohamed**

Pour se guider et, en complément du « *Coran* », les érudits religieux (*oulémas*) se sont appuyés sur les traditions concernant Mohamed lui-même. À sa mort, la communauté islamique entreprit de rassembler ses leçons, ses paroles ou le récit de ses actes et de sa vie. Le « chemin » ou la « tradition » du Prophète (*sunna*, d'où vient le mot « sunnite ») a été ensuite rassemblé en une série de comptes-rendus connus collectivement et individuellement sous le nom de « *Hadith* ».

#### **1.2.3 La « *Chariâ* » ou la loi islamique**

La tradition de l'islam fondée sur les enseignements du « *Coran* » et du « *Hadith* », explicitée par les savants religieux musulmans (les *oulémas*), invite les musulmans à obéir à la volonté divine non seulement en tant qu'individus, mais aussi en tant que membres d'une communauté. Tous les musulmans, par conséquent, ont la responsabilité de veiller à la création et au maintien d'un ordre social juste et moral.

Au fondement de l'ordre moral et social, on trouve bien sûr les enseignements du « *Coran* » (source principale de la pratique judiciaire et éthique), le « *Hadith* » et les

traditions religieuses *légales* développées par les oulémas. La désignation de cet enseignement est connue sous le nom de « *Chariâ* », « voie prescrite ». De là proviennent les lois à l'aide desquelles les savants musulmans se sont efforcés de mettre en pratique le système social islamique idéal. L'étude de la « *Chariâ* » s'appelle « *Fikh* », dont la traduction la plus proche sera « jurisprudence ».

Dès les débuts de la tradition légale, les lois qui gouvernent la vie de l'islam furent divisées en deux catégories principales : celles qui concernent la relation entre l'humanité et Dieu, et celles qui ont trait à l'intégrité de la communauté humaine. Chacune de ces sphères est divisée à son tour en cinq catégories de comportement éthique : exigé, recommandé (ou non exigé), indifférent (ou permis), répréhensible, interdit. Ainsi, dans la sphère des relations avec « *Allah* », cinq actes de dévotion (*Ibadat*, singulier *Ibada*) sont exigés des musulmans; on les nomme souvent « les Cinq Piliers » de l'islam et ils constituent son système rituel.

Les lois islamiques relatives aux domaines social et politique sont beaucoup plus nombreuses. Pour les spécialistes de la loi, le secteur essentiel est celui des lois de la famille. Le « *Coran* » s'exprime sur de nombreuses questions concernant ce domaine comme le mariage, le divorce, l'adultère, les héritages, le traitement des épouses et des enfants, ainsi que sur *les questions financières*.

Les savants sunnites distinguent quatre sources de la loi islamique :

- Avant tout, il y a le « *Coran* », expression directe de la volonté divine. Très tôt, les érudits musulmans se consacrent à l'exégèse du « *Coran* », ou « *Tafsir* », et à un examen intense du livre sacré à la fois du point de vue linguistique et du point de vue religieux.
- Pour aider à la compréhension des significations complexes du texte, les spécialistes se tournèrent ensuite vers le « *Hadith* », la seconde autorité pour la loi. Ces recueils contiennent des leçons du Prophète lui-même, ainsi que des explications et des commentaires des versets du « *Coran* ».
- La « *Ijmâ* », mot traduit en général par « consensus », constitue la troisième source pour les juristes sunnites. Il s'agit, à propos d'un point controversé, de l'interprétation commune d'une majorité de savants d'une région particulière ou de la

compréhension du travail de savants d'époques antérieures. La « *Ijmâ* » est un moyen efficace pour maintenir inchangées les opinions à propos d'une question donnée.

- La quatrième source de la loi, à peu près contemporaine de la « *Ijma* », est le « *Kiyas* », « raisonnement sur la base de l'analogie ». Le « *Kiyas* » est utile pour trancher les questions pour lesquelles ni le « *Coran* » ni le « *Hadith* » ne fournissent d'indications claires. Les savants chiïtes diffèrent de leurs collègues sunnites en ce qu'ils accordent une valeur plus grande à l'exercice de la raison et de l'intelligence humaine ; aussi, à la place du « *Kiyas* », ils mettent plus volontiers en avant l'« *akl* » ou « *ijtihad* », « le raisonnement personnel ».

#### 1.2.4 Les Cinq Piliers de l'islam

La pratique de l'islam est fondée sur cinq règles d'or. Si l'on compare la foi à un grand monument, ces règles sont les piliers qui l'étayent. Chaque musulman sait qu'il doit observer ses obligations envers Dieu, sans quoi les piliers risquent de s'effondrer, minant ainsi le fondement même de la religion. La tradition les considère cependant plutôt comme les actes de vénération, en arabe « *Ibadat* » (singulier « *ibada* »).

##### 1.2.4.1 La profession de foi

Le pilier principal est la récitation de la « *Chahada* », la profession de foi affirmant l'unicité de Dieu et reconnaissant en Mohamed son ultime Envoyé : « Il n'y a de dieu que Dieu, et Mohamed est Son Prophète ». Les versets du « *Coran* » correspondant à ce témoignage sont récités au début et à la fin des cinq prières quotidiennes, puis pendant les périodes de méditation. Ces croyances sont essentielles et ces mots sont employés couramment dans la vie quotidienne. La « *Chahada* » engage les musulmans à réitérer la foi qu'ils vouent au « *Coran* », aux anges et au jour du Jugement. Elle rappelle chaque jour que tout autre culte constitue l'un des péchés capitaux de l'islam.

#### 1.2.4.2 La prière

La « *Salat* », insistant sur la fréquence des prières (cinq fois par jour), forme l'essentiel de la liturgie musulmane. Cette obligation est formulée clairement par le « *Coran* » et par le prophète lui-même. Dans un nombreux « *Hadith* » qui parlent de prières, Mohamed est supposé avoir dit "Celui qui prie est en communication avec le Seigneur".

Lorsqu'un musulman se prosterne en direction de la Mecque, il sait qu'au même instant, aux quatre coins de la planète, il est en communion spirituelle avec des millions de croyants, ce qui le confronte dans sa foi.

A l'origine, les fidèles se tournaient vers Jérusalem pour réciter les prières. Mais en 624, le Prophète leur ordonna de se tourner vers la Mecque et plus particulièrement vers la pierre noire enchâssée dans la « *Kaaba* ».

#### 1.2.4.3 L'aumône légale

Ou l'aumône obligatoire, désignée sous le terme de « *Zakat* », qui signifie la purification. Le « *Coran* » ainsi que le « *Hadith* », le mentionne. C'est le moyen pour les musulmans de se venir en aide les uns les autres. Traditionnellement, il représente un certain pourcentage fixe du revenu du fidèle, mais le niveau de richesse et la capacité à payer de ce dernier sont pris en ligne de compte. Le montant de cette dîme est variable mais égalitaire : tous les musulmans y sont soumis annuellement à hauteur de 2.5 % de leur revenu net.

L'aumône n'est pas tant une œuvre charitable qu'un impôt humanitaire. Elle est censée purifier celui qui la fait. Elle contribue, en outre, à solidariser la communauté des croyants car, comme l'expliqua Mohamed : « Si un fidèle souffre, alors tous les autres se rallient pour l'aider ».

Ce système de secours mutuel présente le double avantage d'expié les péchés du donateur et d'obliger le bénéficiaire à surmonter l'envie qui peut corrompre son âme. Cet aspect aplanit les différences sociales et replace chacun au même niveau face à Dieu. De par son caractère obligatoire, l'aumône ne laisse aucune place à la fierté ou à l'orgueil et redistribue aux déshérités une partie de la fortune des riches. Mohamed y voyait un instrument de justice et d'équilibre social. Les croyants les plus défavorisés en sont exemptés,

mais doivent observer et adopter un comportement charitable. La sagesse de l'islam promet un sort terrible à quiconque tenterait de se soustraire à cette obligation.

Cependant, les aumônes légales ne doivent pas être confondues avec les aumônes volontaires. Les actes volontaires de charité (*Sadaka*) sont également encouragés. Dans ses prescriptions, Mohamed engageait les donateurs à garder l'anonymat car, seul Dieu peut savoir si cet élan du cœur est sincère ou s'il cache des motivations moins avouables.

#### **1.2.4.4 Le « Ramadan »**

Le quatrième devoir est de participer au jeûne (*sawm*, ou *siyam*) qui a lieu chaque année durant le « Ramadan », le neuvième mois du calendrier islamique.

#### **1.2.4.5 Le pèlerinage à la Mecque**

Le « *Hajj* » ou le pèlerinage à la Mecque, la ville sacrée, quatre jours de « visite du Lieu Saint », se déroulent entre le 8<sup>e</sup> et le 12<sup>e</sup> jour du « *dhu al- Hija* », (le mois du « *Hajj*»), 12<sup>e</sup> mois du calendrier islamique. Tous les croyants doivent le faire une fois au moins dans leur vie, mais uniquement s'ils ont les ressources nécessaires et s'ils sont assurés que les besoins de leur famille seront convenablement pourvus pendant leur absence.

Dans certains pays, il existe des systèmes d'épargne permettant d'économiser afin d'effectuer le « *Hajj* »; c'est le cas de la Malaisie, pays où il existe également un système de loterie dont le premier prix est un voyage de pèlerinage, tous frais payés.

Ainsi, après avoir présenté brièvement l'islam, nous passons au traitement des éléments de base qui constituent le système bancaire islamique permettant ainsi de comprendre notre problématique.

### 1.3 Le système bancaire islamique

Qu'est ce qu'une industrie financière islamique? Quels sont les principes de base des banques islamiques ? Comment ces banques se sont – elles développées et comment ont-elles atteint leur état actuel ?

L'objectif de la présente étude est de tenter de répondre à ces questions en essayant d'exposer le plus complet possible certaines situations et certains concepts pris en compte dans des établissements financiers islamiques ainsi que des contrats traditionnellement utilisés.

L'industrie financière islamique est apparue vers 1980s. Sans être restreinte aux pays musulmans, la finance islamique se trouve où il y a une communauté musulmane (*Umma*).

Actuellement, plus de 100 institutions financières dans plus de 45 pays pratiquent la finance islamique. Cette industrie se développe annuellement, avec un taux de croissance qui fut supérieur à 15% durant les cinq dernières années. À souligner que dans cette industrie, le système bancaire est le plus développé actuellement.

En effet, dans certains pays comme l'Iran et le Pakistan, le gouvernement impose que tout le système bancaire soit complètement compatible à la loi islamique. Ceci n'est pas applicable dans d'autres pays comme l'Egypte, l'Indonésie, la Malaisie, le Soudan, et les pays du Golfe Arabe, où les banques islamiques coexistent à côté des banques traditionnelles. Ce marché devient de plus en plus global.

Le système financier islamique joue un rôle vital dans le développement de l'économie des pays musulmans en mobilisant les comptes dormants mis intentionnellement sous forme d'épargne sans intérêt et le développement du marché des capitaux. En même temps, le développement de ce système assure aux épargnants et aux emprunteurs le choix d'instruments compatibles avec leurs besoins de gestion, leurs valeurs sociales, et leurs croyances religieuses. Plus précisément, le système bancaire islamique s'applique sous 2 formes :

1. **Banques islamiques "spécialisées"** qui sont des banques commerciales et d'investissement. Elles fonctionnent seulement avec des outils islamiques.
2. **Guichets islamiques ou "Islamic windows"** qui sont des services offerts par les banques traditionnelles aux musulmans désirant effectuer des transactions islamiques.

Enfin, il est important à souligner que le but de l'activité financière musulmane est d'établir un équilibre éthique, social et moral au niveau de l'environnement.

### 1.3.1 Les principes d'un système financier islamique

Décrire le système financier islamique comme étant seulement un système qui interdit l'intérêt, ne reflète pas son image complète. L'interdiction de recevoir et de payer l'intérêt est le noyau même de ce système mais il comprend aussi d'autres principes, la participation au risque, le concept de l'argent, l'interdiction du comportement spéculatif, l'aspect sacré des contrats et les activités autorisées par la « *Chariâ* ».

#### 1.3.1.1 L'interdiction de l'intérêt

À l'époque de la révélation coranique, la pratique du prêt à intérêt était très répandue dans la société arabe. Cette pratique décourageait le commerce, et augmentait considérablement les coûts des marchandises et réduisait l'offre du capital à risque. (Nakhjavani Mehran, 1982). Pour cela, les préceptes islamiques visèrent à refréner ces phénomènes sociaux indésirables. Plusieurs versets du « *Coran* », indiquent clairement la prohibition du « *riba* » ou l'usure, c'est-à-dire les charges ou les paiements d'intérêts:

Ô croyants! Craignez Dieu; et renoncez au reliquat de l'intérêt usuraire, si vous êtes croyants. Et si vous ne le faites pas, alors recevez l'annonce d'une guerre de la part de Dieu et de son messenger. Et si vous vous repentez, vous aurez vos capitaux. Vous ne léserez personne, et vous ne serez point lésés. (*Sourate II, "La vache", versets 278 et 279*).

...Ceux qui se nourrissent de l'usure ne se dresseront, au jour du Jugement, que comme se dresse celui que le Démon a violemment frappé. Il en sera ainsi, parce qu'ils disent <<le commerce est semblable à l'usure. Mais Dieu a permis le commerce et il a interdit l'usure>>... (*Sourate II, "La Vache", verset 275*)

...Ce que vous avez prêté à intérêt pour qu'il se multiplie aux dépens des biens des gens ne se multipliera guère auprès de Dieu. (*Sourate <<Les Gréco- Romains>>*, verset 39)

Et, selon le "*Hadith*" : "Dieu a maudit celui qui se nourrit d'usure, celui qui l'offre, celui qui en témoigne et celui qui en établit le contrat."

Les savants musulmans ont déduit que le croyant musulman ne devrait donc ni prêter ni emprunter son argent contre un intérêt. "En islam, tout prêt à intérêt est prohibé, quel que soit son taux". (*Al-Azhar*, 1965)

*"Prohibition of riba, a term literally meaning "an excess" and interpreted as "any unjustifiable increase of capital whether in loans or sales" is the central tenet of the system. More precisely, any positive, fixed predetermined rate tied to the maturity and the amount of principal (i.e., guaranteed regardless of the performance of the investment) is considered riba and it's prohibited. The general consensus among Islamic scholars is that riba covers not only usury but also the charging of "interest" as widely practiced. This prohibition is based on arguments of social justice, equality, and property rights. Islam encourages the earning of profits but forbids the charging of interest because profits, determined ex post, symbolize successful entrepreneurship and creation of additional wealth whereas interest, determined ex ante, is a cost that is accrued irrespective of the outcome of business operations and may not create wealth if there are business losses."* (Zamir Iqbal, 1997)

La justice sociale nécessite que les prêteurs et les emprunteurs participent aux profits et aux pertes d'une façon équitable, et, que l'accumulation et la distribution des richesses soient justes tout en représentant la productivité réelle. En d'autres termes, il convient de rechercher une "plus-value sociale" plutôt qu'une simple plus-value économique. (Verna, 1989)

### **1.3.1.2 La participation au risque**

La banque islamique n'est pas un simple pourvoyeur de fonds intéressé uniquement aux garanties offertes par les emprunteurs, ni encore un simple coffre de dépôt de valeurs, mais un véritable partenaire de l'entrepreneur emprunteur. Elle offre, à ce titre, de nombreux services de gestion à ses clients, afin de les soutenir dans leur entreprise et partager avec eux une activité économique saine et profitable.

Le principe du partage des risques, appelé en arabe "*al-Ghunm bi al- Ghurm*" signifie que celui qui prête l'argent doit participer aux bénéfices comme aux risques avec celui qui l'emprunte. La banque islamique joue donc ici son plein rôle de partenaire, partageant gains et pertes avec son client. Elle assure sa pérennité en multipliant le nombre de ses clients (afin de répartir le risque) et en leur proposant des services de conseil et d'accompagnement en gestion.

#### **1.3.1.3 L'argent comme capital potentiel**

L'argent est considéré comme un capital potentiel. Il devient un capital réel lorsqu'il est utilisé pour des fins de production, pour le bien d'une communauté, et investi dans des activités productives.

#### **1.3.1.4 L'interdiction du comportement spéculatif**

Le système financier islamique décourage et interdit toute transaction incertaine de nature spéculative, comme les options.

À cette interdiction de l'intérêt s'ajoute également le refus de toute spéculation purement financière. (Nisse- Jason, 1987) L'argent est considéré par l'islam comme un simple moyen d'échange, sans aucune valeur propre. Si sa circulation ne traduit pas une activité économique réelle, il serait immoral qu'elle rapporte quelque prime que ce soit.

#### **1.3.1.5 L'aspect sacré des contrats**

L'islam encourage les obligations contractuelles et les considère comme des obligations sacrées s'ils sont conçus dans un but moral.

#### **1.3.1.6 « Chariâ » et activités autorisées**

Seules les activités qui ne violent pas les règles de la « Chariâ » sont qualifiées comme des investissements. La « banque » ne doit pas investir dans des activités considérées illicites ou « Haram », comme les banques commerciales, les sociétés d'assurance, les distilleries, et les porceries.

### 1.3.2 Les instruments financiers islamiques

Les contrats les plus courants pratiqués au Liban et qui sont conformes à la loi islamique sont : La « *Mourabaha* », la « *Moucharaka* », l'« *Ijara* », la « *Moudaraba* », « *Al-Salam* », et « *Al-Istisnaa* » .

#### 1.3.2.1 La « *Mourabaha* » (ou "financement commercial avec marge bénéficiaire" *Cost-plus sale*)

Dans la « *Mourabaha* », la banque achète des marchandises ou des équipements, pour le compte de son client, moyennant une marge bénéficiaire fixée à la signature du contrat. La banque transfère la propriété de la marchandise à son client une fois qu'il a payé, au comptant ou par paiements échelonnés, le prix de cette marchandise ainsi que la marge fixée à la signature. Ce type de contrat diffère du prêt à intérêt car la marge est fixe et n'augmente pas avec le délai de paiement (*voir app. C.4, p.122-127*).

Mondialement, près de 75% des transactions financières islamiques sont sous la forme de « *Mourabaha* ».

#### 1.3.2.2 La « *Moucharaka* » (ou "partenariat actif" - *Equity participation*)

La banque s'associe avec son ou ses client(s) dans des opérations (commerciales, foncières, agricoles, industrielles...), ponctuelles ou permanentes;

La « *Moucharaka* » est un contrat d'association en commandite simple où les pertes sont supportées par les deux parties au prorata de leurs apports en capital (alors que dans la « *Moudaraba* » seule la personne qui apporte le capital subit les pertes).

La répartition au prorata des bénéfices escomptés, entre la banque et le client, fait l'objet d'un contrat entre les deux parties. La banque a le droit de participer à la gestion, mais peut ne pas utiliser ce droit (*voir app. C.5, p.128-131*). Il y a deux formes de « *Moucharaka* »:

##### 1- La « *Moucharaka* » Définitive (ou "Participation Constante")

Elle est appelée aussi « *Al- Moucharaka Ad- Dayma* ». La banque participe au financement du projet de façon durable et perçoit régulièrement sa part des bénéfices en sa qualité d'associé co-proprétaire. Il s'agit en l'occurrence pour la banque d'un emploi à long

ou moyen terme de ressources stables (fonds propres, dépôts participatifs affectés et non affectés...). L'apport de la banque peut revêtir la forme d'une prise de participation dans des sociétés déjà existantes, d'un concours à l'augmentation de leur capital social ou la contribution à la formation du capital de nouvelles sociétés (achat ou souscription d'actions ou de parts sociales).

Ce type de « *Moucharaka* » correspond aux placements stables que les banques effectuent soit pour aider à la formation d'entreprises ou seulement pour assurer le contrôle des entreprises existantes.

En effet, la forme permanente constitue un handicap au long et au moyen terme. Lorsque l'entreprise tombe en faillite, la banque devrait choisir entre la continuation de sa participation dans une entreprise défailante, ou la vente à perte de sa part.

## 2- La « *Moucharaka Dégressive* » (ou **Participation Décroissante**)

Elle est appelée aussi « *Al- Moucharaka Al- Moutanakissa* » ou , parfois, « *Al- Moucharaka Al- Mountahiya bil- tamallok* » , c'est- à- dire une participation devant aboutir à l'appropriation, par l'entrepreneur, de tout le projet, une fois que la banque aura récupéré les fonds qu'elle avait investis.

La banque participe au financement d'un projet ou d'une opération avec l'intention de se retirer progressivement du projet ou de l'opération.

Le client versera à la banque, à intervalle régulière, la partie de bénéfices lui revenant comme il peut réserver une partie ou la totalité de sa propre part pour rembourser l'apport en capital de la banque. Après la récupération de la totalité de son capital et des bénéfices qui échoient, la banque se retire du projet ou de l'opération.

### 1.3.2.3 Le « *Leasing* » (ou l' « *Ijara* »)

Le « *Leasing* » est un contrat de location de biens assorti d'une promesse de vente au profit du locataire. Il s'agit d'une technique de financement relativement récente qui fait intervenir trois acteurs principaux :

- le fournisseur (fabricant ou vendeur) du bien ;
- le bailleur (en l'occurrence pour la banque qui achète le bien pour le louer à son client) ;
- le locataire (qui loue le bien en se réservant l'option de l'acquérir définitivement au terme du contrat de location).

Le droit de propriété du bien revient à la banque durant toute la période du contrat, tandis que le droit de jouissance revient au locataire. Au terme du contrat, trois cas de figure peuvent se présenter :

1. le client est obligé d'acquérir le bien (contrat de location – vente) ;
2. le client a le choix d'acquérir ou de restituer le bien (contrat de crédit-bail) ;
3. le client opte pour une seconde location du bien (renouvellement du contrat de crédit-bail).

Le « *Leasing* » est une technique de financement des investissements (mobiliers et immobiliers) relativement récente. Il peut être classé parmi les formes de crédit à long et moyen terme. L'avantage de ce mode de financement a trait à la solidité de la garantie que procure à la banque son statut de propriétaire légal du bien loué.

Pour les locataires, les avantages du « *Leasing* » sont multiples : D'une part, il leur permet de rénover leurs équipements démodés ou détériorés et bénéficier ainsi des derniers développements technologiques. D'autre part, il leur offre l'avantage d'éviter une immobilisation à long ou moyen terme d'une partie de leurs ressources dans le cas d'une acquisition autofinancée ou même financée par un crédit d'investissement. En effet, les charges annuelles, se limitent aux loyers dus pour la période.

Au Liban, les opérations de crédit-bail sont définies par la loi du 6 juin 1996 (*voir app. C.7, p.143-146*). Ce contrat de crédit-bail est soumis à une législation spéciale qui limite ce type d'opérations aux sociétés financières, ainsi qu'aux sociétés anonymes libanaises ou aux filiales des S.A. étrangères dont l'objet est uniquement le « *Leasing* ». L'article 13 de cette loi soustrait à ces contraintes les institutions ou les sociétés pour lesquelles le crédit-bail

constitue une activité complémentaire. Mondialement, 10 % des transactions islamiques sont sous forme de « *Leasing* ».

#### 1.3.2.4 La « *Moudaraba* » (ou "partenariat passif" – *Profit-sharing agreement*)

La « *Moudaraba* » est un contrat d'association en vertu duquel la banque (*Rab al -mal*), finance entièrement l'entrepreneur (*Moudareb*) qui y apporte son industrie ou son travail. Les fonds sont placés dans une entreprise commerciale. Les fruits de ce placement sont partagés entre les deux associés, selon un pourcentage convenu.

La détermination de la part de chacun est impérative et fixée à l'avance lors de la signature du contrat.

Toutefois, dans l'hypothèse où l'association serait déficitaire, la banque qui aura apporté les fonds supportera seule les pertes en capital, l'autre partie ou « *Moudareb* » ayant perdu son temps et son travail ; la responsabilité du « *Moudareb* » sera toutefois retenue s'il est établi que les pertes sont dues à sa mauvaise gestion (voir app.C.8, p.147-150).

#### 1.3.2.5 « *Al- Salam* » (ou « *Differed- Delivery Sale* »)

« *Al- Salam* » peut être défini comme un contrat de vente avec *livraison différée* de la marchandise. Contrairement à la « *Mourabaha* », la banque n'intervient pas comme vendeur à crédit de la marchandise acquise sur commande, mais comme acquéreur, avec paiement comptant d'une marchandise qui sera livrée à terme par le partenaire (voir app. C.9, p.151-153). Les modalités pratiques de cette transaction:

1. La banque (acheteur) passe une commande à son client pour une quantité donnée de marchandises, d'une valeur qui correspond à son besoin de financement.
2. Le client (vendeur) adresse à la banque une facture « *proforma* » indiquant la nature, les quantités et les prix des marchandises commandées.
3. Une fois d'accord sur les conditions de la transaction, les deux parties signent un contrat de « *Salam* » reprenant les clauses convenues (nature des marchandises, quantités, prix, délais et modalités de livraison et/ou de vente pour le compte de la banque etc.).

4. Parallèlement, les deux parties signent un contrat de vente par procuration suivant lequel la banque autorise le vendeur à livrer ou à vendre (selon le cas) les marchandises à un tiers. Le vendeur s'engage sous sa pleine responsabilité à recouvrer et à verser le montant de la vente à la banque.
5. En addition aux garanties ordinaires exigées dans ses activités de financement (cautions, nantissements, hypothèques...), la banque peut requérir du vendeur la souscription d'une assurance-crédit pour se prémunir contre le risque de non paiement des acheteurs finaux, ainsi qu'une assurance couvrant les marchandises avec changement au profit de la banque.
6. À l'échéance, au cas où la banque choisirait de mandater le vendeur pour écouler les marchandises pour son compte, ce dernier les facturera pour le compte de la banque et livrera les quantités vendues en prenant soin, si la banque le juge nécessaire, d'exiger des acheteurs de faire viser les bons d'enlèvement aux guichets de cette dernière (mesure destinée à permettre le suivi et le contrôle de l'opération).
7. La rémunération du mandat du vendeur peut être consentie sous forme d'une commission, d'une ristourne ou d'une participation à la marge dégagée par la vente des marchandises. Elle peut aussi être décomptée au début de la transaction et intégrée au montant de l'avance (financement *Al- Salam*). En tout état de cause, son montant doit être calculé par référence aux taux de marge pratiqués sur le marché pour des opérations similaires.
8. La banque peut utiliser la technique du "*Warantage*" en exigeant, dans les modalités contractuelles de livraison, l'entreposage des marchandises dans un magasin général et les vendre, elle-même ou par l'entremise de son client en endossant le "*warrant*" et en gardant le reçu comme garantie de paiement.
9. Le prix de vente des marchandises par le vendeur pour le compte de la banque doit dégager une marge nette (après déduction des commissions et autres frais) au moins égale au taux de rentabilité annuel minimum tel que fixé dans sa politique de financement.

Si la « *Moucharaka* », la « *Moudharaba* », le « *Leasing* » et la « *Mourabaha* » permettent à la banque de répondre largement aux besoins de sa clientèle en matière de financement des

cycles de création, d'investissement et d'exploitation des entreprises, ces différentes techniques s'avèrent insuffisantes pour couvrir seules la totalité de ces besoins. Il en est ainsi, à titre d'exemple, des besoins de financement du fond de roulement, de certaines charges d'exploitation telles que les salaires, les impôts et taxes, les droits de douanes, etc.

Ces besoins, qui nécessitant souvent un apport monétaire direct, exigent par conséquent un mode de financement plus approprié que la « *Mourabaha* ». Ceci se traduit, pour des raisons de conformité aux principes de la « *Chariâ* », par l'achat de stocks et leur revente par la banque elle-même.

L'avantage du « *Salam* » est qu'il permet à la banque de prêter directement des fonds à son client, en se positionnant en tant qu'acheteur vis à vis de lui et de lui concéder un délai pour la livraison des marchandises achetées. En plus, la formule du mandat permet au client de continuer à traiter normalement avec sa clientèle ordinaire sous la seule réserve qu'il le fait pour le compte de la banque, à concurrence de la valeur des marchandises acquises par elle dans le cadre du contrat « *Salam* ».

Par rapport à la « *Moucharaka* », qui s'adapte mieux au long terme, le « *Salam* » se distingue par son moindre risque dans la mesure où la créance de la banque (ou sa contre valeur) constitue, comme dans la « *Mourabaha* » une dette commerciale constante sur le client (le vendeur).

« *Al-Salam* » se présente comme un moyen idéal de financement de certains types d'activités économiques telle que l'Agriculture, l'Artisanat, l'Importation, l'Exportation, etc.

D'autre part, « *Al-Salam* » pourrait constituer une formule de remplacement à la pratique de l'escompte commercial. Les effets et/ou valeurs en possession du client seront pris à titre de garantie du financement « *Salam* » que la banque pourrait lui consentir. De plus, « *Al-Salam* » peut se substituer aux formes de crédits classiques à court terme comme les facilités de caisse, les découverts, les crédits de campagne et les avances sur marchandises.

### 1.3.2.6 "Al-Istisnaa"

Il s'agit du financement du fonds de roulement d'une entreprise par la banque islamique. Plus précisément du financement de travaux d'engineering, des matières premières ou de tout type d'intrant (*inputs*) qui entrent dans la fabrication des produits destinés à la vente (*voir* app. C.10, p.154-156).

## 1.4 Le comité de la « Chariâ »

Le comité de la « Chariâ » est un groupe indépendant de juristes spécialisés dans le « *Fikh Al Mouamalat* » (La Jurisprudence Commerciale Islamique) chargé de passer en revue et de surveiller les activités de la banque pour assurer leur conformité avec les principes de la « Chariâ » islamique. Ce comité comprend en général quatre à sept membres.

Les membres du conseil de la « Chariâ » ne résident pas tous nécessairement au siège de la banque, et les transactions leur sont généralement transmises par fax.

Le comité de la « Chariâ » nomme un conseil exécutif composé de certains de ses membres qui se réunissent plus fréquemment, parfois mensuellement pour examiner les transactions et approuver celles qui ne posent pas de problèmes particuliers.

Le comité se réunit à la fin de chaque année financière pour un « *audit religieux* » des opérations financières et de l'investissement de la banque. À l'issue de cet audit, le conseil présente son rapport aux actionnaires et aux investisseurs de la banque.

Les institutions financières islamiques s'assurent généralement que des experts très connus pour leur intégrité et leur connaissance de la jurisprudence islamique soient membres du conseil de la « Chariâ ». D'ailleurs plus les membres du comité de la « Chariâ » ont de la notoriété plus cela confère à la banque de la crédibilité auprès des « *stakeholders* », dont les clients en particulier.

Dans ce mémoire, nous étudions le comportement du client musulman dans son choix d'une banque islamique. Nous exposons ainsi certains facteurs influençant son comportement.

## CHAPITRE II

### ÉTUDES ANTÉRIEURES

Il est nécessaire, au début de cette étude, de présenter quelques unes des études déjà faites sur le comportement du client auprès d'une banque islamique dans d'autres pays et de comprendre leurs résultats.

#### **2.1 Étude faite par Metawa et Almosawi en 1998 à Bahreïn**

L'échantillon de l'étude a compris 300 clients. Une analyse complète du profil des clients a montré que la majorité des clients des banques islamiques est bien instruite; approximativement 80 % sont âgés de 25 à 50 ans ; 50 % des clients interviewés ont une relation avec les banques islamiques depuis plus de six ans; les clients sont conscients du haut taux d'usage des comptes d'épargne, des comptes courants, des comptes d'investissement et des machines « ATM »; les clients ont paru satisfaits du produit qu'ils utilisent le plus, et des comptes d'investissement qui leur procurent la plus grande part de cette satisfaction; Un critère très important du choix d'une banque islamique est « l'adhésion aux principes de l'islam ».

#### **2.2 Étude faite par Haron, Ahmad & Planisek en 1994 en Malaisie**

Pour attirer un plus grand nombre de clients, les banques, commerciales et islamiques, devraient avoir des informations sur les facteurs que les clients, musulmans et non musulmans, considèrent dans leurs choix de la banque et des services. Les résultats ont montré qu'il existe une grande ressemblance de comportement chez les musulmans et les non musulmans.

### **2.3 Étude faite par Gerrard et Cunningham en 1997 à Singapour**

À Singapour, où les musulmans constituent une minorité de la population, les musulmans et les non musulmans sont généralement ignorants de la culture bancaire islamique. Aussi, les deux groupes ont des attitudes différentes vis-à-vis des banques islamiques.

S'il arrive, à la fin d'un exercice donné, qu'une banque islamique ne fasse pas assez de profits, 62.1 % des musulmans y gardent leurs dépôts, tandis que 66.5 % des non musulmans préfèrent les retirer. Il existe une similarité dans plusieurs critères du comportement des musulmans et des non musulmans. Cinq différences considérables ont été retenues, notamment « le désir d'obtenir l'intérêt le plus élevé possible sur les comptes d'épargne ». Ce même désir s'est montré plus fort chez les non musulmans que chez les musulmans.

### **2.4 Étude faite par Naser K., Jamal A. et Al-Khatib K. en 1999 en Jordanie**

En Jordanie, une enquête, faite sur un échantillon de 206 répondants, a tenté d'estimer leur conscience et leur satisfaction vis-à-vis des services offerts par les banques islamiques. L'analyse des résultats a montré que ces répondants étaient satisfaits de certains services et mécontents d'autres. De même, ils étaient informés de plusieurs produits financiers islamiques, en particulier la « Mourabaha » et la « Moudaraba », sans pourtant les demander.

### **2.5 Étude faite par Al-Tamimi et Al-Amiri en 2003 à Dubaï**

À Dubaï, une autre étude a été faite pour mesurer la qualité des services offerts par les banques islamiques et de comparer celle de « Dubai Islamic Bank » à celle d'« Abu Dhabi Islamic Bank ». Les résultats statistiques (ANOVA) ont montré qu'il n'y avait pas de différence significative entre la qualité des services de ces deux banques.

Pourtant, au niveau des banques islamiques à Dubaï, les mêmes résultats (ANOVA) ont indiqué qu'il n'y avait pas de différence significatives pour les variables « sexe » et « nationalité » ; mais, la différence était significative dans le niveau de qualité des services pour les variables « éducation » et « le nombre d'année de relation avec la banque ».

Quant au Liban, une étude a été faite en 2005 sur la différence en terme de coût entre le schéma islamique et le schéma traditionnel pour un même projet. L'étude est intitulée « Utilisation des formules de financement islamique dans le montage des projets immobiliers : *Expérience internationale et applicabilité au Liban* » mais il n'y a pas jusqu'à présent une étude spécifique sur le comportement du client d'une banque islamique. Pour cette raison, nous avons choisi de traiter ce sujet.

## CHAPITRE III

### CADRE CONCEPTUEL

#### 3.1 Les variables qui influencent le choix de la banque par les clients musulmans

Les décisions et le comportement du client musulman dans le choix d'une banque peuvent subir l'influence de plusieurs variables culturelles et sociodémographiques, sociales, personnelles et psychologiques. Ces variables sont illustrées dans la figure 3.1, et sont explicitées à la suite.

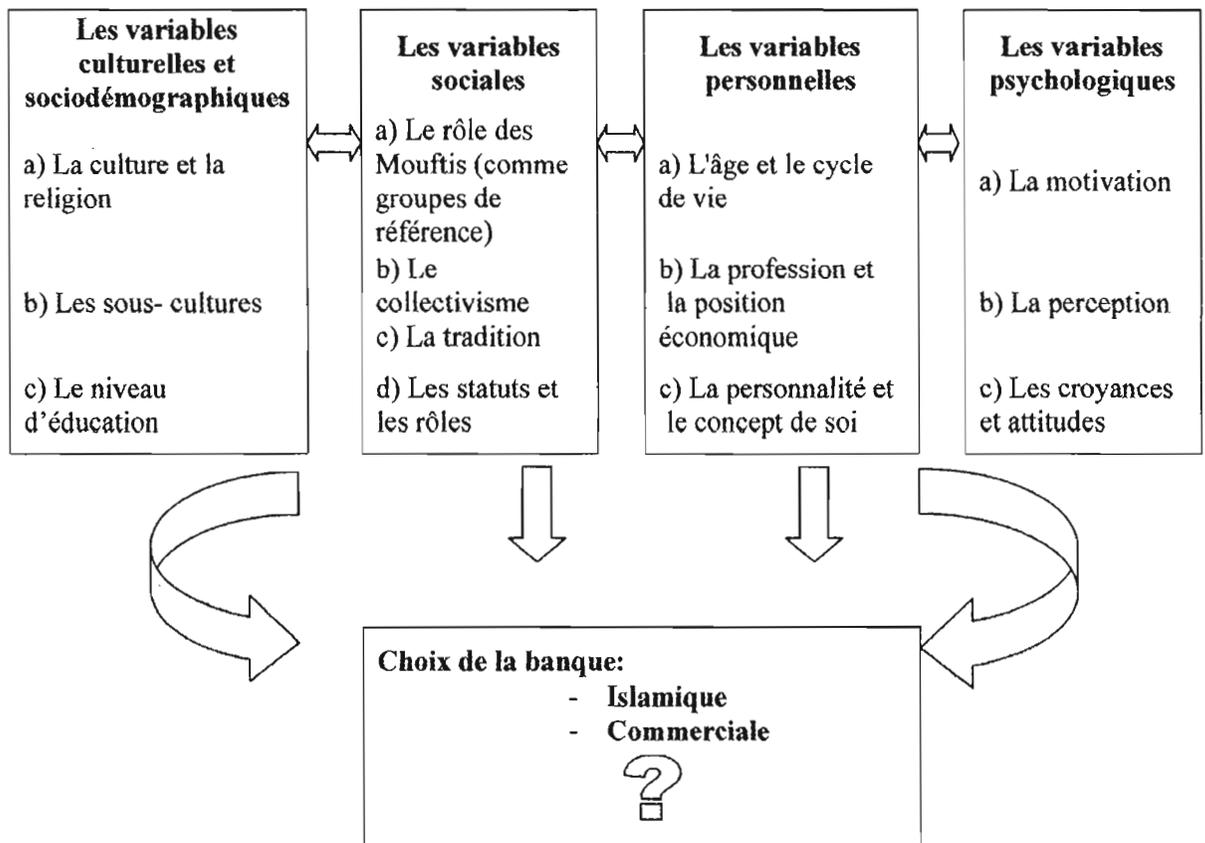


Figure 3.1 Éléments qui influencent le choix de la banque par les clients musulmans.

### 3.1.1 Les variables culturelles et sociodémographiques

#### a) La culture et la religion

La culture est intimement liée à la société. Pour E.B. Tylor, la culture est tout complexe qui inclut les connaissances, les croyances, l'art, la morale, les lois, les coutumes et toutes autres dispositions et habitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société. La culture n'est pas une caractéristique d'individus. Elle englobe un grand nombre de personnes qui ont été conditionnées par la même éducation, les mêmes convictions et la même expérience de vie. Ainsi, la culture est difficile à changer car elle se cristallise dans des institutions que le peuple bâtit ensemble, comme, par exemple, les structures familiales et éducationnelles, les associations et les organisations religieuses, etc. Elle constitue, de ce fait, une contrainte pour les individus, comme pour les groupes, en définissant les limites de leurs actions.

La culture peut avoir un caractère prédominant, comme la religion qui exerce une influence importante sur les comportements des individus soumis à des contraintes (certaines normes ou certaines valeurs).

Un musulman assimile le système caractéristique de sa culture, de son ensemble de normes et de valeurs. Ses réponses à une situation ne sont pas aléatoires mais prévisibles, son comportement est soumis à la contrainte de respecter certaines normes ou certaines valeurs de l'islam dans son choix.

**H 1.1: Quand un musulman choisit une banque islamique, il prend en considération les valeurs sociales et comportementales que lui porte la culture musulmane.**

#### b) Les sous-cultures

Les groupes sous-culturels sont relativement homogènes et permettent à leurs membres de s'identifier à un modèle de comportement donné et de partager un même système de valeurs, le même mode de vie et les mêmes intérêts. Nous pouvons ici considérer les sunnites et les chiïtes comme les deux groupes sous-culturels essentiels de l'islam.

**H 1.2: Un musulman n'est pas influencé par sa sous-culture sunnite ou chiïte dans son choix d'une banque islamique. Il agit d'après le seul fait qu'il est musulman.**

### c) Niveau d'éducation

Nous pensons qu'un niveau d'éducation relativement élevé serait susceptible de développer une certaine tendance à la technologie.

Ainsi, plus le niveau d'éducation du décideur serait élevé, plus il serait favorable aux innovations (technologies).

**H 1.3 : Plus la banque islamique est innovatrice plus elle attire des clients éduqués.**

### 3.1.2 Les variables sociales

#### a) Le rôle des Mouftis (comme groupes de référence)

Dans sa vie quotidienne, un individu est influencé par son groupe d'appartenance. L'islam influence largement le comportement social de ses adeptes. Un musulman, par exemple, pourrait avoir une confiance remarquable en un groupe de référence, ou un élément distinct de ce groupe comme, par exemple, le Moufti qui est le chef des « *Oulémas* ». La présence de cette personne parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » le pousse sans hésitation aucune à choisir une banque islamique.

**H 2.1 : La présence d'un Moufti parmi les membres du comité de la « Chariâ » augmente l'intention de choisir une banque islamique.**

#### b) Le collectivisme

Le collectivisme est un élément essentiel pour les individus du Moyen-Orient. La société musulmane est attachée à l'esprit communautaire. L'esprit communautaire chez un musulman influence largement ses décisions.

**H 2.2: Plus le sentiment collectiviste d'un musulman est élevé plus qu'il manifestera une intention d'utiliser les produits islamiques.**

#### c) La tradition

La société musulmane est une société traditionnelle du passé et d'aujourd'hui. Un musulman est attaché à sa famille et aux traditions ancestrales.

**H 2.3 : Plus qu'un musulman est traditionnel plus qu'il choisit la banque islamique.**

**d) Les statuts et les rôles**

La position qu'un individu occupe dans une communauté tout au long de sa vie est régentée par un statut auquel correspond un rôle actif reflétant ainsi une image particulière de cette communauté. Quel que soit son statut, le client musulman peut avoir le même comportement vis-à-vis des produits islamiques.

**H 2.4 : Le statut social d'un musulman, qu'il soit un Cheikh ou un simple adepte, n'a pas d'impact sur la décision de choisir une banque islamique.**

**3.1.3 Les variables personnelles**

**a) L'âge et le cycle de vie**

Le comportement de l'individu évolue tout au long de sa vie. L'âge discrimine fortement les habitudes. Gilly et Zeithaml (1985) indiquent qu'il existe une relation significative entre l'âge et la prise de décision d'adoption.

Des individus du même âge, vivant des expériences et des influences culturelles communes, peuvent avoir le même comportement (ici, prise de décision dans le choix de la banque).

Les avis concernant l'effet de l'âge sur le comportement et la prise de décision sont divergents. Certains auteurs croient que l'âge est négativement corrélé avec la probabilité d'adoption des innovations ; d'autres, par contre, supposent l'absence de relation significative entre ces deux concepts.

**H 3.1 : Plus que la banque islamique est innovatrice, plus qu'elle aura des jeunes clients.**

**b) La profession et la position sociale**

Certaines catégories socioprofessionnelles expriment un intérêt particulier pour certains produits et services.

Le métier exercé et la position économique d'une personne, considérée comme une source de connaissance, déterminent largement ses décisions. Sa position économique est en fonction

de son revenu (niveau, régularité, périodicité), de son patrimoine (y compris les liquidités), de sa capacité d'endettement et de son attitude vis-à-vis de l'épargne et du crédit.

**H 3.2 : Certaines sources de connaissance, comme le métier et la position ont une influence directe sur le processus de prise de décision d'un individu.**

### c) La personnalité et le concept de soi

L'individu exprime sa personnalité à travers son comportement. La personnalité définit l'ensemble des caractéristiques psychologiques distinctives qui engendrent un mode de réponse stable et cohérent à un environnement donné (l'environnement musulman a une influence remarquable sur certaines de ces caractéristiques).

L'individu se partage souvent dans ses perceptions entre un *moi idéal*, qui représente ce qu'il aimerait être et son *moi réel*, ou le *moi perçu*, qui représente la façon dont il se voit réellement. Le musulman, par son choix d'une banque islamique, se croit guidé par l'image particulière qu'il se fait de lui même par rapport à son environnement.

**H 3.3 : Le recours à un service islamique aide le musulman à se rapprocher de son moi idéal.**

### 3.1.4 Les variables psychologiques

#### a) La motivation

Les besoins ressentis par les individus sont de nature très diverse. La plupart des besoins, latents ou conscients, ne poussent pas nécessairement l'individu à agir. Pour que l'action intervienne, il faut que le besoin ait atteint un niveau d'intensité suffisant pour devenir *mobile*. La motivation est un mécanisme-clé qui intervient dans la psychologie d'un individu. Selon Freud, les besoins de l'être humain sont largement inconscients ; l'individu réprime de nombreux désirs lors de son développement et de son acceptation progressive de la vie en société.

Le comportement individuel n'est pas simple, il peut correspondre à la mise en jeu de facteurs plus ou moins profonds (la société musulmane est riche en ces facteurs de motivation).

**H 4.1 : Opérer avec une banque islamique serait pour le musulman aussi bien un culte ou un acte religieux qu'une simple satisfaction de son besoin de développement social.**

**b) La perception**

Un individu motivé est prêt à l'action. La forme que prendra son action dépend de sa perception de la situation. La perception est le processus par lequel l'individu choisit, organise et interprète des éléments d'information externes pour construire une image cohérente du monde qui l'entoure. Les décisions de l'individu sont influencées directement par sa perception des valeurs.

**H 4.2 : Pour le musulman, le choix d'un service islamique dépend directement de sa perception des valeurs de l'islam.**

**c) Les croyances et les attitudes**

À travers l'action, l'individu forge ses croyances et développe ses attitudes. À leur tour, celles-ci influencent son comportement.

[Une croyance correspond à un élément de connaissance descriptive qu'une personne entretient à l'égard d'un objet.] De telles croyances sont fondées sur une connaissance objective, une opinion, ou surtout un *acte de foi*.

Petrof (1988) indique qu'une attitude donnée accroît la probabilité que le comportement suive un *tracé prévisible*.

Pascal a dit : « Mettez-vous à genoux, et la ferveur religieuse viendra seule. » Ainsi, à force de s'attacher à ses convictions religieuses, et de pratiquer les règles de sa « *Chariâ* », un musulman en serait fortement influencé dans son comportement et ses décisions d'ordre personnel ou social.

**H 4.3 : Le degré de la ferveur religieuse influence fortement un musulman dans son choix d'une banque islamique.**

## CHAPITRE IV

### MÉTHODOLOGIE

Le cadre méthodologique est l'ensemble des procédures de validation utilisées pour comparer systématiquement les idées du chercheur à la réalité des marchés.

Dans notre recherche, nous suivons la méthodologie proposée par Perrien, Cheron et Zins (1984) dans leur livre: « *Recherche en Marketing : méthodes et décisions* ». Cette méthodologie comprend cinq étapes :

1. Identification et opérationnalisation du problème ;
2. Cadre de la recherche ;
3. Collecte des données ;
4. Analyse des données ;
5. Conclusions de la recherche.

#### **4.1 Identification et opérationnalisation du problème**

Dans cette étape, nous définissons la problématique de la recherche, les besoins en information, ainsi que les hypothèses sous-jacentes.

##### **4.1.1 La problématique de la recherche**

En nous basant sur les réflexions de D'Astous (1995), et à partir des résultats dégagés de la revue de littérature, nous nous sommes appuyés dans notre recherche sur l'étude du comportement de clients musulmans dans leur choix d'une banque islamique. De même, nous avons argumenté notre choix au niveau du cadre conceptuel qui a constitué la base de notre recherche.

Ainsi, le présent mémoire étudie quelques éléments de choix entre une banque islamique et une banque commerciale. Il expose divers facteurs influençant le comportement d'un client musulman libanais dans sa prise de décision.

Une banque islamique serait choisie en fonction du niveau d'éducation du client, de son revenu, et de l'influence de sa communauté, surtout dans l'application des recommandations du prophète Mohamed.

#### **4.1.2 Les besoins en information**

Dans cette étape, il s'agit de transformer le problème de la recherche formulé en besoins en information qui doivent être déterminés d'une manière très précise (Perrien, Cheron et Zins (1984)).

À travers notre étude, nous chercherons à connaître les facteurs culturels, sociaux, personnels et psychologiques d'un musulman dans son choix d'une banque islamique.

#### **4.1.3 Les hypothèses sous-jacentes**

La revue de littérature que nous avons consultée, ainsi que le cadre conceptuel spécifique que nous avons établi, afin d'orienter notre processus de recherche, nous ont permis de déterminer notre problématique et de définir nos besoins en information. À partir de ces données, nous avons pu formuler nos hypothèses de recherche, ou des réponses anticipées à la question de la recherche, que nous testerons au cours des prochaines étapes de l'étude. Les hypothèses sont les résultats de la formulation du problème et le point de départ de la vérification.

Ainsi, les hypothèses de recherche que nous avons avancées dans notre cadre conceptuel sont classées en quatre catégories : les hypothèses relatives aux variables culturelles, sociales, personnelles et psychologiques.

À travers la première série d'hypothèses, nous avons cherché à tester l'impact des facteurs culturels sur la prise de décision d'un musulman dans son choix d'une banque. Dans ce but, nous avons sélectionné cinq variables culturelles et sociodémographiques que nous avons jugé pertinents: la culture, les sous-cultures, la classe sociale et le niveau d'éducation.

La deuxième série d'hypothèses porte sur l'influence des facteurs sociaux sur le musulman. Trois variables ont été retenus : les groupes de référence, la famille, les statuts et les rôles.

La troisième série d'hypothèses montre la relation entre les variables personnelles d'un musulman et son choix de la banque. Ces variables sont : l'âge et le cycle de vie, la profession et la position sociale, la personnalité et le concept de soi.

Quant à la quatrième série d'hypothèses, elle met le point sur l'effet des variables psychologiques sur cette décision. Ces variables sont : la motivation, la perception, les croyances et les attitudes.

## **4.2 Cadre de la recherche**

Dans cette étape, nous définissons le type de la recherche (exploratoire, descriptive ou causale), la méthode de collecte de données, et les instruments de mesure utilisés.

### **4.2.1 Le choix du type de la recherche**

Notre étude est exploratoire du fait que le sujet étudié n'est pas assez répandu au Liban et ailleurs. Elle est de nature descriptive et explicative. Descriptive, car elle permet d'observer et de décrire le comportement d'un client musulman dans son choix d'une banque islamique, ainsi que les variables influençant ce comportement. Elle permet aussi de visualiser une bonne connaissance dans ce domaine. Elle est de même explicative car elle explique les raisons de ce choix, les liens et les corrélations qui existent entre les différentes variables influençant le comportement d'un musulman.

#### 4.2.2 La collecte de données

Pour la présente recherche, la collecte de données a été faite par des entrevues personnelles. Ce processus permet d'avoir un maximum d'informations afin d'en tirer des résultats aussi concluants que possible. Nous avons choisi cette méthode vu l'importance et la pertinence des questions à poser, surtout que, au marché libanais, la loi du secret bancaire ne permet pas aux banques de donner des informations même si ces informations sont générales. En plus, l'entrevue personnelle permet d'obtenir un nombre plus élevé de réponses, tout en expliquant et clarifiant les questions aux répondants. Cela permet de réduire les valeurs manquantes ou les « *missing values* » pour certaines réponses. Toutefois, l'enquête par entrevue personnelle a pour inconvénient principal le coût élevé de la collecte de données.

L'enquête a été réalisée par le biais d'un questionnaire adressé aux employés-cadres des banques islamiques libanaises constituant la population étudiée. Ces personnes possèdent les informations recherchées et comprennent ce que nous cherchons. Ce questionnaire a été administré avec l'aide d'un interviewer afin d'acquérir une vision aussi complète que possible du phénomène.

Nous avons établi une liste des numéros téléphoniques des personnes à appeler ainsi que leurs adresses dans les banques islamiques présentées en appendice B.

Les informations recueillies à travers l'échantillon sont analysées à l'aide de techniques statistiques. Et, avec un taux de réponse suffisant, nous pouvons extrapoler les résultats de ces analyses au niveau de l'ensemble de la population représentée par l'échantillon.

Afin d'augmenter le nombre des entrevues personnelles et par la suite le taux de réponse, nous avons suivi un processus de trois étapes :

**Étape 1-** Recherche des coordonnées des banques islamiques (adresses postales, adresses électroniques, numéros de téléphones et de télécopieurs) à travers le répertoire de l'association des banques libanaises « *ALMANAC 2006* » (Appendice B). Et, recherche des adresses des Cheikhs musulmans par l'intermédiaire de certaines personnes dans différentes régions.

**Étape 2-** Appel des Cheikhs musulmans et des employés-cadres des banques islamiques par téléphone afin de fixer un rendez-vous pour les entrevues, tout en les informant des objectifs de l'étude.

**Étape 3-** Administration du questionnaire par des entrevues personnelles. Des entrevues plus ouvertes ont été conduites avec des Cheikhs musulmans et des entrevues plus fermées ont été conduites avec des employés-cadres dans des banques islamiques. Afin d'assurer un taux de réponse aussi élevé que possible, les questionnaires étaient remis en mains propres par l'intervieweur.

Dans le cas des entrevues des employés-cadres, le profil du répondant (sa fonction et son ancienneté) a été présenté. La durée moyenne des entrevues a été de 60 minutes, ce qui indique que les participants ont eu le temps suffisant pour dire leurs points de vue. Les données du questionnaire ont été codées, saisies et vérifiées. Elles ont, par la suite, été analysées afin d'évaluer la fiabilité des résultats, puis regroupées afin d'arriver au résultat.

La coopération des participants a assuré la qualité des informations collectées. Nous avons de même tenté de décrire les comportements le plus réellement possible.

#### **4.2.3 Le choix de l'instrument de mesure**

Deux questionnaires nous ont servi d'instrument de mesure :

- 1-Un premier questionnaire résume les points de vue des Cheikhs musulmans;
  - 2-Un deuxième questionnaire est adressé aux employés-cadres des banques islamiques.
- Le contenu de chaque questionnaire, la séquence et la forme des questions ont été bien déterminés.

Pour la construction de chaque questionnaire, nous avons adopté la séquence des étapes telle que présentée par D'Astous (1995) :

**Étape 1 :** La détermination des informations à obtenir ;

**Étape 2 :** L'établissement des modalités de collecte de données;

**Étape 3 :** La préparation d'une première ébauche ;

**Étape 4 :** Le pré-test du questionnaire.

1- La détermination des informations à obtenir correspond à nos besoins en informations déjà expliquées dans la définition et l'opérationnalisation du problème de la recherche.

2- Dans la deuxième étape, il s'agit de définir comment le questionnaire sera administré, ainsi que le profil des personnes interviewées. Le questionnaire sera administré par une entrevue personnelle avec un individu de l'échantillon.

3- Il s'agit, dans cette étape, de prendre des décisions relatives au contenu du questionnaire, à la formulation des questions, ainsi qu'à leur séquence.

4- Dans le pré-test, nous décrivons la structure et le contenu des deux questionnaires:

- Le questionnaire « No.1 », présenté en appendice D, explicatif ou exploratoire, clarifiant et confirmant notre revue de littérature, porte sur une série de treize questions clarifiant les points de vues de certains Cheikhs musulmans sur la finance islamique libanaise, et expliquant des mots clés et des expressions de l'islam qui sont fréquemment utilisés dans la finance islamique : Le « *Zakat* » (Q1) ; le comité du « *Zakat* », ses membres et son siège au Liban (Q2) ; le « *Riba* » ou l'intérêt (Q3) ; la notion de « *Chariâ* » (Q4) ; « *Dar Al- Fatwa Al-Islami* » (Q5) ; les sunnites et les chiïtes et leur répartition au Liban (Q6) et (Q7) ; la notion du « *Fikh* » selon les « *Oulémas* » libanais (Q8) ; la notion des banques islamiques d'après les lois de l'islam (Q9) ; « *Al-Oumma* » ou la communauté (Q10) ; l'interdiction de l'intérêt entre l'époque du Prophète Mohamad et aujourd'hui (Q11, Q12) ; la relation entre les banques islamiques et le régime politique libanais (Q13).
- Le questionnaire « No. 2 », présenté en appendice E, et qui comporte 16 questions, sera adressé aux employés-cadres des banques islamiques opérant au Liban. Nous avons choisi ces derniers parce qu'ils peuvent bien nous transmettre, d'après leurs expériences, l'image d'une banque islamique chez un client musulman au Liban. Il porte des questions semi dirigées pour confirmer la perception qu'ont les clients sur la finance islamique au Liban. Il est considéré comme questionnaire principal reflétant les hypothèses de l'étude et servant à mesurer 13 variables. Il est divisé en cinq sections :  
**Section A :** Effet des variables culturelles et sociodémographiques sur le comportement de choix d'une banque islamique (QA1 à QA4).

**Section B :** Effet des variables sociales sur le comportement de choix d'une banque islamique (QB1 à QB4).

**Section C :** Effet des variables personnelles sur le comportement de choix d'une banque islamique (QC1 à QC3).

**Section D :** Effet des variables psychologiques sur le comportement de choix d'une banque islamique (QD1 à QD5).

**Section E :** Caractéristiques du répondant.

L'objectif de la section A est de mesurer le degré d'influence des facteurs culturels et sociodémographiques sur le comportement de choix d'une banque islamique.

Nous visons, dans cette section, à montrer que :

- 1- la décision de devenir client d'une banque islamique est basée sur des valeurs sociales et comportementales tirées de sa religion (QA1). Le répondant choisira une des cinq niveaux allant de « très minime » au « Très élevé »;
- 2- le nombre élevé des clients sunnites ou chiïtes ne dépend pas de l'influence sous-culturelle à laquelle ces clients sont soumis (QA2). Le répondant estime l'influence de chacune de ces deux sectes sur une échelle continue de cinq niveaux : « Aucune influence », « Influence minime », « Influence moyenne », « Grande influence », « Influence absolue » ;
- 3- un aspect innovateur et technologique de la banque visée serait susceptible d'attirer une catégorie de musulmans ayant un niveau d'éducation relativement plus élevé que d'autres (QA3, QA4). Le répondant jugera d'abord le niveau général d'éducation des clients par : « Très bas », « Bas », « Moyen », « Élevé » ou « Très élevé » ; ensuite, il nous précise si, à son avis, le nombre de clients d'une banque islamique ayant un niveau d'éducation relativement élevé augmenterait en fonction du progrès technologique de la banque. La réponse de la personne interrogée est l'une des cinq possibilités: « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », « Tout à fait d'accord ».

Les quatre questions de la section B visent à nous fournir une opinion précise des personnes interrogées concernant l'influence des facteurs sociaux sur la décision du client musulman dans son choix d'une banque islamique. Elles montrent :

- 1- le degré d'influence d'un groupe de référence ou d'un élément de ce groupe, comme la présence du Moufti parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » de la banque islamique choisi, sur un client musulman dans son choix (QB1).
- 2- le niveau d'influence du collectivisme sur le choix d'un musulman (QB2).  
La réponse sur ces deux hypothèses (QB1, QB2) est choisie dans une échelle continue de cinq niveaux : « Aucune influence », « Influence minimale », « Influence moyenne », « Grande influence », « Influence absolue »;
- 3- que le choix d'une banque islamique contribue à solidariser la communauté des croyants. La réponse sur cette hypothèse est : « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », « Tout à fait d'accord ».
- 4- qu'un musulman, dans son choix, est influencé par son attachement à sa famille et aux traditions ancestrales (QB3). La réponse sur cette hypothèse est choisie dans une échelle continue de cinq niveaux : « Aucune influence », « Influence minimale », « Influence moyenne », « Grande influence », « Influence absolue »;
- 5- que les musulmans, cheikhs et simples adeptes, se comportent de la même façon en choisissant la banque (QB4). Cinq possibilités se présentent comme éléments de réponse: « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », « Tout à fait d'accord ».

L'objectif de la section C, est de mesurer le degré d'influence directe des variables personnelles sur le comportement de choix d'une banque islamique.

Elle vise à montrer que :

- 1- lorsque les banques islamiques deviennent de plus en plus innovatrices, les clients jeunes auprès des banques commerciales pensent à y transférer leurs comptes (QC1). Cinq possibilités de réponse se présentent à la personne interrogée : « Jamais », « Non », « Pas de réponse », « Oui », ou « Certainement » ;
- 2- les musulmans ayant une position socioprofessionnelle particulière, comme les Cheikhs, les docteurs de l'islam, etc., deviennent de ce fait des clients des banques

islamiques (QC2). La personne interrogée choisit une des cinq réponses: « Pas du tout nécessaire », « Pas nécessaire », « Pas de réponse », « Nécessaire » ou « Absolument nécessaire » ;

- 3- un musulman, dans son choix, se voit réaliser son soi idéal (QC3). Les réponses sont : « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », ou « Tout à fait d'accord ».

La mesure de l'influence des facteurs psychologiques constitue l'objectif de la section D. Nous essayons de montrer ce qui suit :

- 1- un musulman opère avec une banque islamique pour pratiquer un culte ou un acte religieux, comme par exemple une femme qui se voile, ou pour satisfaire tout simplement un besoin social de développement (QD1). Les opinions des personnes interrogées sont choisit parmi une échelle de cinq niveaux pour chacune des trois catégories : « Pratique de culte », « Besoin de développement », ou « Les deux ensemble » ;
- 2- le choix d'une banque islamique dépend, comme l'aumône, de la perception des valeurs de l'islam notamment les cinq piliers (QD2). Le répondant choisit une des cinq réponses : « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », « Tout à fait d'accord ».
- 3- le croyant musulman, en choisissant une banque islamique, se considère pratiquer un nouveau devoir de l'islam (QD3). Les réponses sont : « Pas du tout d'accord », « Désaccord », « Pas de réponse », « D'accord », « Tout à fait d'accord ».
- 4- En plus, la ferveur religieuse et l'adhésion à la religion musulmane influence le musulman et le pousse à choisir une banque islamique à la place d'une banque commerciale (QD4). Cette influence sera mesurée par le répondant dans une échelle de cinq réponses : « Très minime », « Minime », « Moyenne », « Élevée » et « Très élevée ».

La dernière section, E, a pour objectif de déterminer aussi que possible le profil de chacun des répondants.

Ce profil est mesuré par : son nom, sa fonction, la banque à laquelle il appartient, et le nombre de ses années de service. Les réponses sont directes et subjectives.

La dernière étape de la construction du questionnaire est le pré-test.

Le premier questionnaire a été pré-testé avec le premier Cheikh musulman interviewé. Le deuxième a été pré-testé avec trois employés-cadres choisis aléatoirement de notre population.

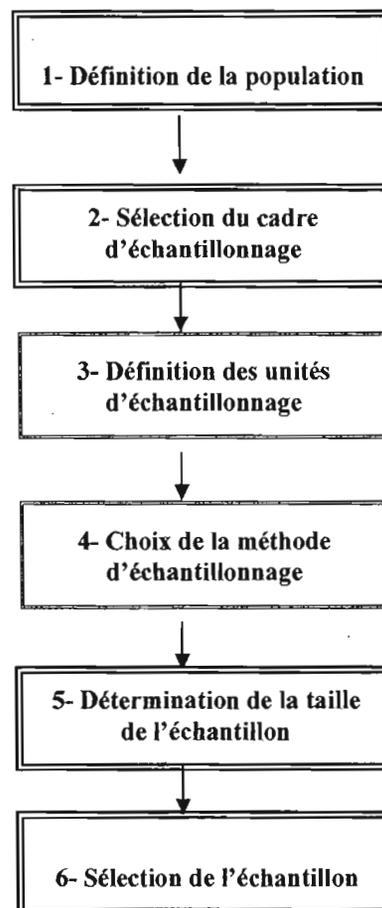
Le pré-test a permis de raffiner les questions et d'en reformuler certaines, afin qu'elles soient plus faciles et compréhensibles. Dans l'ensemble, les questions furent bien comprises, et il leur a été facile d'y répondre.

### 4.3 La collecte de données

Au cours de cette étape, nous déterminons le processus d'échantillonnage, ainsi que la méthode de collecte des données.

#### 4.3.1 Le processus d'échantillonnage

Le processus d'échantillonnage suivi dans l'étude comporte six étapes comme le montre la figure 4.1 suivante :



**Figure 4.1** Processus d'échantillonnage (Tirée de D'Astous, 1995.)

#### **4.3.1.1 Définition de la population**

Notre population cible est constituée des banques islamiques opérant au Liban. Les banques de ce genre sont imposées par le gouvernement dans les pays ayant un contexte politique fortement lié à l'islam, comme le Pakistan, l'Iran et l'Arabie Saoudite. Elles commencent à se développer actuellement au Liban, ce pays arabe où la vente de l'alcool et de la viande de porc n'est pas prohibée, où les femmes ont le droit de travailler et conduire des véhicules comme partout d'ailleurs dans le monde, où le contexte politique n'est pas lié à la religion, et où le gouvernement n'oblige pas les musulmans à traiter avec ces banques.

#### **4.3.1.2 Sélection du cadre d'échantillonnage**

Dans cette étape, nous exposons les éléments constituant la population à interroger. Tout d'abord, nous avons consulté le site web de la Banque du Liban (BDL), la banque centrale, qui montre la liste officielle de toutes les banques commerciales et islamiques opérant au Liban. Cette liste a été publiée le 24 janvier 2006 par circulaire No. 34/2006, par décision du conseil central de la BDL No. 9240. Ensuite, de l'« *ALMANAC 2006* », le répertoire de l'association des banques au Liban, nous avons cherché les adresses postales et électroniques, ainsi que les coordonnées les plus récentes des banques islamiques, comme présentées en appendice C.

#### **4.3.1.3 Définition de l'unité d'échantillonnage**

Dans cette étape, nous définissons avec pertinence le profil des personnes répondantes. Nous avons établi deux questionnaires :

Le questionnaire « No.1 » est destiné à Cinq hommes de religion musulmans : Trois « *Cheikhs* », un membre du conseil de la « *Chariâ* » appelé aussi « *Ouléma* » et un membre de la caisse de la « *Zakat* ».

Le questionnaire « No.2 » est adressé à des employés-cadres dans des banques islamiques: quinze directeurs, quinze sous-directeurs, onze conseillers commerciaux d'agences et quatre directeurs Marketing.

Ces personnes ont une expérience importante avec la clientèle. Ils travaillent au « *Front office* » et ont une relation directe avec les clients. Ils comprennent le comportement des clients actuels et perçoivent aussi bien celui des clients potentiels. Ils connaissent bien les caractéristiques qui différencient une banque islamique d'une banque commerciale, ainsi que les raisons qui poussent un musulman à préférer une banque islamique sur une banque commerciale. De ce fait, ils peuvent aider à établir de nouvelles stratégies visant à accroître la vente des produits islamiques (*Cross selling*) et retenir les clients existants le plus longtemps possible.

Chaque employé-cadre des banques islamiques auquel ce même questionnaire est adressé constitue une unité d'échantillonnage. Nous estimons bien que ces personnes détiennent les informations nécessaires, et que leurs réponses peuvent fortement nous aider à aboutir à des résultats pertinents de la recherche.

Les réponses ont été toutes analysées suivant des méthodes qualitatives et comparatives.

#### **4.3.1.4 La méthode d'échantillonnage**

La quatrième étape du processus consiste à choisir une méthode d'échantillonnage. Dans le but de maximiser le taux de réponses de notre recherche et de généraliser les résultats pour toute la population, nous avons administré le questionnaire « No.2 » auprès de toutes les banques islamiques qui constituent notre cadre d'échantillonnage. Et, pour disposer d'un cadre complet d'échantillonnage, nous administrons alors le questionnaire à toutes les banques.

Comme notre population est très restreinte, ne comportant que quatre banques islamiques opérant sur le marché libanais, elle peut être soumise à un grand nombre des entrevues. Et, puisque cette méthode d'entrevues permet la généralisation des résultats, elle nous assure une forte précision et une grande représentativité de l'échantillon, nous avons alors choisi d'étudier la population entière et lui administrer ce questionnaire.

#### **4.3.1.5 La taille de la population**

Nous avons interrogé 45 employés-cadres opérant dans toutes les banques islamiques opérant au Liban.

#### **4.3.2 La procédure de collecte de données**

Au début de notre recherche, nous avons appelé ces banques au téléphone pour organiser des rendez-vous avec les personnes à interviewer dans chaque banque.

Chaque rendez-vous a été fixé une semaine avant l'entrevue personnelle. Dans certains cas, nous avons envoyé le questionnaire aux responsables par courrier électronique quelques jours avant l'entrevue personnelle.

Malgré le temps long et le budget assez élevé que nécessite l'entrevue personnelle, nous avons décidé d'administrer le questionnaire avec un interviewer pour maximiser le taux de réponses, minimiser les valeurs manquantes et faciliter les questions aux répondants.

Ainsi, sur 50 appels téléphoniques, 45 personnes ont accepté de nous donner des rendez-vous, donc 45 entrevues personnelles, ce qui fait un taux de réponses égal à 90%.

Il faut noter que nous avons organisé trois entrevues par jour en moyenne. Les données ont été recueillies entre mai et juin 2006.

## CHAPITRE V

### ANALYSE DES RÉSULTATS

Après la présentation de la méthodologie de recherche avec ses différentes étapes, nous passons à l'analyse des résultats obtenus :

- 1- Nous rappelons l'objectif de notre recherche et les besoins en informations qui nous ont guidé dans notre analyse empirique.
- 2- Nous décrivons notre échantillon en présentant le profil des banquiers interrogés.
- 3- Nous testons la fiabilité et la validité de notre instrument de mesure.
- 4- Nous effectuons les corrélations entre nos variables.
- 5- Nous vérifions les hypothèses de la recherche.
- 6- Nous essayons de mesurer le comportement d'un musulman dans son choix d'une banque islamique.

#### **5.1 Rappel de l'objectif de la recherche et des besoins en informations**

L'objectif général de la recherche est de décrire, expliquer, comprendre et tenter de faire une synthèse du processus de décision qui mène une personne à choisir une banque islamique. Pour étudier ce comportement, certaines informations nous ont été nécessaires sur les variables influençant ce comportement, notamment les variables culturelles et sociodémographiques, sociales, personnelles et psychologiques. Notre étude reste toujours exploratoire visant à comprendre plus un phénomène dont les études sont très limitées dans le contexte libanais et ailleurs. Et, elle aide à préparer des autres études approfondies dans le futur.

## 5.2 Description de l'échantillon

Tel que nous l'avons spécifié dans le chapitre précédent, l'échantillon principal représentant toute la population est composé de quarante cinq banquiers dans quatre banques islamiques opérant au Liban.

Dans cette section, nous décrivons le profil des répondants qui nous ont fourni personnellement les informations.

Ce profil est déterminé en fonction de la position occupée et de l'ancienneté dans la banque concernée.

### 5.2.1 Le profil des répondants

#### 5.2.1.1 La position occupée

Selon le tableau 5.1, la majorité des répondants occupent les positions de directeurs (34%) et de sous-directeurs d'agences (34%), viennent ensuite les conseillers commerciaux (24%), 8 % de directeurs en Marketing. Quatre directeurs en Marketing correspondent aux quatre banques islamiques.

**Tableau 5.1**  
Position occupée par les répondants

Position occupée	Échantillon Total N= 45	
	Fréq.	%
- Directeurs Marketing	4	8
- Directeurs d'agences	15	34
- Sous-directeurs d'agences	15	34
- Conseillers commerciaux	11	24
Total	45	

### 5.2.1.2 L'ancienneté

Selon le tableau 5.2, la majorité des répondants (44%) possèdent une expérience inférieure à 3 ans puisque c'est un nouveau domaine au Liban, viennent ensuite les répondants ayant entre 3 et 5 ans d'expérience suivis par les gens ayant plus que 5 ans.

**Tableau 5.2**  
Ancienneté des répondants dans la banque islamique

Nombre d'années d'expérience	Échantillon Total N= 45	
	Fréq.	%
- Inférieur à 3ans	20	44
- Entre 3 et 5 ans	15	34
- Plus que 5 ans	10	22
Total	45	

### 5.3 Test de la fiabilité (fidélité) et de la validité de l'instrument de mesure

Afin de s'assurer de la fiabilité de notre instrument de mesure, nous avons calculé l'alpha de Cronbach qui permet d'évaluer l'homogénéité de l'ensemble de nos questions visant à mesurer notre phénomène. Celui-ci est calculé à partir de la formule suivante :

$$\alpha : \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_i^2 + 2 \sum \sum \text{côv}_{ij}} \right]$$

Où : K = le nombre d'énoncés dans le test ;

$S_i^2$  = la variance de l'énoncé i ;

$\text{côv}_{ij}$  = la covariance entre l'énoncé i et l'énoncé j .

L'alpha de Cronbach varie entre 0 et 1 pour des résultats acceptables :

- Si l'alpha de Cronbach est compris entre 0.50 et 0.60  $\Rightarrow$  Nous avons une recherche exploratoire ;
- Si l'alpha de Cronbach est compris entre 0.60 et 0.80  $\Rightarrow$  Nous avons une recherche fondamentale ;
- Si l'alpha de Cronbach  $\geq 0.80$   $\Rightarrow$  Nous avons une recherche appliquée.

Nous avons effectué ce test pour l'ensemble des variables sociales.

### 5.3.1 La fiabilité et la validité de l'échelle de mesure de l'ensemble des variables sociales

L'étude de fiabilité pour les variables sociales faite au tableau 5.3 nous montre un résultat satisfaisant avec un alpha de Cronbach égal à 0.529 (compris entre 0.50 et 0.60). Donc, la recherche est exploratoire.

**Tableau 5.3**  
La fiabilité pour les variables sociales (*Reliability Statistics*)

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of items</i>
.529	6

L'analyse factorielle du tableau 5.4 nous a donné quatre facteurs distincts. Ces facteurs sont : le rôle des Mouftis, le collectivisme, la tradition, et les statuts et les rôles. Alors, l'échelle de mesure pour les variables sociales est valide en considérant que ces quatre dimensions sont indépendantes.

**Tableau 5.4**  
La validité pour les variables sociales (*Component Matrix*)

	<i>Component</i>			
	1	2	3	4
Le rôle des Mouftis	.285	.865	-.232	.314
Le collectivisme	.901	.161	-.087	.009
Le collectivisme	.954	-.086	-.045	-.242
Le collectivisme	.954	-.086	-.045	-.242
La tradition	.587	-.451	.209	.637
Les statuts et les rôles	.116	.322	.936	-.087

*Extraction Method: Principal Component Analysis. 4 components extracted.*

## 5.4 Corrélations

Afin de bonifier le présent mémoire, nous nous sommes demandé s'il y avait une association entre nos variables. Pour cela, nous avons utilisé le coefficient de corrélation de Pearson permettant de mesurer la relation linéaire entre deux variables. Ce coefficient prend une valeur se situant entre -1 et 1 comme suit :

- $r = -1 \Rightarrow$  Une relation linéaire négative et parfaite ;
- $r = 0 \Rightarrow$  Pas de relation linéaire entre les deux variables ;
- $r = 1 \Rightarrow$  Une relation linéaire positive et parfaite ;
- $r$  en valeur absolue entre 0 et 0.30  $\Rightarrow$  Une relation faible ;
- $r$  en valeur absolue entre 0.31 et 0.50  $\Rightarrow$  Une relation moyenne ;
- $r$  en valeur absolue entre 0.51 et 0.70  $\Rightarrow$  Une relation forte ;
- $r$  en valeur absolue entre 0.71 et 1  $\Rightarrow$  Une relation très forte.

En plus, nous avons effectué un test d'hypothèse pour inférer la relation entre deux variables dans la population. Et, nous avons posé les hypothèses à vérifier comme suit :

- $H_0$  : pas de corrélation entre les deux variables dans la population.
- $H_1$  : il y a une corrélation entre les deux variables de la population.

Ensuite, nous avons effectué le test bilatéral Sig. (2- tailed) :

- Sig. (2- tailed)  $> 0.025 \Rightarrow$  nous acceptons  $H_0$  : il n'y a pas de corrélation entre les deux variables dans la population.
- Sig. (2- tailed)  $< 0.025 \Rightarrow$  nous rejetons  $H_0$  : il y a une corrélation entre les deux variables dans la population.

### 5.4.1 La corrélation entre les variables culturelles et démographiques et les variables sociales

- Corrélation des variables « culture et religion » et « collectivisme » (tableau 5.5) : la relation entre ces deux variables est significative et forte ( $0.51 < r = 0.56 < 0.70$  et Sig. (2-tailed) =  $0.000 < 0.025$ ).

**Tableau 5.5**  
Corrélation entre « la culture et la religion » et « le collectivisme »

		La culture et la religion	Le collectivisme
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	,560(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	45	45
Le collectivisme	Pearson Correlation	,560(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « culture et religion » et « tradition » (tableau 5.6) : la relation entre ces deux variables est marginalement significative mais faible ( $0 < r = 0.27 < 0.30$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.072 > 0.025$ ).

**Tableau 5.6**  
Corrélation entre « la culture et la religion » et « la tradition »

		La culture et la religion	La tradition
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	,270
	Sig. (2-tailed)	.	,072
	N	45	45
La tradition	Pearson Correlation	,270	1
	Sig. (2-tailed)	,072	.
	N	45	45

- Corrélation des variables « niveau d'éducation » et « collectivisme » (tableau 5.7) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.42 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.003 < 0.025$ ).

**Tableau 5.7**  
Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « le collectivisme »

		Le niveau d'éducation	Le collectivisme
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	,427(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,003
	N	45	45
Le collectivisme	Pearson Correlation	,427(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,003	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « niveau d'éducation » et « tradition » (tableau 5.8) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.38 < 0.50$  et Sig. (2-tailed) =  $0.010 < 0.025$ ).

**Tableau 5.8**  
Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « la tradition »

		Le niveau d'éducation	La tradition
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	,382(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,010
	N	45	45
La tradition	Pearson Correlation	,382(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,010	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « niveau d'éducation » et « statuts et rôles » (tableau 5.9) : la relation entre ces deux variables est significative et forte ( $0.51 < r = 0.55 < 0.70$  et Sig. (2-tailed) =  $0.000 < 0.025$ ).

**Tableau 5.9**  
Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « les statuts et les rôles »

		Le niveau d'éducation	Les statuts et les rôles
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	,556(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	45	45
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	,556(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 5.4.2 La corrélation entre les variables culturelles et les variables personnelles

- Corrélation des variables « culture et religion » et « profession et position économique » (tableau 5.10) : la relation entre ces deux variables est marginalement significative mais faible ( $0 < r = 0.28 < 0.30$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.061 > 0.025$ ). Si nous associons une nouvelle variable avec celles-ci, nous aurions peut être une relation significative.

**Tableau 5.10**  
Corrélation entre « la culture et la religion » et « la profession et la position économique »

		La culture et la religion	La profession et la position économique
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	-,282
	Sig. (2-tailed)	.	,061
	N	45	45
La profession et la position Economique	Pearson Correlation	-,282	1
	Sig. (2-tailed)	,061	.
	N	45	45

- Corrélation des variables « influence sunnite » et « personnalité et concept de soi » (tableau 5.11) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.40 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.005 < 0.025$ ).

**Tableau 5.11**  
Corrélation entre « influence sunnite » et « personnalité et concept de soi »

		Influence sunnite	La personnalité et le concept de soi
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	,407(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,005
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	,407(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,005	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « influence chiïte » et « personnalité et concept de soi » (tableau 5.12) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.38 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.010 < 0.025$ ).

**Tableau 5.12**  
Corrélation entre « influence chiïte » et « la personnalité et le concept de soi »

		Influence chiïte	La personnalité et le concept de soi
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	.381(**)
	Sig. (2-tailed)		.010
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	.381(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.010	
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 5.4.3 La corrélation entre les variables culturelles et sociodémographiques et les variables psychologiques

- Corrélation des variables « culture et religion » et « motivation » (tableau 5.13) : la relation entre ces deux variables est marginalement significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.32 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.034 > 0.025$ ).

**Tableau 5.13**  
Corrélation entre « la culture et la religion » et « la motivation »

		La culture et la religion	La motivation
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	-,327(*)
	Sig. (2-tailed)	.	,034
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	-,327(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,034	.
	N	42	42

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 5.4.4 La corrélation entre les variables sociales et les variables personnelles

- Corrélation des variables « rôle des Mouftis » et « personnalité et concept de soi » (tableau 5.14) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.40 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.005 < 0.025$ ).

**Tableau 5.14**  
Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la personnalité et le concept de soi »

		Le rôle des Mouftis	La personnalité et le concept de soi
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	1	.409(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.005
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	.409(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « collectivisme » et « profession et position économique » (tableau 5.15) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.34 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.019 < 0.025$ ).

**Tableau 5.15**

Corrélation entre « le collectivisme » et « la profession et la position économique »

		Le collectivisme	La profession et la position économique
Le collectivisme	Pearson Correlation	1	-.347(*)
	Sig. (2-tailed)		.019
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	-.347(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.019	
	N	45	45

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « tradition » et « profession et position économique » (tableau 5.16) : la relation entre ces deux variables est significative et forte ( $0.51 < r = 0.56 < 0.70$  et Sig. (2-tailed) =  $0.000 < 0.025$ ).

**Tableau 5.16**

Corrélation entre « la tradition » et « la profession et la position économique »

		La tradition	La profession et la position économique
La tradition	Pearson Correlation	1	-.562(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	-.562(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 5.4.5 La corrélation entre les variables sociales et les variables psychologiques

- Corrélation des variables « rôle des Mouftis » et « motivation » (tableau 5.17) : la relation entre ces deux variables est marginalement significative mais faible ( $0.31 < r = 0.31 < 0.50$  et Sig. (2-tailed) =  $0.040 < 0.025$ ).

**Tableau 5.17**  
Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la motivation »

		Le rôle des Mouftis	La motivation
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	1	.314(*)
	Sig. (2-tailed)		.043
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	.314(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.043	
	N	42	42

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « tradition » et « motivation » (tableau 5.18) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.35 < 0.50$  et Sig. (2-tailed) =  $0.021 < 0.025$ ).

**Tableau 5.18**  
Corrélation entre « la tradition » et « la motivation »

		La tradition	La motivation
La tradition	Pearson Correlation	1	-.356(*)
	Sig. (2-tailed)		.021
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	-.356(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.021	
	N	42	42

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Corrélation des variables « tradition » et « perception » (tableau 5.19) : la relation entre ces deux variables est marginalement significative mais faible ( $0 < r = 0.28 < 0.60$  et Sig. (2-tailed) =  $0.060 < 0.025$ ).

**Tableau 5.19**  
Corrélation entre « la tradition » et « la perception »

		La tradition	La perception
La tradition	Pearson Correlation	1	.283
	Sig. (2-tailed)		.060
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	.283	1
	Sig. (2-tailed)	.060	
	N	45	45

- Corrélation des variables « statuts et rôles » et « motivation » (tableau 5.20) : la relation entre ces deux variables est significative et moyenne ( $0.31 < r = 0.37 < 0.50$  et  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.014 < 0.025$ ).

**Tableau 5.20**  
Corrélation entre « les statuts et les rôles » et « la motivation »

		Les statuts et les rôles	La motivation
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	1	-.378(*)
	Sig. (2-tailed)		.014
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	-.378(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.014	
	N	42	42

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Toutes les variables non corrélées sont présentées à l'appendice F.

### 5.5 Tests des hypothèses

Après avoir identifié le profil des répondants de notre échantillon et vu la fiabilité et la validité de l'instrument de mesure ainsi que la corrélation entre nos variables, nous vérifions par la suite si les données collectées dans notre étude empirique permettent de confirmer nos hypothèses

Dans ce mémoire, toutes les informations sont traitées sur une échelle de cinq points.

Rappelons que les hypothèses que nous proposons de tester portent sur la relation entre le choix de la banque islamique et quatre catégories de variables : les variables culturelles, sociales, personnelles, et psychologiques. Les hypothèses, sur lesquelles s'appuie notre recherche, ont été vérifiées le plus objectivement et le plus méticuleusement possible.

Pour tester nos hypothèses, et puisque nos variables sont continues, nous avons utilisé les statistiques univariées : les fréquences, les pourcentages, la moyenne (*Mean*), l'écart-type (*Std. Dev.*), le coefficient de symétrie (*skewness*) et le coefficient d'aplatissement (*kurtosis*).

La moyenne est calculée en utilisant la formule suivante :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{j=1}^{NV} f_j X_j}{W}$$

Où :

- $X_j$  : est la valeur de la variable (dans notre cas, les 45 valeurs de la variable « culture et religion »).
- $f_j$  : est la fréquence pour les différentes valeurs de la variable (dans notre cas, la variable « culture et religion » prend 5 valeurs différentes).
- $NV$  : est le nombre de valeurs différentes que prend la variable (dans notre cas, 5 variables différentes).
- $W$  : est la somme des fréquences de la variable (dans notre cas, c'est 45).

La variance est calculée par la formule suivante :

$$S^2 = \frac{M_2}{(W-1)}$$

Où :

$$M_2 = \sum_{j=1}^{NV} f_j (X_j - \bar{X})^2$$

Alors que l'écart-type est la racine carrée de la variance, donc  $S = \sqrt{S^2}$

Le coefficient de symétrie (*skewness*) et le coefficient d'aplatissement (*Kurtosis*), vérifient si la distribution de fréquences obtenues avec notre échantillon suit une courbe normale ou non. Ils prennent des valeurs entre -1 et 1.

Le coefficient de symétrie est calculé avec la formule suivante :

$$g_1 = \frac{WM_3}{(W-1)(W-2)S^3}$$

Où :

$$M_3 = \sum_{i=1}^{NV} f_i (X_i - \bar{X})^3$$

$$S^3 = \frac{M_3}{(W-1)}$$

- $W \geq 3$  et  $S^2 > 0$

Le coefficient d'aplatissement est calculé par la formule suivante :

$$g_2 = \frac{\frac{(W+1)}{W} \cdot \frac{3(W-1) M_2^2}{W^2}}{(W-1)(W-2)(W-3)S^4}$$

Où:

- $M_4 = \sum_{i=1}^{NV} f_i (X_i - \bar{X})^4$

- $S^4 = \frac{M_4}{(W-1)}$

- $W \geq 4$  et  $S^2 > 0$

### 5.5.1 Relation entre les variables culturelles et le choix d'une banque islamique

#### H 1.1 Impact de la culture et de la religion sur le choix de la banque islamique

Selon cette hypothèse, un musulman choisit une banque islamique en prenant en considération les valeurs sociales et comportementales que lui porte la culture musulmane.

Pour ce qui est de la variable « culture et religion », les résultats du tableau de fréquence 5.21, définissant le nombre de répondants par modalités pour cette variable, démontrent que parmi 45 répondants, nous avons 41 personnes, ou 91.10% de notre échantillon, qui ont la valeur entre 4 et 5 (élevé à très élevé).

La colonne « Valid Percent » est identique à la colonne « Percent » car nous n'avons aucun répondant qui n'avait pas répondu à cette question. La dernière colonne « Cumulative Percent » représente les pourcentages cumulatifs donc 8.9 plus 77.8 égale 100.

Les résultats du tableau 5.22 démontrent que pour ce qui est de la variable « culture et religion », la moyenne est de 4.1333 ou « élevé à très élevé ». Ce qui signifie que les répondants sont en accord avec notre hypothèse et ils disent qu'en choisissant une banque islamique, un musulman prend en considération jusqu'à un point élevé les valeurs sociales et comportementales de sa religion.

L'écart-type (*Std. Dev.*) est de 0.54772. Il est proche de zéro. Donc, nous avons une bonne dispersion des observations autour de la moyenne. Le coefficient de symétrie (*skewness*) est de 0.89 et le coefficient d'aplatissement (*Kurtosis*) est de 0.33 montrant que la courbe de la distribution de fréquences obtenues avec notre échantillon (figure 5.1) ressemble à une courbe normale. L'hypothèse H 1.1 est ainsi confirmée.

**Tableau 5.21**  
Les fréquences pour la culture et la religion

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Moyen	4	8,9	8,9	8,9
	Élevé	31	68,9	68,9	77,8
	Très élevé	10	22,2	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Tableau 5.22

Les statistiques univariées pour la culture et la religion

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		4,1333
<i>Std. Error of Mean</i>		,08165
<i>Median</i>		4,0000
<i>Mode</i>		4,00
<i>Std. Deviation</i>		,54772
<i>Variance</i>		,300
<i>Skewness</i>		,089
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		,330
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Range</i>		2,00
<i>Minimum</i>		3,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		186,00

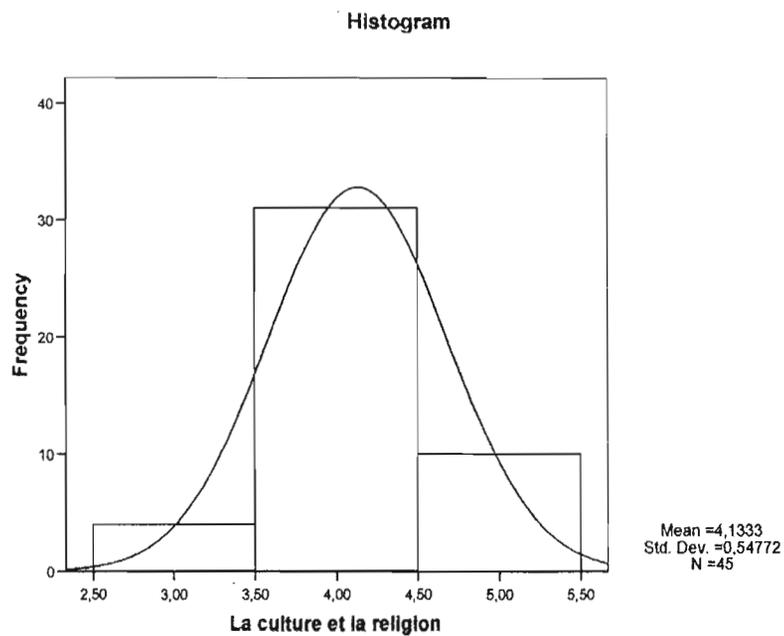


Figure 5.1 Impact de la culture et de la religion sur le choix d'une banque islamique.

### H 1.2 Impact des sous-cultures sur le choix d'une banque islamique

Pour ce qui est de la variable sous-culture, les résultats des tableaux 5.23 et 5.24 démontrent clairement que parmi 45 personnes répondants, 12 personnes, ou 27% de l'échantillon, considèrent que l'influence sunnite a une grande influence sur le choix d'une banque islamique contre 18 personnes, ou 40% de l'échantillon, qui disent que lorsqu'un musulman choisit une banque islamique, il sera largement influencé par la sous-culture chiïte. La moyenne pour l'influence chiïte (2.77) est plus élevée que celle de l'influence sunnite (2.6). L'écart-type est marginalement faible : 1.136 pour l'influence sunnite et 1.222 pour l'influence chiïte ce qui signifie que nous avons une bonne dispersion autour de la moyenne. Ces résultats montrent que la sous-culture chiïte influence relativement plus qu'une sous-culture sunnite sur la décision de choix d'une banque islamique. Tandis que l'hypothèse propose qu'un musulman n'est pas influencé par sa sous-culture sunnite ou chiïte dans son choix d'une banque islamique. Il agit d'après le seul fait qu'il est musulman. L'hypothèse H 1.2 est ainsi infirmée.

**Tableau 5.23**  
Les fréquences pour l'influence sunnite

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Aucune influence	11	24,4	24,4	24,4
	Influence minime	8	17,8	17,8	42,2
	Influence moyenne	14	31,1	31,1	73,3
	Grande influence	12	26,7	26,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.24**  
Les fréquences pour l'influence chiïte

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Aucune influence	11	24,4	24,4	24,4
	Influence minime	6	13,3	13,3	37,8
	Influence moyenne	10	22,2	22,2	60,0
	Grande influence	18	40,0	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.25**  
Les statistiques univariées pour l'influence sunnite

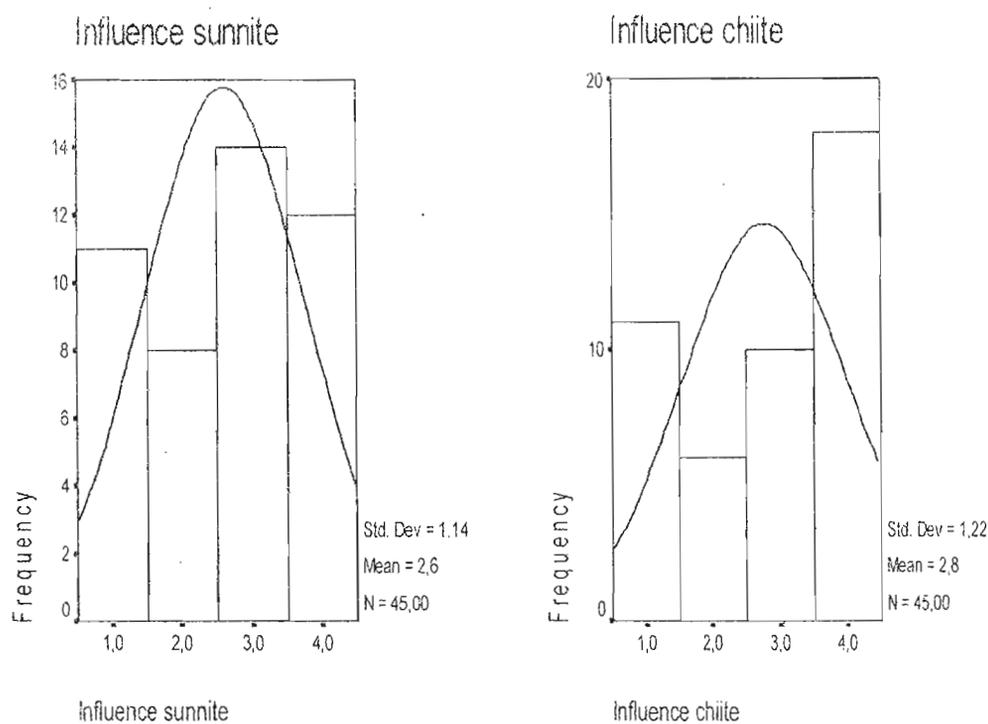
<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		2,6000
<i>Median</i>		3,0000
<i>Mode</i>		3,00
<i>Std. Deviation</i>		1,13618
<i>Variance</i>		1,29091
<i>Skewness</i>		-,210
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		-1,347
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		4,00
<i>Sum</i>		117,00

La distribution de fréquences est étalée et au –dessous d'une distribution normale en terme de hauteur

**Tableau 5.26**  
Les statistiques univariées pour l'influence chiïte

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		2,7778
<i>Median</i>		3,0000
<i>Mode</i>		4,00
<i>Std. Deviation</i>		1,22268
<i>Variance</i>		1,49495
<i>Skewness</i>		-,412
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		-1,441
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		4,00
<i>Sum</i>		125,00

La distribution de fréquences est étalée et au –dessous d'une distribution normale en terme de hauteur



**Figure 5.2** Impact de la sous-culture sur le choix d'une banque islamique.

### H 1.3 Impact du niveau d'éducation sur le choix de la banque islamique

Selon cette hypothèse, plus la banque islamique est innovatrice plus elle attire des clients éduqués. Pour tester cette hypothèse nous avons posé deux questions dans notre questionnaire (QA3 et QA4).

Parmi 45 répondants, nous avons 28 personnes, ou 62% de l'échantillon, dont la valeur est 3 pour la première question, donc qui disent que le niveau général d'éducation dans une banque islamique est moyen (tableau 5.27). Et, 26 personnes, ou 58 % de notre échantillon qui ont la valeur 5 de la deuxième question, donc qui sont tout à fait d'accord que ce nombre des personnes éduquées va augmenter si la banque islamique devient de plus en plus innovatrice et technologique (tableau 5.28).

Les résultats obtenus au tableau 5.29 démontrent que pour ce qui est de la variable niveau d'éducation la moyenne est de 4.33, ce qui signifie que les répondants sont en accord avec

notre hypothèse. L'écart-type de 0.47 indique que nous avons une bonne dispersion autour de la moyenne. L'hypothèse H 1.3 est ainsi confirmée.

**Tableau 5.27**  
Les fréquences pour le niveau d'éducation (QA3)

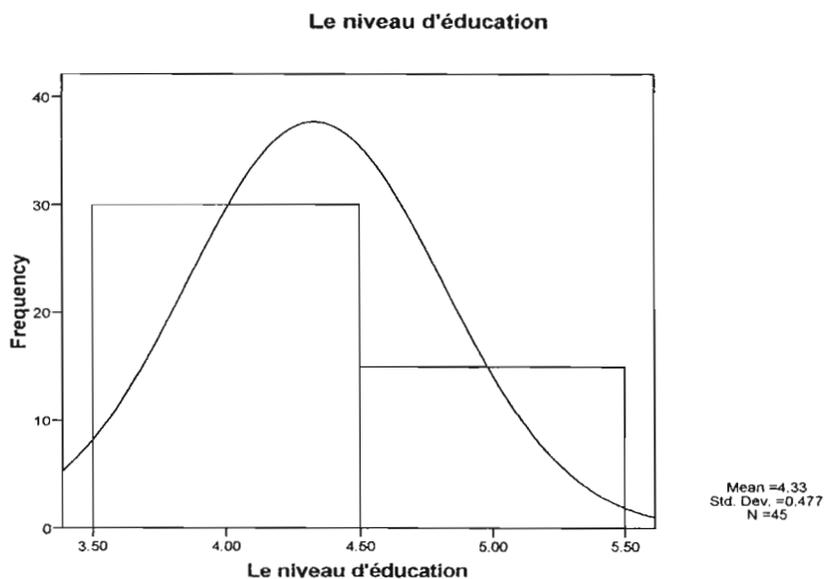
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Moyen	28	62,2	62,2	62,2
	Élevé	17	37,8	37,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.28**  
Les fréquences pour le niveau d'éducation (QA4)

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	D'accord	19	42,2	42,2	42,2
	Tout à fait d'accord	26	57,8	57,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.29**  
Les statistiques univariées pour le niveau d'éducation

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		4.3333
<i>Median</i>		4.0000
<i>Mode</i>		4.00
<i>Std. Deviation</i>		.47673
<i>Variance</i>		.227
<i>Skewness</i>		.732
<i>Std. Error of Skewness</i>		.354
<i>Kurtosis</i>		-1.535
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		.695
<i>Minimum</i>		4.00
<i>Maximum</i>		5.00
<i>Sum</i>		195.00



**Figure 5.3** Impact du niveau d'éducation sur le choix d'une banque islamique.

### 5.5.2 Relation entre les variables sociales et le choix d'une banque islamique

#### H 2.1 Impact du Moufti, comme groupe de référence, sur le choix d'une banque islamique

Cette hypothèse propose que la présence du Moufti parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » augmente l'intention de choisir une banque islamique.

Parmi 45 personnes qui ont répondu, nous avons 13 personnes, ou 29% de notre échantillon, qui ont la valeur 4 ou « grande influence » et, 13 autres personnes, ou 29% de notre échantillon, qui ont la valeur 5 ou « Influence absolue » (tableau 5.30).

Le tableau 5.31 nous montre que la moyenne est de 3.51. Ce qui signifie que les répondants sont en accord avec notre hypothèse.

L'écart-type est de 1.35. Nous avons une bonne dispersion des observations autour de la moyenne. Le coefficient de symétrie (skewness) de -0.62 et le coefficient d'aplatissement (Kurtosis) de -0.73 indiquent que nous avons un respect de la normalité à la courbe de la

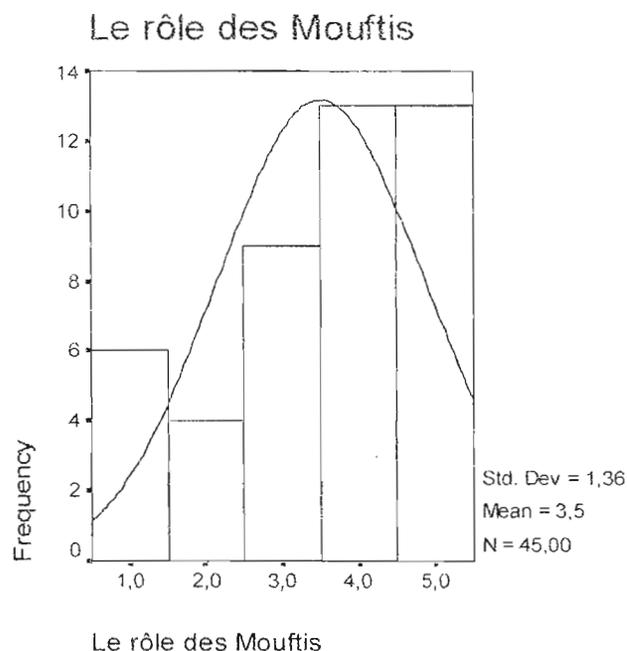
distribution de nos fréquences (figure 5.4). Donc, la présence du Moufti au comité influence la décision du musulman dans son choix et l'hypothèse H 2.1 est confirmée.

**Tableau 5.30**  
Les fréquences pour le rôle des Mouftis

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Aucune influence	6	13,3	13,3	13,3
	Influence minime	4	8,9	8,9	22,2
	Influence moyenne	9	20,0	20,0	42,2
	Grande influence	13	28,9	28,9	71,1
	Influence absolue	13	28,9	28,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.31**  
Les statistiques univariées pour le rôle des Mouftis

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		3,5111
<i>Median</i>		4,0000
<i>Mode</i>		4,00(a)
<i>Std. Deviation</i>		1,35885
<i>Variance</i>		1,84646
<i>Skewness</i>		-,622
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		-,735
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		158,00



**Figure 5.4** Impact de la présence du Moufti parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » sur le choix d'une banque islamique.

## H 2.2 Impact du collectivisme sur le choix de la banque islamique

Cette hypothèse propose que plus le sentiment collectiviste d'un musulman soit élevé plus qu'il manifestera une intention d'utiliser les produits islamiques.

Pour tester cette hypothèse, nous avons demandé deux questions dans notre questionnaire (QB2 et QB3). Parmi 45 répondants, nous avons 29 personnes, ou 64 % de notre échantillon, qui disent que le niveau de collectivisme chez un musulman a une grande influence sur son choix de la banque islamique (tableau 5.32). Et, 32 personnes, ou 71% de notre échantillon, qui sont d'accord que le choix d'une banque islamique contribue à solidariser la communauté des croyants (tableau 5.33).

Les résultats du tableau 5.34 démontrent que pour ce qui est de la variable collectivisme, la moyenne est de 4.24, ce qui signifie que les répondants sont en accord notre hypothèse.

L'écart-type est de 0.48 ce qui signifie que nous avons une bonne dispersion autour de la moyenne. Le coefficient de symétrie (skewness) de 0.58 et le coefficient d'aplatissement

(Kurtosis) de -0.16 indiquent que la courbe de la figure 5.5 est normale. Donc, l'hypothèse H 2.2 est confirmée.

**Tableau 5.32**  
Les fréquences pour le collectivisme

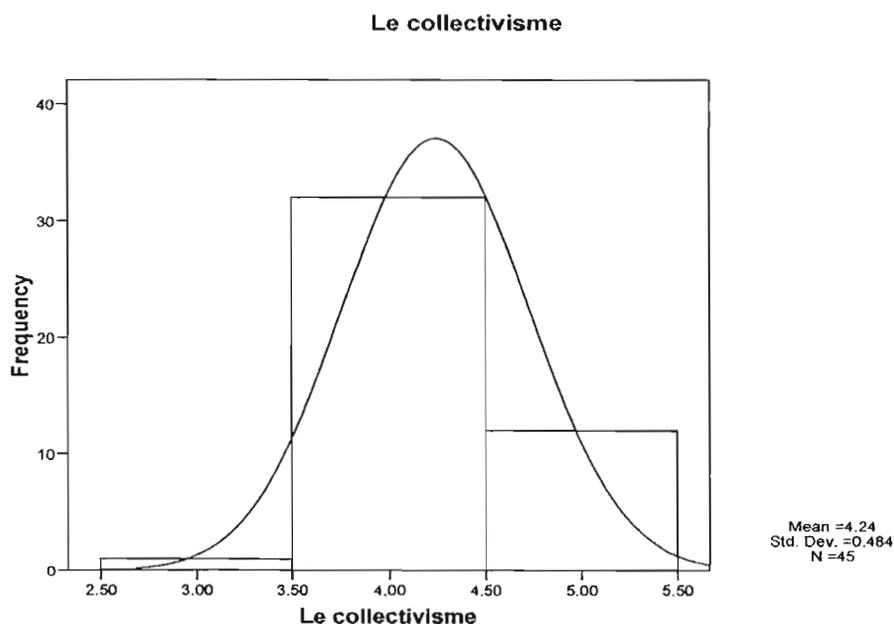
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Influence moyenne	2	4,4	4,4	4,4
	Grande influence	29	64,4	64,4	68,9
	Influence absolue	14	31,1	31,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.33**  
Les fréquences pour le collectivisme

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas de réponse	1	2,2	2,2	2,2
	D'accord	32	71,1	71,1	73,3
	Tout à fait d'accord	12	26,7	26,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.34**  
Les statistiques univariées pour le collectivisme

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		4.2444
<i>Median</i>		4.0000
<i>Mode</i>		4.00
<i>Std. Deviation</i>		.48409
<i>Variance</i>		.234
<i>Skewness</i>		.583
<i>Std. Error of Skewness</i>		.354
<i>Kurtosis</i>		-.169
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		.695
<i>Minimum</i>		3.00
<i>Maximum</i>		5.00
<i>Sum</i>		191.00



**Figure 5.5** Impact du collectivisme sur le choix d'une banque islamique.

### **H 2.3 Impact de la tradition sur le choix de la banque islamique**

Selon cette hypothèse, plus un musulman est traditionnel plus il choisit la banque islamique.

En examinant le tableau 5.35, nous observons que parmi 45 répondants, nous avons 20 personnes, ou 44 % de notre échantillon, qui ont la valeur 1, c'est-à-dire qui considèrent que l'attachement d'un musulman à sa famille et aux traditions ancestrales n'a aucune influence sur son choix d'une banque ou d'un produit.

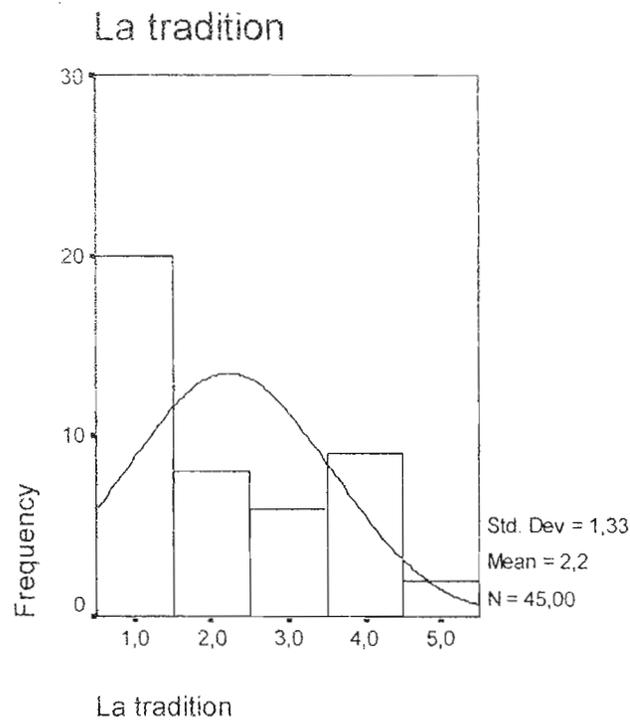
En plus, les résultats du tableau 5.36 démontrent une moyenne de valeur 2.22, ce qui signifie que les répondants ne sont pas en accord avec notre hypothèse. L'écart-type de 1.32 montre que nous avons une bonne dispersion autour de la moyenne. Le coefficient de symétrie (skewness) de 0.60 et le coefficient d'aplatissement (Kurtosis) de -1.08 vérifient la normalité de la courbe de la figure 5.6 obtenue. L'hypothèse H 2.3 ne pourrait donc pas être vérifiée.

**Tableau 5.35**  
Les fréquences pour la tradition

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Aucune influence	20	44,4	44,4	44,4
	Influence minimale	8	17,8	17,8	62,2
	Influence moyenne	6	13,3	13,3	75,6
	Grande influence	9	20,0	20,0	95,6
	Influence absolue	2	4,4	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.36**  
Les statistiques univariées pour la tradition

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		2,2222
<i>Median</i>		2,0000
<i>Mode</i>		1,00
<i>Std. Deviation</i>		1,32954
<i>Variance</i>		1,76768
<i>Skewness</i>		,604
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		-1,083
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		100,00



**Figure 5.6** Impact de la tradition sur le choix d'une banque islamique.

#### **H 2.4 Impact des statuts et des rôles sur le choix de la banque islamique**

Cette hypothèse propose que le statut social d'un musulman, qu'il soit un Cheikh ou un simple adepte, n'a pas d'impact sur la décision de choisir une banque islamique.

Le tableau 5.37 nous montre que parmi 45 répondants, nous avons 35 personnes, ou 78 % de la population, qui ont la valeur 1, donc qui ne sont pas du tout d'accord qu'un musulman cheikh ou un simple adepte ont le même comportement dans leur choix d'une banque islamique.

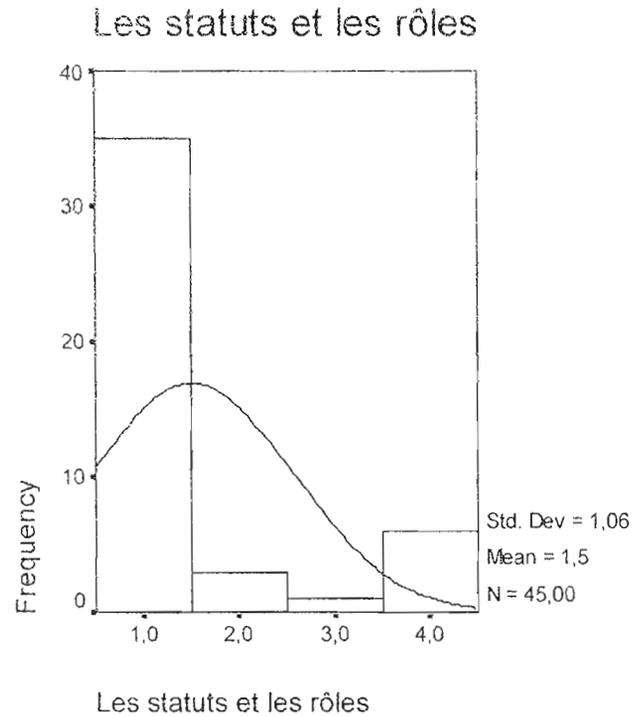
Le tableau 5.38 montre une moyenne de 1.51, ce qui signifie que les répondants infirment notre hypothèse. L'écart-type de 1.05 indique une bonne dispersion autour de la moyenne. L'hypothèse H 1.7 ne pourrait donc pas être confirmée.

**Tableau 5.37**  
Les fréquences pour les statuts et les rôles

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas du tout d'accord	35	77,8	77,8	77,8
	Désaccord	3	6,7	6,7	84,4
	Pas de réponse	1	2,2	2,2	86,7
	D'accord	6	13,3	13,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.38**  
Les statistiques univariées pour les statuts et les rôles

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		1,5111
<i>Median</i>		1,0000
<i>Mode</i>		1,00
<i>Std. Deviation</i>		1,05792
<i>Variance</i>		1,11919
<i>Skewness</i>		1,838
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		1,728
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		4,00
<i>Sum</i>		68,00



**Figure 5.7** Impact des statuts et des rôles sur le choix d'une banque islamique.

### 5.5.3 Relation entre les variables personnelles et le choix d'une banque islamique

#### H 3.1 Impact de l'âge et du cycle de vie sur le choix de la banque islamique

Cette hypothèse stipule que plus une banque islamique est innovatrice, plus elle attire des clients jeunes.

Le tableau 5.39 montre que parmi 43 répondants, nous avons 36 personnes, ou 80 % des personnes répondues, qui ont la valeur 5, donc qui sont certains que les jeunes auprès des banques commerciales transfèreraient leurs comptes vers des banques islamiques si celles-ci deviendront de plus en plus technologiques.

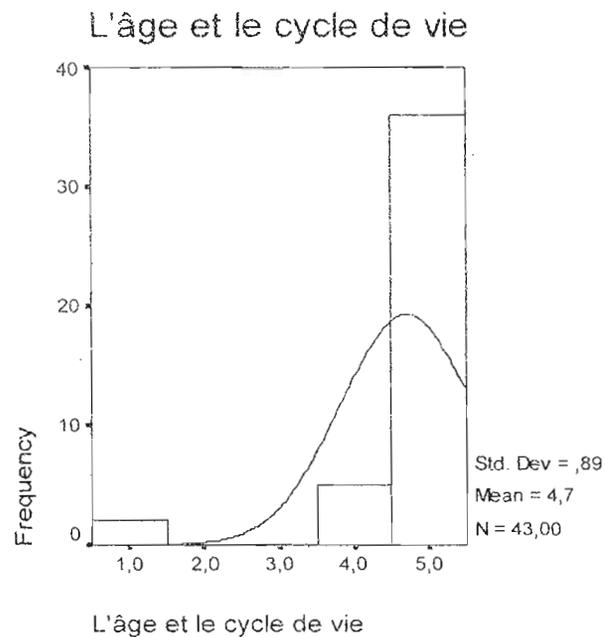
Le tableau 5.40 nous donne une moyenne de 4.69, ce qui signifie que les répondants confirme notre hypothèse. L'écart-type est de 0.88 ce qui indique qu'il y a une concentration des observations autour de la moyenne. L'hypothèse H 3.1 est ainsi confirmée.

**Tableau 5.39**  
Les fréquences pour l'âge et le cycle de vie

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Jamais	2	4,4	4,7	4,7
	Oui	5	11,1	11,6	16,3
	Certainement	36	80,0	83,7	100,0
	Total	43	95,6	100,0	
<i>Missing</i>	<i>System</i>	2	4,4		
Total		45	100,0		

**Tableau 5.40**  
Les statistiques univariées pour l'âge et le cycle de vie

<i>N</i>	<i>Valid</i>	43
	<i>Missing</i>	2
<i>Mean</i>		4,6977
<i>Median</i>		5,0000
<i>Mode</i>		5,00
<i>Std. Deviation</i>		,88734
<i>Variance</i>		,78738
<i>Skewness</i>		-3,639
<i>Std. Error of Skewness</i>		,361
<i>Kurtosis</i>		13,405
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,709
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		202,00



**Figure 5.8** Impact de l'âge et du cycle de vie sur le choix d'une banque islamique.

### **H 3.2 Impact de la profession ou de la position sociale sur le choix de la banque islamique**

Selon cette hypothèse, certaines sources de connaissance, comme le métier et la position ont une influence directe sur le processus de prise de décision d'un individu.

Le tableau 5.41 montre que parmi 45 répondants, nous avons 26 personnes, ou 58 % de notre échantillon, qui ont la valeur 5, donc qui pensent que le choix d'une banque islamique est absolument lié à la position socioprofessionnelle d'un musulman.

Le tableau 5.42 nous donne une moyenne de 4.48, ce qui signifie que les répondants sont en accord avec notre hypothèse. L'écart-type de 0.72 montre une bonne dispersion autour de la moyenne. L'hypothèse H 3.2 est ainsi confirmée.

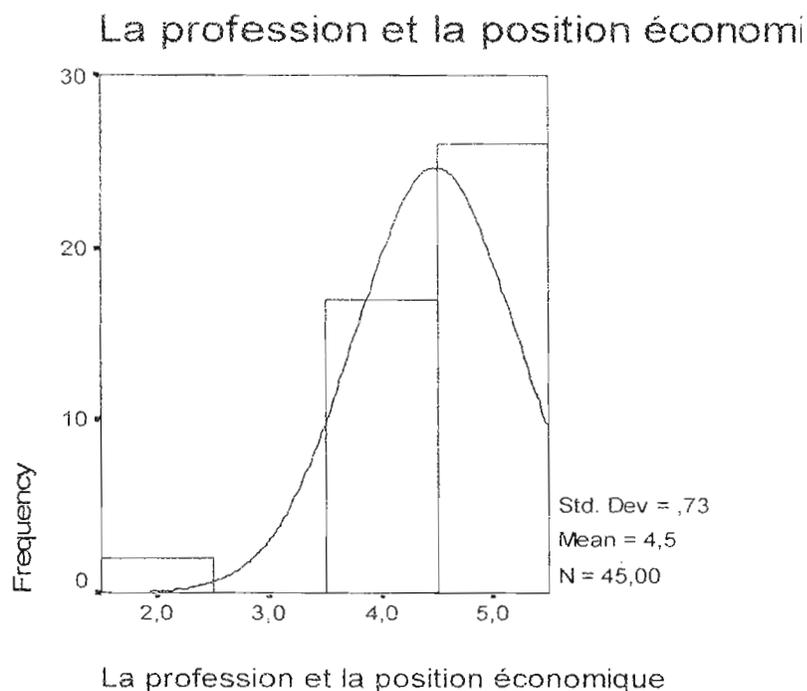
**Tableau 5.41**  
Les fréquences pour la profession et la position économique

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas nécessaire	2	4,4	4,4	4,4
	Nécessaire	17	37,8	37,8	42,2
	Absolument nécessaire	26	57,8	57,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.42**  
Les statistiques univariées pour la profession et la position économique

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		4,4889
<i>Median</i>		5,0000
<i>Mode</i>		5,00
<i>Std. Deviation</i>		,72683
<i>Variance</i>		,52828
<i>Skewness</i>		-1,818
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		4,204
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		2,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		202,00

La distribution de fréquences est étalée et au-dessous d'une distribution normale en terme de hauteur



**Figure 5.9** Impact de la profession et de la position économique sur le choix de la banque islamique.

### H 3.3 Impact de la personnalité et du concept de soi sur le choix de la banque islamique

Selon cette hypothèse, le recours à un service bancaire islamique aide le musulman à se rapprocher de son soi idéal.

Le tableau 5.43 montre que parmi 45 répondants, nous avons 26 personnes, ou 58 % de notre échantillon, qui ont la valeur 5, donc qui sont tout à fait d'accord que lorsqu'un musulman choisit une banque islamique, il se rapproche de son soi idéal.

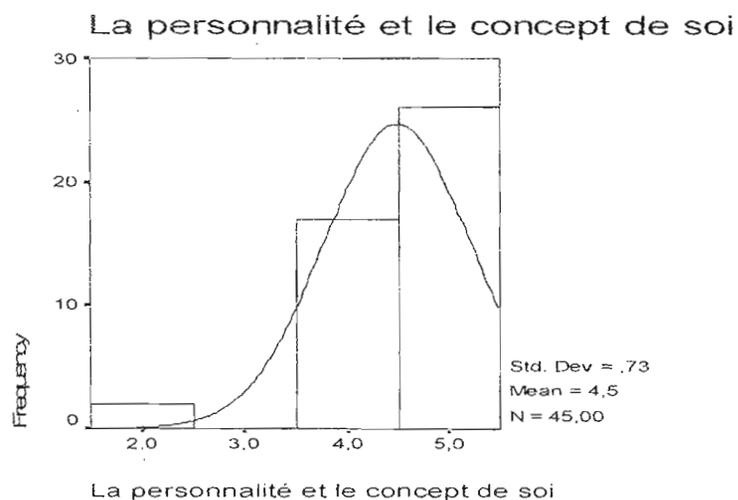
Le tableau 5.44 nous donne une moyenne de 4.48, ce qui signifie que les répondants confirment notre hypothèse. L'écart-type de 0.72 montre que nous avons une bonne dispersion autour de la moyenne. L'hypothèse H 3.3 est donc confirmée.

**Tableau 5.43**  
Les fréquences pour la personnalité et le concept de soi

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Désaccord	2	4,4	4,4	4,4
	D'accord	17	37,8	37,8	42,2
	Tout à fait d'accord	26	57,8	57,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.44**  
Les statistiques univariées pour la personnalité et le concept de soi

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		4,4889
<i>Median</i>		5,0000
<i>Mode</i>		5,00
<i>Std. Deviation</i>		,72683
<i>Variance</i>		,52828
<i>Skewness</i>		-1,818
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		4,204
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		2,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		202,00



**Figure 5.10** Impact de la personnalité et du concept de soi sur le choix d'une banque islamique.

### 5.5.4 Relation entre les variables psychologiques et le choix d'une banque islamique

#### H 4.1 Impact de la motivation sur le choix de la banque islamique

Selon cette hypothèse, opérer avec une banque islamique serait pour le musulman aussi bien un culte ou un acte religieux qu'une simple satisfaction de son besoin de développement social. Pour tester cette hypothèse nous avons demandé une question à 3 réponses : « Pratique de culte », « besoin de développement » et « les deux ensemble ».

En comparant les tableaux 5.45 et 5.46 au tableau 5.47, nous trouvons que ce dernier montre que 29 répondants de 42, ou 64 % de l'échantillon, ont la valeur 5 pour le point « les deux ensemble », donc qu'ils sont tout à fait d'accord pour le fait qu'un musulman choisit une banque islamique pour deux raisons : pratique de culte et besoin de développement.

En examinant les trois dernières colonnes du tableau 5.48, nous trouvons que la moyenne des réponses « Les deux ensemble » est la plus élevée et elle est de 4.69. L'écart-type de 0.46 indique une bonne dispersion autour de la moyenne. Donc, l'hypothèse H 4.1 est confirmée.

**Tableau 5.45**  
Les fréquences pour la réponse « pratique de culte »

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas du tout d'accord	1	2,2	50,0	50,0
	D'accord	1	2,2	50,0	100,0
	Total	2	4,4	100,0	
<i>Missing</i>	<i>System</i>	43	95,6		
Total		45	100,0		

**Tableau 5.46**  
Les fréquences pour la réponse « besoin de développement »

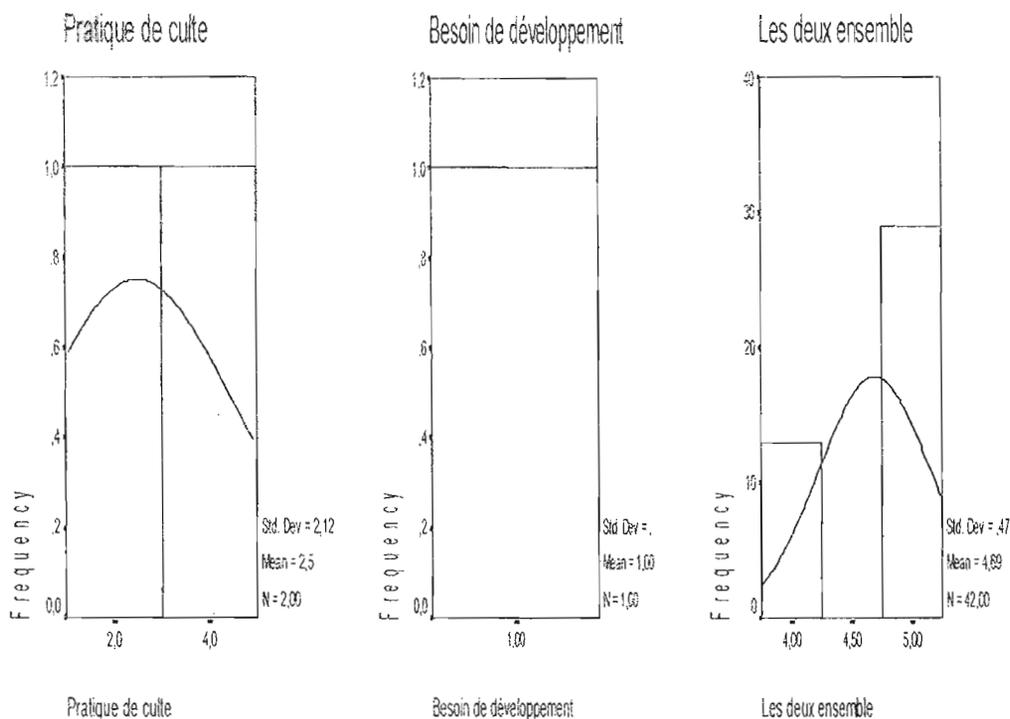
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas du tout d'accord	1	2,2	100,0	100,0
<i>Missing</i>	<i>System</i>	44	97,8		
Total		45	100,0		

**Tableau 5.47**  
Les fréquences pour la réponse « les deux ensemble »

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	D'accord	13	28,9	31,0	31,0
	Tout à fait d'accord	29	64,4	69,0	100,0
	Total	42	93,3	100,0	
<i>Missing</i>	System	3	6,7		
Total		45	100,0		

**Tableau 5.48**  
Les statistiques univariées pour la motivation

		Pratique de culte	Besoin de développement	Les deux ensemble
<i>N</i>	<i>Valid</i>	2	1	42
	<i>Missing</i>	43	44	3
<i>Mean</i>		2,5000	1,0000	4,6905
<i>Median</i>		2,5000	1,0000	5,0000
<i>Mode</i>		1,00(a)	1,00	5,00
<i>Std. Deviation</i>		2,12132		,46790
<i>Variance</i>		4,50000		,21893
<i>Skewness</i>				-,855
<i>Std. Error of Skewness</i>				,365
<i>Kurtosis</i>				-1,335
<i>Std. Error of Kurtosis</i>				,717
<i>Minimum</i>		1,00	1,00	4,00
<i>Maximum</i>		4,00	1,00	5,00
<i>Sum</i>		5,00	1,00	197,00



**Figure 5.11** Impact de la motivation sur le choix d'une banque islamique.

#### H 4.2 Impact de la perception sur le choix de la banque islamique

Selon cette hypothèse, pour le musulman, le choix d'un service bancaire islamique dépend directement de sa perception des valeurs de l'islam.

Le tableau 5.49 nous montre que parmi 45 répondants, nous avons 35 personnes, ou 78 % de l'échantillon, qui ont la valeur 4 ou 5 pour la question QD2 et 32 personnes ou 70 % de l'échantillon qui ont la valeur 4 ou 5 pour la question QD3, donc qui sont d'accord ou tout à fait d'accord que le choix d'une banque islamique par un musulman dépend de sa perception des valeurs de l'islam et que ce choix est considéré par le musulman un autre devoir de l'islam.

Le tableau 5.51 nous montre une moyenne de 3.51, ce qui signifie que les répondants confirment notre hypothèse. L'écart-type est de 1.27 ce qui indique une bonne dispersion autour de la moyenne. Le coefficient de symétrie (skewness) de -0.92 et le coefficient

d'aplatissement (Kurtosis) de -0.32 indiquent la normalité de la distribution de fréquences obtenues (figure 5.12). L'hypothèse H 4.2 est ainsi confirmée.

**Tableau 5.49**  
Les fréquences pour la perception (QD2)

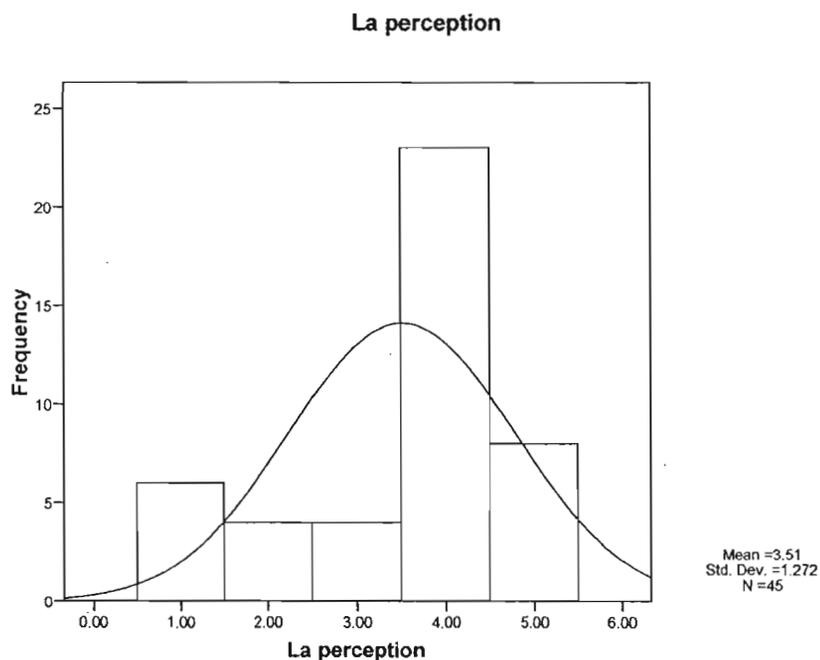
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas du tout d'accord	6	13,3	13,3	13,3
	Désaccord	4	8,9	8,9	22,2
	D'accord	29	64,4	64,4	86,7
	Tout à fait d'accord	6	13,3	13,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.50**  
Les fréquences pour la perception (QD3)

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Pas du tout d'accord	9	20,0	20,5	20,5
	Désaccord	4	8,9	9,1	29,5
	D'accord	29	64,4	65,9	95,5
	Tout à fait d'accord	3	4,4	4,5	100,0
Total		45	100,0		

**Tableau 5.51**  
Les statistiques univariées pour la perception

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		3.5111
<i>Median</i>		4.0000
<i>Mode</i>		4.00
<i>Std. Deviation</i>		1.27247
<i>Variance</i>		1.619
<i>Skewness</i>		-.926
<i>Std. Error of Skewness</i>		.354
<i>Kurtosis</i>		-.232
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		.695
<i>Minimum</i>		1.00
<i>Maximum</i>		5.00
<i>Sum</i>		158.00



**Figure 5.12** Impact de la perception sur le choix d'une banque islamique.

#### **H 4.3 Impact des croyances et des attitudes sur le choix de la banque islamique**

Selon cette hypothèse, le degré de la ferveur religieuse influence fortement un musulman dans son choix d'une banque islamique.

Parmi 45 répondants (tableau 5.52), nous avons 26 répondants, ou 58% de l'échantillon, qui ont la valeur 4 ou 5, donc qui disent que lorsqu'un musulman choisit une banque islamique, il prend en considération, jusqu'à un point élevé ou très élevé, sa ferveur religieuse et son adhésion à la religion musulmane.

Le tableau 5.53 nous montre une moyenne de 3.24 qui signifie que les répondants confirment notre hypothèse. L'écart-type de 1.36 indique une bonne concentration des observations autour de la moyenne. L'hypothèse H 4.3 est donc confirmée.

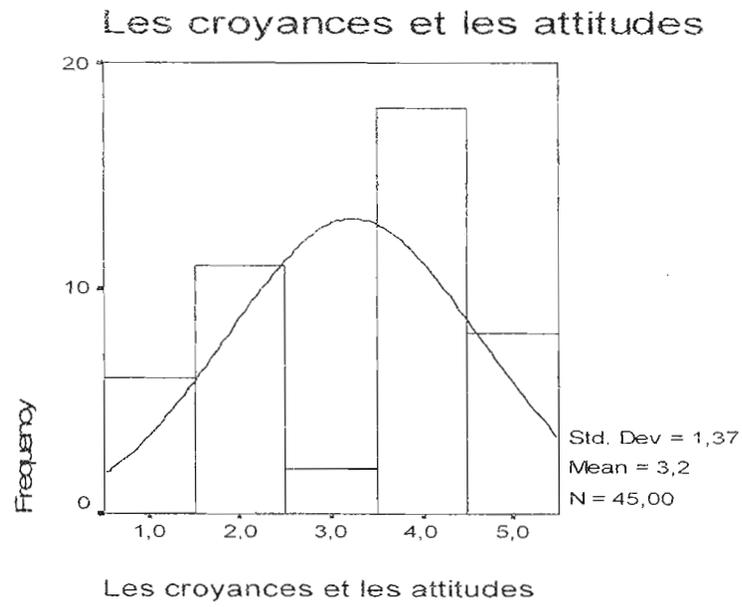
**Tableau 5.52**  
Les fréquences pour les croyances et les attitudes

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid percent</i>	<i>Cumulative percent</i>
<i>Valid</i>	Très minime	6	13,3	13,3	13,3
	Minime	11	24,4	24,4	37,8
	Moyen	2	4,4	4,4	42,2
	Élevé	18	40,0	40,0	82,2
	Très élevé	8	17,8	17,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

**Tableau 5.53**  
Les statistiques univariées pour les croyances et les attitudes

<i>N</i>	<i>Valid</i>	45
	<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>		3,2444
<i>Median</i>		4,0000
<i>Mode</i>		4,00
<i>Std. Deviation</i>		1,36774
<i>Variance</i>		1,87071
<i>Skewness</i>		-,353
<i>Std. Error of Skewness</i>		,354
<i>Kurtosis</i>		-1,277
<i>Std. Error of Kurtosis</i>		,695
<i>Minimum</i>		1,00
<i>Maximum</i>		5,00
<i>Sum</i>		146,00

La distribution de fréquences est étalée et au-dessous d'une distribution normale en terme de hauteur



**Figure 5.13** Impact des croyances et des attitudes sur le choix d'une banque islamique.

**Tableau 5.54**  
Récapitulation des résultats du test d'hypothèses

<b>1. LES VARIABLES CULTURELLES ET SOCIODÉMOGRAPHIQUES</b>		
1.1 La culture et la religion	H 1.1: Quand un musulman choisit une banque islamique, il prend en considération les valeurs sociales et comportementales que lui porte la culture musulmane.	Confirmée
1.2 Les sous-cultures	H 1.2: Un musulman n'est pas influencé par sa sous-culture sunnite ou chiïte dans son choix d'une banque islamique. Il agit d'après le seul fait qu'il est musulman.	Infirmée
1.3 Niveau d'éducation	H 1.3: Plus la banque islamique est innovatrice plus elle attire des clients éduqués.	Confirmée
<b>2. LES VARIABLES SOCIALES</b>		
2.1 Le rôle des Mouftis (comme groupes de référence)	H 2.1: La présence d'un Moufti parmi les membres du comité de la « <i>Chariâ</i> » augmente l'intention de choisir une banque islamique.	Confirmée
2.2 Le collectivisme	H 2.2: Plus le sentiment collectiviste d'un musulman est élevé plus qu'il manifestera une intension d'utiliser les produits islamiques.	Confirmée
2.3 La tradition	H 2.3: Plus qu'un musulman est traditionnel plus qu'il choisit la banque islamique.	Infirmée
2.4 Les statuts et les rôles	H 2.4: Le statut social d'un musulman, qu'il soit un Cheikh ou un simple adepte, n'a pas d'impact sur la décision de choisir une banque islamique.	Infirmée
<b>3. LES VARIABLES PERSONNELLES</b>		
3.1 L'âge et le cycle de vie	H 3.1: Plus que la banque islamique est innovatrice, plus qu'elle aura des jeunes clients.	Confirmée
3.2 La profession et la position sociale	H 3.2: Certaines sources de connaissance, comme le métier et la position ont une influence directe sur le processus de prise de décision d'un individu.	Confirmée
3.3 La personnalité et le concept de soi	H 3.3: Le recours à un service bancaire islamique aide le musulman à se rapprocher de son moi idéal.	Confirmée
<b>4. LES VARIABLES PSYCHOLOGIQUES</b>		
4.1 La motivation	H 4.1: Opérer avec une banque islamique serait pour le musulman aussi bien un culte ou un acte religieux qu'une	Confirmée

	simple satisfaction de son besoin de développement social.	
4.2 La perception	H 4.2: Pour le musulman, le choix d'un service islamique dépend directement de sa perception des valeurs de l'islam.	Confirmée
4.3 Les croyances et les attitudes	H 4.3: Le degré de la ferveur religieuse influence fortement un musulman dans son choix d'une banque islamique.	Confirmée

## 5.6 Discussion des résultats

Dans cette section, nous allons discuter les résultats du test des hypothèses et ce, en déterminant les variables ayant un impact significatif sur le choix d'une banque islamique. À partir de ces variables, nous concluons le profil des clients des banques islamiques par rapport aux quatre catégories de variables suivantes: les variables culturelles et sociodémographiques, sociales, personnelles et psychologiques d'un client.

### 5.6.1 Impact des variables culturelles et sociodémographiques sur le choix d'une banque islamique

Trois variables culturelles ont été choisies dans le cadre de notre étude : la culture et la religion, les sous-cultures ainsi qu'une variable sociodémographique : le niveau d'éducation. À ce propos, les statistiques univariées ont révélées que deux de ces variables sont valides. On cite, la culture et la religion et le niveau d'éducation. Les résultats confirment que dans son choix d'une banque islamique, le musulman prend en considération les valeurs sociales et comportementales que lui porte la culture musulmane. Ceci dit, la culture musulmane a un caractère prédominant et une influence importante sur le comportement d'un musulman dans son choix. Toutefois, ce choix n'est pas aléatoire, mais prévisible. Il s'agit d'une décision prise dans le but de respecter certaines normes et valeurs de l'islam. Par ailleurs, les groupes sunnites et chiïtes ne se comportent pas de la même manière dans leur choix d'une banque islamique. Chaque groupe agit selon les valeurs de sa propre sous-culture. En outre, les résultats montrent que plus la banque islamique est innovatrice plus elle attire des clients éduqués.

### **5.6.2 Impact des variables sociales sur le choix d'une banque islamique**

Nous avons sélectionné quatre variables : le rôle des Mouftis (comme groupes de référence), le collectivisme, la tradition et les statuts et les rôles. Notre étude souligne que les variables valides sont : le rôle des Mouftis comme groupes de référence et le collectivisme. Les résultats confirment que la présence du Moufti parmi les membres du comité de la « *Chariâ* » augmente l'intention de choisir une banque islamique. Alors, en ayant confiance en un élément particulier d'un groupe de référence, comme le Moufti, le musulman choisit, sans la moindre hésitation, la banque islamique où cette personne est membre du comité de la « *Chariâ* ». Nos résultats montrent aussi que, plus le sentiment collectiviste d'un musulman est élevé, plus il manifestera une intention d'utiliser les produits islamiques. De plus, un client d'une banque islamique n'est pas nécessairement une personne traditionnelle. Aussi, le statut social d'un musulman, cheikh ou simple adepte, a un impact sur le choix d'une banque islamique.

### **5.6.3 Impact des variables personnelles sur le choix d'une banque islamique**

Nous avons sélectionné comme variables personnelles: l'âge et le cycle de vie, la profession et la position économique, et la personnalité et le concept de soi. Les statistiques univariées ont montré que toutes ces variables sont valides. Alors, une banque islamique attire plus des jeunes clients lorsqu'elle est innovatrice. Un musulman est influencé par son métier et sa position. Et, son choix d'une banque islamique lui aide à se rapprocher de son soi idéal.

### **5.6.4 Impact des variables psychologiques sur le choix d'une banque islamique**

Les variables psychologiques choisis sont la motivation, la perception, et les croyances et les attitudes. Nous avons pu montrer que deux de ces variables sont valides, notamment, la perception et les croyances et les attitudes. Les résultats de l'étude confirment que lorsqu'un musulman choisit une banque islamique, il sera motivé simultanément par la pratique de culte et le besoin de développement. De plus, les résultats révèlent que le choix d'une banque islamique par un musulman dépend de sa perception des valeurs de l'islam ainsi que du degré de sa ferveur religieuse.

## CONCLUSION

L'expansion galopante du système bancaire islamique nous a poussé à chercher à connaître les raisons du choix de cette banque. Ainsi, notre étude a montré l'existence d'un effet significatif de la culture et de la religion, du niveau d'éducation, du rôle des Mouftis comme groupe de référence, du collectivisme, de l'âge et du cycle de vie, de la profession et de la position sociale, de la personnalité et du concept de soi, de la perception, et des croyances et des attitudes sur le choix des banques islamiques opérant au Liban. Cette recherche nous a aussi permis de réaliser un effet non significatif des sous-cultures, de la tradition, des statuts et des rôles et de la motivation sur ce choix.

Par rapport aux études antérieures réalisées dans le domaine, nous avons étudié un nouveau sujet sur le marché libanais qui aide au développement du marché des banques islamiques dans ce pays.

La plupart de nos hypothèses sont confirmées.

### **Implications managériales**

En comprenant mieux les variables qui influencent le plus la décision d'un musulman dans son choix d'une banque et les motifs de sa réaction vis-à-vis des produits bancaires islamiques, les banquiers peuvent prendre des décisions plus sûres pour accroître le nombre de leurs clients et retenir à long terme les clients existants.

Les résultats de cette étude sont utiles pour la conception, la gestion et le suivi d'une stratégie de lancement d'une banque islamique locale ou étrangère. Ils aident aussi à l'élaboration des nouveaux produits islamiques et à la croissance des investissements des clients des pays du Golf au Liban. En effet, ils peuvent servir de référence aux dirigeants et aux cadres qui désirent comprendre ce processus ou encore, en améliorer l'efficacité.

Enfin, cette étude pourrait être utile pour les banques commerciales en agissant contre la menace de transfert des clients vers des banques islamiques.

### **Limites de l'étude**

Certes ce travail a été réalisé avec beaucoup d'applications, il n'en demeure pas moins qu'il comporte certaines limites que nous devons les relever.

La principale limite de notre étude est que le cadre légal réglementant les opérations islamiques est très récent et l'expérience dans ce secteur est encore minime.

De plus, les banques islamiques, comme les banques traditionnelles, sont soumises à la loi du secret bancaire du 3 Septembre 1956. Cela sans oublier que le traitement de la variable religion est un peu sensible, et qu'il n'existe malheureusement pas au Liban des statistiques ou des études terrain sur ce sujet qui auraient pu nous aider.

### **Limite empirique**

La limite empirique la plus pertinente dans notre étude était de questionner les employés cadres auprès des banques islamiques sur le comportement de leurs clients au lieu de s'adresser aux clients mêmes.

### **Voies futures de recherche**

Au terme de notre étude et notre revue de littérature, nous pouvons conclure des indications concernant l'orientation des recherches à venir. Nous pensons qu'il serait intéressant de :

- Mesurer d'autres dimensions de Hofstede comme variables indépendantes dans le choix d'une banque islamique comme, par exemple, la masculinité et la féminité ou l'orientation à long-terme.
- Choisir un échantillon plus représentatif composé des clients musulmans eux-mêmes afin de démontrer, d'une façon idéale, leurs propres raisons de choix d'une banque islamique. Et, ajouter certaines variables sociodémographiques pertinentes comme la variable « sexe » (Homme/Femme), la variable « état civil » (Célibataire, Marié, etc.) et la variable profession. Ce qui pourrait amener à des résultats plus fiables et à une possibilité de les généraliser.

- Comparer le profil de deux segments de clientèle : les clients musulmans auprès des banques islamiques et ceux des banques commerciales, ou bien ceux habitant à la capitale Beyrouth à ceux habitant dans les autres régions.
- Étudier l'autonomie des dirigeants face aux restrictions du comité de la « *Chariâ* » sur les opérations bancaires, aux pressions des actionnaires demandant d'atteindre des meilleurs rendements, à l'exigence des clients, et à la concurrence des banques commerciales.
- Étudier l'impact des décisions du comité de la « *Chariâ* » sur les performances des banques islamiques. Posent-elles des obstacles devant ces performances ?
- Étudier l'impact d'une école de doctrine et d'éthique (*Souloukiat*) sur les performances des banques islamiques libanaises.
- Mesurer l'impact de l'environnement politique et législatif sur ce choix. Et, comparer le système des banques islamiques libanaises, facultatif pour les clients, à d'autres systèmes où la législation impose ce système (Iran, Pakistan,..).
- Étudier le besoin d'audit religieux sur les banques islamiques.
- Étudier la nécessité de créer un comité de supervision des banques islamiques libanaises, autre que celle des banques commerciales, comme, par exemple, l'« Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions », visant à contrôler les produits, la gestion, la capitalisation, la liquidité, les systèmes de suivi, l'évaluation du risque afin de mettre en place des standards d'audit et de révisions comptables libanaises pour ce secteur.
- Étudier le comportement d'un collaborateur musulman embauché par une banque islamique. Serait-il motivé par une opportunité de carrière ou serait-il un « adepte » voulant satisfaire ses convictions religieuses ?
- Étudier la mission (*Rissala*) d'une banque islamique. Est-elle plus religieuse qu'économique ou le contraire ? Met-elle en œuvre les enseignements de l'islam (*Chariâ*) ou bien la conjoncture économique à but lucratif ?
- Étudier l'équilibre entre les deux forces majeurs régissant la banque islamique : le conseil d'administration (1) et le comité de la « *Chariâ* » (2). Ces deux forces prévoient deux objectifs différents, le premier purement financier, qui est la réalisation des profits, et le deuxième, d'aspect religieux et éthique demandant des décisions conformes au Coran et à la « *Chariâ* ».

- Faire un bilan des avantages et des inconvénients d'une banque islamique par rapport à une banque commerciale.

## BIBLIOGRAPHIE

Al-Baraka Bank Lebanon s.a.l. (B.B.L.). 2003. *Les produits islamiques*. En ligne. <http://www.info@al-baraka.com>. Consulté le 16.4.2005

Algabid Hamid.1990. *Les banques islamiques*. Paris : Edition Economica, 235 p.

Association des banques au Liban.2005. *ALMANAC: LISTE D'IDENTIFICATION DES BANQUES*. En ligne. <http://www.Documents and Settings\User\Desktop\ABL -ALMANACBranches.htm>. Consulté le 21.7.2005

Bank Saderat Iran. 2005. «Les produits islamiques». En ligne. <http://www.saderatbank.co>. Consulté le 16.4.2005

Banque Du Liban. 2005. «Financial and Economical Data and statistics». En ligne. <http://www.bdl.gov.lb/edata/elements.asp>. Consulté le 10.7.2005

Banque Du Liban. 2005. « *Laws and Circulars, de la BDL pour les banques islamiques.*». En ligne. <http://www.bdl.gov.lb>. Consulté le 16.4.2005

Bollinger Daniel et Hofstede Geert. 1992. *Les différences culturelles dans le management*. Paris : Éditions d'organisation, 268p.

Boudjellal Mohamed.1998. *Introduction au système bancaire islamique : Le système bancaire islamique*. Institut International de la Pensée Islamique.

*Consumer Behaviour: Behavioural Aspects of Marketing*. Oxford, UK: Butterworth Heinemann, 253 p.

D'Astous. 1995. Le projet de recherche en marketing. P. 168

D. Coogan Michael.1999. Les grandes religions. Chap. L'islam, Édition : Mathilde Majorel, Paris : Larousse Bordas, (pp. 90-123) (33)

Demeure Claude. 2001. Marketing, 3e édition, Paris, p.34

- Deval Philippe.1993. *Le choc des cultures*. Paris: Éditions Eska, 206p.
- Dictionnaire Encyclopédique de l'islam, Cyril Glassé, 1991, Éditions Bordas. Réalisé par "Fleurs d'Islam"
- Farrington Karen.1998. *L'Histoire des religions. Chap. L'islam*, Paris : Éditions de l'Orxois, pp. 134-149 (15).
- Fonds monétaire International. 1997. Zamir\_Iqbal- a national of Pakistan, is an information Officer in the World Bank's Treasury information services department - « Islamic Financial Systems ». Publiée en *Finance and development /June 1997*. En ligne. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1997/06/pdf/iqbal.pdf>. Consulté le 1.4.2005
- Gaétan Théberge. *Méthodes quantitatives en Marketing*, Département de stratégie des affaires, Université du Québec à Montréal, École des sciences de la gestion, 350 p.
- Gauthey, Ratui, Rodgers, et Xardel. 1994. *Leaders sans Frontières: Le défi des différences*. Paris: Ediscience International, 175 p.
- Hall, E.T. 1976. *Beyond Culture*. Garden city, NY: Doubleday, p.17-24.
- Hassan- Tabet RIFAAT. 2003. *Religion et droit bancaire : La substitution à l'intérêt dans les banques islamiques. Beyrouth*, Faculté de droit à l'université Saint Joseph, Liban, p. 257-265.
- Hofstede,Geert and Hofstede, Gert Jan. 2004. *Cultures and Organizations–Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*.
- J. Lendrevie, J. Lévy & D. Lindon. 2003. *Mercator. Chap. Le Comportement des Consommateurs*, Paris : Éditions Dalloz, p. 145- 199.
- Joseph F. Hair, Bush, et Ortinau. 2000. *Marketing Research: a practical approach for the new millenium*. USA: McGraw-Hill Companies, Inc, Chap. Data Analysis: Testing for Significant Differences, p.520-555.
- Jean Stafford et Bodson. 2006. « L'analyse multivariée avec spss ». Canada : Presses de l'Université du Québec. 245 p.

Lachemi Siagh. Septembre 2001. « Le fonctionnement des organisations dans les milieux de culture intense, le cas des Banques Islamique ». Thèse du Doctorat en administration, Montréal, Écoles des Hautes Etudes Commerciales (HEC) Affiliée à l'Université de Montréal.

Lachemi Siagh. 2003. *L'Islam et le monde des affaires : Argent, éthique et gouvernance*. Paris : Éditions d'organisation, 383 p.

Les Langues du monde, 5.oct.2004. En ligne. <http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/langues> . Consulté le 1.5.2005

Liliane Mokbel.25.Fevrier.1999. « *Un guichet islamique au Crédit Libanais* ». *Le commerce du Levant : Banque*. no. 545, p. 26-27.

Marieke de Mooij. 1997. *Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising*. Les États Unis: Sage publications, 344 p.

Marieke de Mooij. 1998. *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*. Les États Unis: Sage publications, 315 p.

*Nouveau comité de la caisse du Zakat au Liban*, Périodique « *AL Zakat* », Mai 2005, no.12. En ligne. <http://www.zakat.org.lb>. Consulté le 1.6.2005

Parson T.et Shils E.A., *Towards a General Theory of Action*. Harvard University.

Parigi Stéphanie, 1989. *Des banques islamiques : Argent et Religion*.207 p.

Press, Cambridge, Mass., Trompenaars F. 1994. *L'entreprise multiculturelle*. Paris: Maxima, 309 p.

Prime Minister Datuk Seri Dr. Mahathir Mohamad. 26. Avril.1997. « The Islamic World and Global Co-operation: Preparing for the 21st century in pelating Jaya » *The New Straits Times*.

Qaradawi.2005. *Les banques islamiques, La spéculation*. En ligne. <http://www.qaradawi.com> Consulté le 25.7.2005

*The International Journal of Bank Marketing*. December 1998. «Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications ». vol.16. no.7. pp. 299- 313 (15).

Verna et Chouick. Juin 1989. *Étude sur le fonctionnement des banques islamiques*. Département de Management, Université Laval, Québec.

## APPENDICE A

### INDIVIDUALISME / COLLECTIVISME

Sociétés individualistes	Sociétés collectivistes
<i>Dans la famille :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Éducation tournée vers la conscience du "moi"</li> <li>○ Opinions personnelles recherchées</li> <li>○ Obligations envers soi-même               <ul style="list-style-type: none"> <li>● Intérêt personnel</li> <li>● Actualisation personnelle</li> <li>● Culpabilité</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Éducation tournée vers la conscience du "Nous"</li> <li>○ Opinions prédéterminées par le groupe</li> <li>○ Obligations envers la famille par le groupe :               <ul style="list-style-type: none"> <li>● Harmonie</li> <li>● Respect</li> <li>● Honte</li> </ul> </li> </ul>
<i>À l'école :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Formation personnelle</li> <li>○ Apprendre à apprendre</li> <li>○ L'éducation et les diplômes accroissent la valeur économique et/ou le respect de l'individu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Apprentissage réservé aux jeunes</li> <li>○ Apprendre à faire</li> <li>○ L'éducation et les diplômes permettent de faire partie de groupes ayant un statut élevé</li> </ul>
<i>En public :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'individu d'abord</li> <li>○ Les gens ayant la conscience « Je »</li> <li>○ L'identité de l'un est celle de sa personne</li> <li>○ Les liens entre individus sont relâchés : chacun est censé s'occuper de soi-même et de sa famille proche</li> <li>○ Les gens investissent du temps pour l'amitié et ils appartiennent à plusieurs associations spécifiques variables avec le temps.</li> <li>○ Les amitiés sont très rares</li>   <li>○ L'individu participe volontairement à plusieurs groupes ou associations spécifiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ L'équipe d'abord</li> <li>○ Les gens ayant la conscience de « nous »</li> <li>○ L'identité de l'un est basée sur le système social auquel il appartient</li> <li>○ Les gens sont fidèles au groupe</li>   <li>○ L'amitié vient naturellement sans des obligations mutuelles. Les gens sont implicitement des « amis ».</li>   <li>○ Les amitiés sont très fréquentes. Le fait d'avoir ou de perdre un ami est très important. Quand quelqu'un omet une faute, ceci se reflète non seulement sur lui-même, mais sur le groupe auquel il appartient. Tout le groupe aura honte.</li>   <li>○ L'individu est intégré dès sa naissance, dans un groupe à forte cohésion, souvent une famille étendue (comprenant oncles, tantes et grands parents), qui continue à le protéger en échange d'une loyauté inconditionnelle. L'individu ne peut pas choisir.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les gens se rencontrent dans des jardins privés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les gens se rencontrent ensemble dans des lieux publics</li> </ul>
---	---

**Au travail :**

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les décisions sont individuelles</li> <li>○ Vie personnelle et vie professionnelle sont nettement séparées</li> <li>○ Efficacité d'abord, loyauté ensuite</li> <li>○ Être franc, direct</li> <li>○ Compétition importante entre individus</li> <li>○ Coopération selon la tâche</li> <li>○ Le conflit peut être productif</li> <li>○ Les mêmes normes de valeurs s'appliquent à tous : <i>universalisme</i></li> <li>○ Considérer que tout le monde est, au fond, individualiste : Les gens croient qu'il y a des valeurs universelles qui doivent être réparties à tout le monde Les gens individualistes de l'Amérique du Nord croient que leur démocratie doit idéalement être communiquée aux autres</li> <li>○ Selon Hall "<i>Americans, more than most, seem dominated by the need to shape other people in their own image</i>"</li> <li>○ Les autres sont perçus comme ressources potentielles</li> <li>○ La tâche l'emporte sur la relation</li> <li>○ Modèle calculé de la relation employeur-employé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les décisions sont liées au groupe .Les collectivistes recourent à une consultation maximale avant de décider</li> <li>○ Vie personnelle et vie professionnelle sont à peu près confondues</li> <li>○ Loyauté d'abord, efficacité ensuite</li> <li>○ Être indirect</li> <li>○ Compétition importante entre équipe</li> <li>○ Coopération au sein de l'équipe</li> <li>○ Harmonie parfaite entre les membres de l'équipe</li> <li>○ Les normes de valeurs diffèrent à l'intérieur et à l'extérieur du groupe : <i>Particularisme</i></li> <li>○ Reconnaître les différences culturelles : Les gens croient que les différents groupes ont différentes valeurs</li> <li>○ Les personnes asiatiques se sentent très uniques, ils ne peuvent pas et ne veulent pas imaginer que les autres soient capables d'adapter leurs valeurs comportementales</li> <li>○ Les autres sont perçus comme membre de leur propre groupe</li> <li>○ La relation l'emporte sur la tâche</li> <li>○ Modèle normal de la relation employeur-employé</li> </ul>
---	--

## APPENDICE B

### LISTE DES BANQUES ISLAMIQUES AU LIBAN

<b>LEBANESE ISLAMIC BANK s. a. l. (126)</b>	البنك اللبناني الإسلامي ش.م.ل
Ras Beirut, Hamra area, Rome street, Liberty Tower - 9th Floor P.O. Box: 113-5357 Hamra - Lebanon. Tel:01 755313/Fax: 01 755316 Mr. Khodr Temsah, General Manager	
<b>AL-BARAKA BANK LEBANON s. a. l. (B.B.L.) (109)</b>	بنك البركة لبنان ش.م.ل (ب.ب.ل.)
Ras Beirut, Rashid Karameh Ave., Verdun 2000 Center - 2nd Floor P.O. Box: 113-5683 Beirut, Lebanon. Tel:01 806463 /Fax: 01 806499 Email: Mr. Tameem Jad, Deputy Chairman & Managing Director	
<b>BANK SADERAT IRAN (67)</b>	بنك صادرات ايران
Ras Beirut, Facing Rashid Karameh statue, Rashid Karameh Ave., Alrose Bldg.-1st Floor P.O. Box: 5126 Beirut. Tel:01 341067 /Fax: 01 743565 Email: Mr. Ghader Tahmassebi, General Manager	
<b>ARAB FINANCE HOUSE (124)</b>	بيت التمويل العربي (مصرف إسلامي) ش.م.ل
Beirut, Charles Malek Ave., Arab Finance House Bldg. - 1st & 2nd Floors P.O. Box: 11-273 Riad ElSolh, Beirut 1107-2020 Lebanon Tel:01 329595 /Fax: 01 329797 Email: <a href="mailto:info@arabfinancehouse.com">info@arabfinancehouse.com</a> Website: <a href="http://www.arabfinancehouse.com">www.arabfinancehouse.com</a> Mr. Maher Duweik, Directeur General Adjoint	

Tiré de : (1) Association des banques au Liban.2005. *ALMANAC: LISTE D'IDENTIFICATION DES BANQUES*. (2) Circulaire de la BDL No. 34/2006, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9240, du 24.1.2006 concernant la liste officielle des banques au Liban.

## APPENDICE C

### LOIS ET CIRCULAIRES DE LA BANQUE DU LIBAN

C.1	Loi No. 575 du 11.2.2004 concernant la création des banques islamiques au Liban (version arabe).....	110
C.2	Circulaire de la BDL aux banques No. 94, décision prise par le conseil central de la BDL No. 8828, du 26.8.2004 concernant la pratique des opérations bancaires islamiques au Liban (version française).....	114
C.3	Circulaire de la BDL aux banques No. 95, décision prise par le conseil central de la BDL No. 8829, du 26.8.2004 concernant les conditions d'établissement des banques islamiques au Liban (version française).....	118
C.4	Circulaire de la BDL aux banques No. 96, décision prise par le conseil central de la BDL No. 8870, du 20.10.2004 concernant les opérations de "Mourabaha" réalisées avec ou par l'intermédiaire des banques islamiques (version arabe).....	122
C.5	Circulaire de la BDL aux banques No. 97, décision prise par le conseil central de la BDL No. 8954, du 19.1.2005 concernant les opérations de "Moucharaka" ou de participation réalisées par les banques islamiques (version arabe).....	128
C.6	Circulaire de la BDL aux banques No. 98, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9041, du 1.6.2005 concernant les comités d'investissement collectif musulmans (version anglaise).....	132
C.7	Circulaire de la BDL aux banques No.99, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9042, du 1.6.2005 concernant les opérations de « Leasing » dans les banques islamiques (version française).....	143
C.8	Circulaire de la BDL aux banques No.100, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9084, du 16.7.2005 concernant les opérations de « Moudaraba » réalisées par les banques islamiques (version française).....	147
C.9	Circulaire de la BDL aux banques No.101, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9207, du 10.12.2005 concernant les opérations de « Al-Salam » réalisées par les banques islamiques (version arabe).....	151
C.10	Circulaire de la BDL aux banques No.102, décision prise par le conseil central de la BDL No. 9208, du 10.12.2005 concernant les opérations de « Al -Istisnaa » dans les banques islamiques (version arabe).....	154

## قانون رقم ٥٧٥ تاريخ ١١ شباط ٢٠٠٤ إنشاء المصارف الإسلامية في لبنان

### مادة وحيدة:

- صدق مشروع القانون الوارد بالمرسوم رقم ٩٣٥١ تاريخ ٢٤/١٢/٢٠٠٢ المتعلق بإنشاء المصارف الإسلامية في لبنان كما عدلته لجنة المال والموازنة.

- يعمل بهذا القانون فور نشره في الجريدة الرسمية .

بعيدا في ١١ شباط ٢٠٠٤

الإمضاء: اميل لحود

صدر عن رئيس الجمهورية  
رئيس مجلس الوزراء  
الإمضاء: رفيق الحريري

رئيس مجلس الوزراء  
الإمضاء: رفيق الحريري

### قانون

### إنشاء المصارف الإسلامية في لبنان

### المادة الأولى:

يقصد بالمصارف الإسلامية تلك التي يتضمن نظامها الأساسي التزاما بعدم مخالفة الشريعة الإسلامية في العمليات التي تقوم بها وخاصة عدم التعامل بالفائدة اخذ او عطاء.  
تطبق على المصارف الإسلامية، في ما لم يرد بشأنه نص خاص في هذا القانون، جميع الأحكام القانونية والنظامية المعمول بها في لبنان لا سيما تلك المتعلقة بصورة مباشرة او غير مباشرة بالمصارف بما فيها كل من قانون التجارة البرية وقانون النقد والتسليف وقانون سرية المصارف.

### المادة الثانية:

يخضع تأسيس المصارف الإسلامية كما يخضع إنشاء أي فرع لمصرف إسلامي أجنبي في لبنان لترخيص من المجلس المركزي لمصرف لبنان.  
يضع المجلس المركزي لمصرف لبنان نظاماً خاصاً يتضمن جميع الشروط الواجب توافرها لمنح الترخيص.

يمنح المجلس المركزي لمصرف لبنان الترخيص إذا انه رأى انه يخدم المصلحة العامة. وهو يتمتع بسلطة استثنائية في منح الترخيص او رفضه ولا تخضع قراراته لأي طريق من طرق المراجعة العادية او الاستثنائية الإدارية او القضائية بما في ذلك المراجعة لتجاوز حد السلطة. يمكن للمصارف غير الإسلامية العاملة في لبنان ان تؤسس او تشارك في تأسيس مصارف إسلامية، كما يمكنها ان تملك اسهم مصارف إسلامية قائمة في لبنان شرط تحقق الأمرين التاليين:

- ١- الاستحصال على موافقة مسبقة من المجلس المركزي لمصرف لبنان.
- ٢- مراعاة أحكام المادة /١٥٣/ من قانون النقد والتسليف.

### المادة الثالثة:

يكون للمصارف الإسلامية الحق في القيام بجميع الخدمات والعمليات المصرفية والتجارية والمالية والاستثمارية بما في ذلك تأسيس الشركات والمساهمة في مشاريع قائمة او قيد التأسيس.

تخضع الودائع النقدية التي تتلقاها المصارف الإسلامية لأحكام الفقرتين الأولى والثانية من المادة /٣٠٧/ من قانون التجارة البرية ولأحكام الباب الثاني من القانون رقم ٦٧/٢٨ تاريخ ٩ أيار ٦٧ ما لم يتم الاتفاق مع الزبون على ان تكون وديعته مرتبطة بنتائج المصرف السنوية او بنتائج العمليات وان تتأثر بها وفقاً للآلية يضعها لهذه الغاية المجلس المركزي لمصرف لبنان.

لا يجوز ان تقل آجال استحقاق الودائع وفقاً للفقرة الثانية من المادة الثالثة من هذا القانون ووفقاً للفقرتين الأولى والثانية من المادة ٣٠٧ من قانون التجارة البرية عن ستة اشهر، الا انه يحق للمصارف الإسلامية فتح حسابات جارية لعملائها لقيود ايداعات وسحوبات الأموال ولقيود عمليات بيع وشراء الأوراق المالية وغيرها من عمليات المصارف الإسلامية.

#### المادة الرابعة:

تعفى المصارف الإسلامية من التقيد بأحكام الفقرتين (١) و(٢) من المادة /١٥٢/ من قانون النقد والتسليف. ويجاز لها اجراء المشاركات والمساهمات دون التقيد بأحكام المادة /١٥٣/ من القانون المذكور شرط ان تستعمل إما أموالها الخاصة واما الودائع الخاضعة لأحكام الفقرتين الأولى والثانية من المادة ٣٠٧ من قانون التجارة البرية والتي يوافق أصحابها خطياً على ذلك.

للمجلس المركزي لمصرف لبنان ان يضع الأنظمة لمجمل ولكل من عمليات المصارف الإسلامية، كما له ان يحدد ويعدل كلما رأى ذلك ضرورياً، قواعد تسيير العمل والنسب الواجب توافرها بين مختلف عناصر الميزانية وخارجها والتي على المصارف الإسلامية الالتزام بها لتحقيق أغراضها ولحماية مودعيها والمتعاملين معها والحفاظ على سيولتها وملاءتها.

#### المادة الخامسة:

اضافة الى الحقوق العينية العقارية التي يجوز للمصارف اكتسابها واستثناء لأحكام القانون المنفذ بالمرسوم رقم ١١٦١٤ تاريخ ١٩٦٩/١/٤ وتعديلاته، (اكتساب غير اللبنانيين الحقوق العينية العقارية في لبنان) يجوز للمصارف الإسلامية ان تكتسب الحقوق العينية العقارية حصراً لاقامة مشاريع استثمارية. يتم الاكتساب بموجب ترخيص مسبق من المجلس المركزي لمصرف لبنان الذي عليه ان يتحقق من جدية المشروع وان يحدد في ترخيصه مدة انجاز المشروع شريطة ان لا تتعدى مدة اكتساب هذه الحقوق خمسة وعشرين عاما غير قابلة للتجديد وضمن حدود المساحات القصوى الجائز تملكها في كل محافظة لغير اللبنانيين. لا يصح الترخيص نافذاً الا بعد موافقة مجلس الوزراء.

#### المادة السادسة:

يجب ان تمثل ٥٠% (خمسون بالمئة) على الأقل من عناصر الأصول والحقوق المبينة في ميزانية كل مصرف إسلامي باستثمارات وتوظيفات في لبنان. وللمجلس المركزي لمصرف لبنان ان يزيد هذه النسبة وفقاً لمقتضيات المصلحة العامة وان يقدر ما اذا كانت بعض العناصر تدخل في النسبة السابقة ام لا، ولا يخضع تقديره في هذا المجال لاي طريق من طرق المراجعة العادية او الاستثنائية الإدارية او القضائية بما في ذلك المراجعة لتجاوز حد السلطة.

### المادة السابعة:

يتوجب على المصارف الإسلامية ان تعلم زبائنها خطياً، ولا سيما أصحاب الودائع المرتبطة بالنتائج، عن نوع وماهية ومخاطر العمليات والاستثمارات والتوظيفات التي تقوم بها وعن نتائجها وعن نسبة مساهمتها المباشرة او غير المباشرة في هذه المشاريع وذلك بصورة دورية كل ثلاثة اشهر على الأقل.

### المادة الثامنة:

يتوجب على المصارف الإسلامية مسك حسابات العملاء على وجه تميز فيه، بين حسابات الودائع المصرفية المفتوحة لدى صناديقها وفقاً لأحكام الفقرتين الأولى والثانية من المادة /٣٠٧/ من قانون التجارة وبين حسابات الودائع المرتبطة بالنتائج وفقاً للفقرة الثانية من المادة الثالثة من هذا القانون.

وعلى لجنة الرقابة على المصارف لدى مصرف لبنان ان تثبت من تقيد المصرف بهذا الموجب ولا يعتد بوجهها في ممارستها هذه المهام بأحكام القانون الصادر بتاريخ ٣ أيلول ١٩٥٦ (سرية المصارف).

### المادة التاسعة:

تعيّن الجمعية التأسيسية لكل مصرف إسلامي ومن بعدها الجمعيات العمومية العادية هيئة استشارية مؤلفة من ثلاثة مستشارين اختصاصيين في أحكام الشريعة والفقه والعمليات المصرفية والمالية، ويكون تعيينهم ثلاث سنوات قابلة للتجديد. تتولى الهيئة الاستشارية ابداء الرأي في عدم مخالفة معاملات المصرف للشريعة الإسلامية ولها ان ترفع تقريراً بذلك الى مجلس الإدارة والجمعية العمومية للمساهمين. وللهيئة ان تقترح تلقائياً على الجمعية العمومية للمساهمين ومجلس الإدارة كل ما تراه مفيداً من اجل تحقيق المصرف لموضوعه على الوجه الشرعي المناسب.

### المادة العاشرة:

يعمل بهذا القانون فور نشره في الجريدة الرسمية.

## **BANQUE DU LIBAN**

### **Circulaire de base No. 94 adressée aux banques**

Veillez trouver ci-joint une copie de la Décision de base No. 8828 du 26 août 2004, relative au fonctionnement des banques islamiques au Liban.

Beyrouth, le 26 août 2004

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

## **Banque du Liban**

### **Décision de base No. 8828 Relative au fonctionnement des banques islamiques au Liban**

**Le Gouverneur de la Banque du Liban,**

**Vu les dispositions du Code de la Monnaie et du Crédit,  
Vu les dispositions de la loi 575 du 11 Février 2004, relative à l'établissement des banques islamiques au Liban, notamment celles des articles 3 et 4,  
Vu la Décision adoptée par le Conseil Central de la Banque du Liban en sa séance du 25 août 2004,**

**Décide ce qui suit :**

#### **Article 1:**

Sur base des dispositions de l'article 3, alinéa 2 de la loi 575 du 11 Février 2004, relative à l'établissement des banques islamiques au Liban, les principes suivants seront adoptés pour établir les contrats et déterminer les rendements des comptes de dépôts pouvant être reçus par les banques islamiques, et qui sont liés aux résultats annuels de la banque ou aux résultats des opérations.

#### **I- Établissement du contrat de dépôt:**

Le contrat de dépôt doit, au moins, comprendre expressément les éléments suivants:

- Le montant déposé auprès de la banque concernée, les conditions de son utilisation et sa date d'échéance.
- La part de bénéfice qui revient à chaque partie et qui doit être sous forme de pourcentage indivis et non un montant déterminé.
- Tous les frais encourus par le procureur de fonds (Rab al-Mal).
- Les modalités de répartition des pertes éventuelles.
- La possibilité ou non pour le déposant de retirer le dépôt avant son échéance, en totalité ou en partie, et les conditions d'un tel retrait.
- La possibilité ou non d'intégrer le dépôt aux fonds propres de la banque ou aux fonds dont la banque peut disposer sans restriction.

## II- Rendements des comptes de dépôts:

### 1- En ce qui concerne les dépôts liés aux résultats annuels de la banque:

Les résultats du dépôt sont liés aux résultats annuels de la banque lorsque le contrat de dépôt stipule que ledit dépôt est intégré aux fonds propres de la banque ou aux fonds dont elle peut disposer sans restriction (comptes courants ou autres fonds qui n'ont pas été reçus par la banque sur base d'un contrat de Moudaraba). Par conséquent, le dépôt lié aux résultats annuels de la banque prend soit la forme d'un compte d'investissement absolu, soit la forme d'un compte d'investissement conditionné intégré.

### 2- En ce qui concerne les rendements liés aux résultats des opérations:

Les résultats du dépôt sont liés aux résultats des opérations y afférant lorsque le dépôt n'est pas intégré aux fonds propres de la banque ou aux fonds dont elle peut disposer sans restriction, et est, par conséquent, inscrit hors bilan. Dans ce cas, le dépôt prend la forme d'un compte d'investissement conditionné non intégré.

### 3- En ce qui concerne l'application des parts des résultats:

La part due aux déposants est appliquée d'une manière périodique ou annuelle en fin de période financière convenue, sur base de la valeur comptable (solde inscrit dans les livres de la banque).

## Article 2:

La valeur de l'actif fixe destiné à être utilisé par la banque islamique ne doit pas dépasser 30% de ses fonds propres de base nets. De même, ses investissements en actif fixe ne doivent pas dépasser, y compris le pourcentage susmentionné, 50% de la valeur totale de son portefeuille d'investissement.

## Article 3:

Les fonds propres de base nets d'une banque islamique ne doivent, à aucun moment, être inférieurs à 5% de la valeur totale de son portefeuille d'investissement, telle qu'inscrite hors bilan.

## Article 4:

En plus des réserves légales imposées aux banques non-islamiques, la banque islamique doit constituer des provisions «comptes de dépôts liés aux résultats» contre les risques propres aux investissements dans ces comptes, et ce afin de couvrir toutes pertes supérieures à la totalité des

bénéfices de l'investissement durant une année déterminée. Ces provisions seront prélevées à un taux égal, au moins, à 12% des bénéfices nets de l'investissement sur les différentes opérations effectuées durant ladite année, jusqu'à ce que la somme cumulée atteigne le double du capital versé de la banque islamique libanaise, ou le double du capital affecté à l'agence de la banque islamique étrangère.

#### **Article 5:**

Dans ses opérations de financement, la banque islamique devra se conformer aux obligations supplémentaires suivantes:

- 1- Dans les cas qui requièrent une garantie de la part des clients, le volume du financement ne doit pas dépasser 60% des garanties réelles telles qu'évaluées par les experts de la banque sous leur responsabilité personnelle.

Sont exclues de ce pourcentage les opérations de financement garanties par des dépôts en espèces ou par des garanties bancaires données comme gage ou affectées comme sûreté. En cas de baisse de la valeur de la garantie, pour quelque cause que ce soit, la banque doit immédiatement réclamer au client des garanties supplémentaires, afin de se conformer au pourcentage susmentionné.

- 2- Le financement par la banque de l'ensemble des sociétés qui lui sont affiliées ne doit pas dépasser 30% de ses fonds propres de base, et le financement par la banque d'une seule société ne doit pas dépasser 10% desdits fonds.

Ces deux pourcentages couvrent les opérations de financement des fonds communs de placement, qui sont établis et/ou gérés par la banque concernée sous quelque système que ce soit.

#### **Article 6:**

En sus des dispositions de la présente décision, et sauf stipulation contraire, les banques islamiques sont régies par toutes les dispositions et réglementations relatives aux banques non-islamiques.

#### **Article 7:**

Cette Décision sera publiée au Journal Officiel et entrera en vigueur dès sa promulgation.

Beyrouth, le 26 août 2004

Le Gouverneur de la Banque du Liban  
Riad Toufic Salamé

# BANQUE DU LIBAN

## Circulaire de base No 95 adressée aux Banques

Veillez trouver ci-joint une copie de la Décision de base No 8829 du 26 août 2004, relative aux Conditions d'établissement des banques islamiques au Liban.

Beyrouth, le 26 août 2004

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

## **BANQUE DU LIBAN**

### **Décision de Base No 8829**

#### **Conditions d'établissement des banques islamiques au Liban**

**Le Gouverneur de la Banque du Liban,**

**Vu les dispositions du Code de la Monnaie et du Crédit;**

**Vu les dispositions de la loi 575 du 11 février 2004, relative à l'établissement des Banques islamiques au Liban, notamment celles de l'Article 2; et**

**Vu la décision adoptée par le Conseil Central de la Banque du Liban en sa séance du 25 août 2004,**

**Décide ce qui suit :**

#### **Article 1:**

Les activités bancaires islamiques sont interdites au Liban, sauf pour les institutions suivantes :

- Les banques islamiques établies au Liban.
- Les branches de banques islamiques étrangères.

#### **Article 2:**

- a- Les fondateurs d'une banque islamique au Liban doivent comprendre des banques opérant au Liban ou des banques étrangères islamiques ou compétentes en matière d'opérations bancaires islamiques.
- b- Un minimum équivalent au tiers du total des actions de la banque islamique libanaise doit être constamment détenu par des banques appartenant aux catégories énumérées au Paragraphe (a) du présent Article.

#### **Article 3:**

Le capital minimal des banques islamiques au Liban ou le capital minimal qui doit être affecté aux branches des banques islamiques étrangères autorisées à opérer au Liban, est fixé à 150 000 000 000 L.L. (cent cinquante milliards de livres libanaises), entièrement libéré en espèces auprès de la Banque du Liban.

Avant d'entamer les opérations, une part de ce capital, fixée par le Conseil Central, sera déposée auprès du Trésor libanais en compte bloqué au nom de la banque concernée, et lui sera remboursée sans intérêt en cas de liquidation de ses activités.

Dans des cas exceptionnels justifiés et notamment quand les banques sollicitant l'autorisation jouissent d'une grande compétence professionnelle, le Conseil Central pourra, selon des conditions qu'il fixe, décider:

- 1- Soit d'accorder à la banque islamique libanaise ou la branche de la banque islamique étrangère un délai déterminé pour augmenter son capital jusqu'au seuil minimal susmentionné.
- 2- Soit d'approuver un capital minimal équivalent à trente milliards de livres libanaises si les deux conditions suivantes sont simultanément remplies:
  - a- Les fonds propres ne doivent, à aucun moment, être inférieurs à cent cinquante milliards de livres libanaises :
    - Pour les banques participant au capital de la banque islamique libanaise et mentionnées à l'Article 2, Paragraphe (a) de cette Décision.
    - Pour la banque islamique étrangère autorisée à ouvrir une branche au Liban.
  - b- Chacune des banques citées à l'Article 2, Paragraphe (a) de cette Décision ou la banque islamique étrangère autorisée à ouvrir une branche au Liban s'engage expressément, conjointement et solidairement, en vertu des dispositions de l'Article 134 du Code de la Monnaie et du Crédit, à reconstituer le capital de la banque islamique libanaise ou celui de la branche de la banque islamique étrangère au Liban, en cas de pertes affectant le capital.

#### **Article 4:**

La demande d'autorisation pour l'établissement d'une banque islamique libanaise doit être présentée à la Banque du Liban, signée par ses fondateurs et accompagnée d'une copie originale et de trois copies de chacun des documents spécifiés à l'Article 2 de la Décision de base N° 7739 du 21/12/2000, relative aux conditions d'établissement des banques au Liban.

Les statuts des banques islamiques libanaises doivent comprendre une section relative à l'Organe Consultatif en matière de Charia, exposant en détail les dispositions régissant la nomination des membres dudit Organe, sa relation avec la banque et ses prérogatives y compris les dispositions relatives au contrôle interne conforme aux prescriptions de la Charia. Ces dispositions doivent montrer clairement l'engagement de la banque concernée à se conformer, dans toutes ses transactions et opérations, aux principes de la Charia en accord avec les lois en vigueur qui ne sont pas en contradiction avec les dispositions de la Loi 575 du 11/2/2004 relative à l'établissement des banques islamiques et avec les réglementations promulguées par la Banque du Liban en application de ladite loi.

#### **Article 5:**

La demande d'autorisation pour l'établissement d'une branche d'une banque islamique étrangère doit être présentée à la Banque du Liban, signée par la direction de la banque islamique étrangère concernée et accompagnée d'une copie originale et de trois copies de chacun des documents mentionnés à l'Article 3 de la Décision de base N° 7739 du 21/12/2000 susmentionnée, ainsi que d'un engagement émis par le Conseil d'Administration de la banque islamique étrangère ou par sa direction au Liban certifiant l'engagement de la branche de la banque islamique à appliquer les dispositions de l'Article 4, Paragraphe 2, de cette Décision.

**Article 6:**

Le Conseil Central de la Banque du Liban accorde l'autorisation pour l'établissement de la banque dans la mesure où il considère ceci utile à l'intérêt public et après s'être assuré que toutes les conditions légales et réglementaires stipulées à l'Article 4 de la Décision de base N° 7739 susmentionnée sont remplies.

**Article 7:**

La banque islamique libanaise ou la branche de la banque islamique étrangère dont l'établissement est autorisé par le Conseil Central de la Banque du Liban, doit compléter les formalités de son établissement dans un délai maximal de six mois à compter de la date de sa notification de l'autorisation sous peine d'annulation de ladite autorisation.

**Article 8:**

En sus des dispositions de la présente Décision et sauf stipulation contraire, les banques islamiques sont régies par toutes les dispositions et réglementations relatives aux banques non-islamiques.

**Article 9:**

Cette Décision sera publiée au Journal Officiel et entrera en vigueur dès sa promulgation.

Beyrouth, le 26 août 2004

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

تعميم أساسي رقم ٩٦

للمصارف

نودعكم ربطاً نسخة عن القرار الأساسي رقم ٨٨٧٠ تاريخ ٢٠/١٠/٢٠٠٤ المتعلق بعمليات  
المرابحة المجرأة مع/أو عن طريق المصارف الإسلامية.

بيروت، في ٢٠ تشرين الأول ٢٠٠٤  
حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

## قرار أساسي رقم ٨٨٧٠

### عمليات المرابحة المجرأة مع/أو عن طريق المصارف الإسلامية

إن حاكم مصرف لبنان،  
بناءً على قانون النقد والتسليف ولا سيما المادة ٧٠ منه،  
وبناءً على القانون رقم ٥٧٥ تاريخ ٢٠٠٤/٢/١١ المتعلق بإنشاء المصارف الإسلامية في لبنان  
ولا سيما المادة الرابعة منه،  
وبناءً على القرار الأساسي رقم ٨٨٢٨ تاريخ ٢٠٠٤/٨/٢٦ المتعلق بممارسة عمل المصارف  
الإسلامية في لبنان،  
وبناءً على قرار المجلس المركزي لمصرف لبنان المتخذ في جلسته المنعقدة بتاريخ ٢٠٠٤/١٠/١٤،

يقرر ما يأتي :

#### المادة الأولى: تعاريف:

لغايات تطبيق أحكام هذا القرار، يقصد بالعبارات التالية، المعاني الواردة  
أمام كل منها:

مرابحة : البيع بتكلفة شراء الأصل مع زيادة ربح معلوم.  
الأمر : عميل المصرف الإسلامي.  
المأمور : المصرف الإسلامي.  
أصل : هو كل مال منقول أو غير منقول متوفرة فيه شروط  
المادة الخامسة من القانون رقم ٥٧٥  
تاريخ ٢٠٠٤/٢/١١، موضوع عملية المرابحة.  
المرابحة للأمر بالشراء : هو البيع الذي يتفاوض بشأنه طرفان أو أكثر  
ويتواعدان على تنفيذ هذا التفاوض الذي يطلب  
بمقتضاه الأمر من المأمور شراء أصل لنفسه، ويعد  
الأمر المأمور بشرائه منه وتربيحه فيه، على أن  
يعقدا بيعاً بعد تملك المأمور للأصل المذكور.

هامش الجدية : هو المبلغ الذي يدفعه الأمر بناء على طلب  
من المأمور للتأكد من أن الأمر جاد في طلبه.  
على أنه إذا عدل الأمر عن شراء الأصل في حالة  
الإلزام، عوض الضرر الفعلي الذي لحق بالمأمور  
من هذا المبلغ. فإذا لم يف هامش الجدية بالضرر  
الذي أصاب المأمور، فله أن يعود على الأمر بما  
تسبى من خسارة. أما إذا فاق مقدار الضرر، فعلى  
المأمور رد الرصيد المتبقي إلى الأمر.

../..

موجودات لعمليات المراجعة : هي مجموع الأصول موضوع عمليات المراجعة. موجودات من عمليات مراجعة غير منفذة: هي مجموع الأصول التي تم حيازتها بهدف إجراء عمليات مراجعة ونقل الأمر بالشراء بوعده بالشراء.

مؤونة هيوط قيمة الموجودات: هو مبلغ يتم تخصيصه لمقابلة انخفاض في قيمة الأصول موضوع عمليات المراجعة وذلك لتقويم هذه الموجودات بالتكلفة او بالقيمة السوقية أيهما أقل. حسابات الاستثمار المطلقة : هي التي يعطي أصحابها الحق للمصرف في استثمارها على أساس عقد المضاربة على الوجه الذي يراه مناسباً، دون تقييدهم له باستثمارها بنفسه، أو في مشروع معين، أو لغرض معين، أو بكيفية معينة. كما أنهم يأذنون له بخلطها مع أموال المصرف وبالتالي تعود نتائج الاستثمار لهذه الحسابات على مجموع المشاركين فيها بالمال أو بالجهد.

حسابات الاستثمار المقيدة : هي الحسابات التي يعطي أصحابها الحق للمصرف في استثمارها على أساس عقد المضاربة أو عقد الوكالة بالاستثمار ويقيدون المصرف ببعض الشروط كأن يستثمرها في مشروع معين، أو لغرض معين، أو ان لا يخلطها بأمواله الخ .... .

المادة الثانية: يطبق هذا القرار على عمليات المراجعة للأمر بالشراء المتضمنة وعداً ملزماً بالشراء من قبل الأمر، سواء تملك المصرف الإسلامي الأصل من أمواله الخاصة أو من الأموال التي له حق تصرف مطلق أو مقيد بها.

المادة الثالثة: على المصرف الإسلامي تطبيق قاعدة إلزام العميل بالشراء في عمليات بيع المراجعة، وبالتالي عدم الدخول في أية مراجعة لا يلتزم فيها العميل بالشراء بعد مطابقة الأصل للمواصفات المطلوبة.

المادة الرابعة: يجب ان يتضمن عقد المراجعة للأمر بالشراء، على الأقل وبشكل صريح ودقيق، المندرجات التالية:

١- حقوق والتزامات الأطراف على وجه يثبت فيه ان العملية هي مراجعة للأمر بالشراء.

٢- الأصل موضوع العقد.

٣- تحديداً للثمن المتوقع وللمصاريف وللرسوم وللضرائب كافة المدفوعة من قبل المأمور كما وتلك المتوجبة على الأمر، لا سيما الأرباح المتفق عليها.

..//..

- ٤- تحديداً لجميع الضمانات المقدمة من قبل الأمر بالشراء.
- ٥- تحديداً لهامش الجديّة المدفوع سلفاً من قبل الأمر بالشراء والذي يجب ان يكون نقدياً ولا يقل عن ١٥% من قيمة المبلغ الإجمالي المتوقع الذي سيقوم المأمور بتسديده.
- ٦- تحديداً لكيفية قيام الأمر بالشراء بتسديد ثمن المبيع وجزاء التخلف عن السداد في المواعيد المقررة.

المادة الخامسة: تدرج حسابات المربحة وفقاً للملحق المرفق بهذا القرار.

المادة السادسة: لا يجوز للمصرف الإسلامي امتلاك أصول ناجمة عن عمليات مربحة غير منقذة لمدة تزيد عن السنة أشهر من تاريخ تصنيفها ضمن هذه الحسابات. ويعود للمجلس المركزي ان يفرض على المصرف الإسلامي التقيد بأي إجراء يراه ضرورياً لتصفية الأصول المشار إليها أعلاه.

المادة السابعة: إضافة للأحكام الواردة في هذا القرار، تطبق على المصارف الإسلامية، في ما لم يرد بشأنه نص مخالف، جميع الأحكام والأنظمة والمبادئ المتعلقة بالمصارف غير الإسلامية.

المادة الثامنة: يعمل بهذا القرار فور صدوره .

المادة التاسعة: ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية .

بيروت، في ٢٠ تشرين الأول ٢٠٠٤  
حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

## المعالجة المحاسبية لعمليات المراجعة

أ - الوعد بالشراء ( العقد الأول في عملية المراجعة )  
يسجل العقد بقيمته الاسمية خارج الميزانية ضمن التعهدات المأخوذة ، ويرصد لاحقاً عند تنفيذ الوعد ( العقد الثاني في عملية المراجعة ) ، أو عند التمتع عن تنفيذ الوعد حيث يسجل بذات القيمة في حسابات خارج الميزانية ضمن حسابات للذكر .

ب- موجودات عمليات :

ب-١ موجودات عمليات المراجعة.

تسجل هذه الموجودات بتاريخ التعاقد على الشراء بكلفتها التاريخية داخل وخارج الميزانية وفقاً لنسب التمويل، يضاف عليها أية تكاليف مهما كانت، إضافية يتحملها المصرف في سبيل تملك أو حيازة واستلام الموجودات. تخفض هذه الكلفة لاحقاً بأي تغير مادي قبل متابعة وعد الشراء وتحمل هذه التغيرات على أعباء المأمور و/أو حسابات المستثمرين وفقاً لنسب التمويل.

ب-٢ موجودات من عمليات مراجعة غير منفذة.

يعاد تصنيف هذه الموجودات ضمن موجودات من مرابحات غير منفذة بقيمتها الدفترية. تعدل هذه القيمة لاحقاً عند حصول أي تغير مادي وتحمل هذه التغيرات على هامش الجدية، أما التغير المالي الناتج عن الفرق بين سعر السوق والقيمة الدفترية (الكلفة المعدلة) فيسجل في مؤونة هبوط قيمة الموجودات.

ج - مؤونة هبوط قيمة الموجودات.

تكون هذه المؤونة في حال انخفاض سعر السوق عن الكلفة بقيمة الانخفاض على أن تحرر هذه المؤونة في حال عاد وارتفع سعر السوق بقيمة الارتفاع. على أن يتم إعادة تقييم الموجودات المذكورة لتكوين أو تحرير هذه المؤونة عند إعداد البيانات المالية الشهرية .

د - هامش الجدية.

د-١ يسجل هامش الجدية النقدي في الميزانية ضمن الالتزامات.

د-٢ عند تنفيذ عقد المراجعة الثاني يرصد هامش الجدية المسجل في الالتزامات (د-١) في حساب ذم البيوع الأجلة لعمليات المراجعة .

د-٣ عند تصفية موجودات عمليات المراجعة غير المنفذة، تحمل الخسائر على هامش الجدية، ويرد الرصيد المتبقي للأمر أو يحمل أي عجز عبر تسجيله ضمن حسابات الذمم المدينة .

هـ- ذم البيوع الأجلة لعمليات المراجعة.

هـ- ١ عند تنفيذ وعد الشراء تسجل قيمة العقد الثاني الاسمية على حساب الأمر ضمن ذم البيوع الأجلة لعمليات مراجعة داخل وخارج الميزانية وفقاً لنسب التمويل ، على أن تسجل قيمة الضمانات المقدمة إن وجدت في حسابات خارج الميزانية ضمن الضمانات العينية المادية أو المالية المستلمة وترصد عند انتقاء الحاجة منها أو تملكها.

هـ- ٢ في حال توقف العميل عن تسديد المستحقات يصنف حسابه ضمن ذم البيوع الأجلة المشكوك بتحصيلها داخل وخارج الميزانية وفقاً لنسب التمويل ، وتكون مقابل حصة الأمر مؤونة ذم مشكوك بتحصيلها بعد الأخذ بالاعتبار الضمانات الموجودة بحوزته.

و- الأرباح المؤجلة.

و- ١ عند تنفيذ وعد الشراء بالبيع الأجل تسجل أرباح العملية في حساب أرباح مؤجلة - ضمن ذم البيوع الأجلة لعمليات المراجعة - ويعترف بها كإيرادات للمأمور و/أو كعائدات للمستثمرين وفقاً لنسب التمويل على أساس الاستحقاق (أي بشكل دوري) .

و- ٢ عند تصنيف حساب الأمر ضمن الذم المشكوك بتحصيلها تصنف الأرباح المؤجلة بشكل متناسب معها، على أن يعترف بها، عند تحصيل كل قسط، كإيرادات للمأمور و/أو كعائدات للمستثمرين وذلك وفقاً لنسب التمويل.

ز- الحسم المكتسب بعد الشراء / الحسم الممنوح بعد البيع.

ز- ١ الحسم المكتسب بعد الشراء.

يعترف بالحسم المكتسب بعد شراء المأمور للأصل وقبل إعادة بيعه تخفيضاً لقيمة الأصل، أما إذا تم الحسم بعد بيعه فيعترف به وفقاً لرأي الهيئة الشرعية.

ز- ٢ الحسم الممنوح بعد البيع.

عند منح المأمور حسماً للأمر نتيجة السداد المبكر لقسط أو لبعض الأقساط وذلك بالاتفاق بينهما، يخفض حساب الأمر في ذم البيوع الأجلة مقابل خفض الأرباح المؤجلة إن لم يكن قد اعترف بها كإيرادات، وإلا تخفض إيرادات المأمور و/أو عائدات المستثمرين وفقاً لنسب التمويل.

ح- حسابات الاستثمار المطلقة / حسابات الاستثمار المقيدة.

ح- ١ تدون داخل الميزانية حسابات الاستثمار المطلقة.

ح- ٢ تدون خارج الميزانية حسابات الاستثمار المقيدة.

تعميم أساسي رقم ٩٧

للمصارف

نودعكم ريبطاً نسخة عن القرار أساسي رقم ٨٩٥٤ تاريخ ٢٠٠٥/١/١٩ المتعلق بعمليات المشاركة أو المساهمة التي تقوم بها المصارف الإسلامية.

بيروت، في ١٩ كانون الثاني ٢٠٠٥

حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

## قرار أساسي رقم ٨٩٥٤

عمليات المشاركة او المساهمة التي تقوم بها المصارف الإسلامية

إن حاكم مصرف لبنان،  
بناءً على قانون النقد والتسليف ولا سيما المادة ٧٠ منه،  
وبناءً على القانون رقم ٥٧٥ تاريخ ٢٠٠٤/٢/١١ المتعلق بإنشاء المصارف الإسلامية في لبنان  
ولا سيما المادة الرابعة منه،  
وبناءً على قرار المجلس المركزي لمصرف لبنان المتخذ في جلسته المنعقدة بتاريخ ٢٠٠٥/١/١٢،

يقرر ما يأتي :

### المادة الأولى: تعاريف:

لغاية تطبيق أحكام هذا القرار، يقصد بالعبارات التالية، المعاني الواردة  
أمام كل منها:

المشاركة  
: هي تقديم المصرف و عميل او عملاء مال بنسب  
متساوية او متفاوتة من أجل إنشاء مشروع جديد  
او المساهمة في مشروع قائم، بقصد اقتسام ما ينتج  
عنه من ربح، بحيث يصبح كل واحد منهم مالكا  
لحصة في رأس المال بنسبة تقديماته.  
تكون المشاركة اما ثابتة او متناقصة وتأخذ  
أي شكل من أشكال الشراكة المقبولة قانوناً.

المشاركة الثابتة  
: هي المشاركة التي تبقى فيها حصة الشريك  
او الشركاء في رأس مال المشروع طوال أجلها  
المحدد في العقد.

### المشاركة المنتهية بالتملك

أو المشاركة المتناقصة : هي المشاركة التي يعطي فيها المصرف الحق  
للشريك او للشركاء الآخرين في شراء حصة  
المصرف تدريجياً بحيث تتناقص حصة المصرف  
وتزيد حصة الشريك او الشركاء الآخرين إلى ان  
ينفرد هؤلاء بملكية كامل رأس مال المشروع.

المساهمات  
: هي المشاركة التي يتملك فيها المصرف أسهماً  
او قيماً منقولة او حقوقاً تمثل ملكية في رأس مال  
مؤسسة او منشأة اخرى .

..//..

المادة الثانية : يحظر على المصارف الإسلامية الدخول لحسابها ، بشكل مباشر او غير مباشر، في أية مشاركات أو مساهمات إلا باستعمالها اما أموالها الخاصة واما الودائع التي تتوفر فيها أحكام الفقرتين الأولى والثانية من المادة ٣٠٧ من قانون التجارة والتي يوافق أصحابها خطياً على ذلك.

المادة الثالثة : يجب ان يتضمن عقد المشاركة، على الأقل وبشكل صريح ودقيق، المندرجات التالية:

- ١- موضوع المشاركة.
- ٢- حجم وشكل (نقدي، عيني) ونسبة رأس المال المساهم به.
- ٣- مدة المشاركة.
- ٤- حقوق والتزامات الأطراف، خصوصاً لجهة تمكين المصرف من مراقبة ومتابعة أعمال المشاركة في حال تكليف العميل بالانفراد بإدارة أعمال المشاركة.
- ٥- كيفية توزيع الأرباح والخسائر التي يجب ان تكون نسباً شائعة وليس مبلغاً مقطوعاً، بحيث تقسم الخسارة على قدر حصة كل شريك في رأس المال ولا يصح اشتراط خلاف ذلك.
- ٦- الضمانات المقدمة من قبل العميل التي تضمن نتيجة تقصيره أو إهماله في إدارة أعمال المشاركة في حال تفويضه بهذه الإدارة.
- ٧- أصول وشروط حل المشاركة وقسمة موجوداتها.

المادة الرابعة: لا يجوز ان يتضمن عقد المشاركة أي نص يعطي أياً من أطرافها الحق باسترداد حصته من رأس المال. غير انه يجب النص على شروط الاسترداد، في حالة المشاركة المتناقصة، في صك منفصل عن عقد المشاركة الأساسي.

المادة الخامسة: لا يجوز للمصرف الإسلامي امتلاك أصول ناجمة عن عمليات تصفية مشاركات او مساهمات لمدة تزيد عن الستة أشهر من تاريخ التملك. ويعود للمجلس المركزي ان يفرض على المصرف الإسلامي التقيد بأي إجراء يراه ضرورياً لتصفية الأصول المشار إليها أعلاه.

../..

المادة السادسة: إضافة للأحكام الواردة في هذا القرار، تطبق على المصارف الإسلامية، في كل ما لم يرد بشأنه نص مخالف، الأحكام والأنظمة والمبادئ كافة المتعلقة بالمصارف غير الإسلامية.

المادة السابعة: يعمل بهذا القرار فور صدوره .

المادة الثامنة: ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية .

بيروت ، في ١٩ كانون الثاني ٢٠٠٥

حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

**BANQUE DU LIBAN**

**Basic Circular No 98 addressed to Banks**

Attached is a copy of Basic Decision No. 9041 of June 1, 2005, on Islamic Collective Investment Schemes.

Beirut, June 1, 2005

The Governor of the Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

**BANQUE DU LIBAN**

**Basic Decision No 9041**

**Islamic Collective Investment Schemes**

**The Governor of the Banque du Liban,**

**Pursuant to Law No 575 of February 11, 2004 relating to the Establishment of Islamic Banks in Lebanon, notably Article 4 thereof;**

**Pursuant to Law No 520 of June 6, 1996 relating to the Development of Financial Markets and Fiduciary Contracts, notably Article 1 thereof; and**

**Pursuant to the Decision of the Central Council of the Banque du Liban, taken in its meeting of May 31, 2005,**

**Decides the following:**

**Article 1:** For the purpose of applying the provisions of this Decision, the following expressions shall mean:

**Scheme:** An Islamic collective investment scheme in Islamic financing operations and other financial instruments, whether specialized or not in a specific project (or projects) and which object is restricted to the collective investment of the funds received from the investors according to the risks distribution principle and the principles and provisions of Islamic Law (Shari'a) that are not in conflict with the provisions of mandatory legal and regulatory texts in force.

An Islamic collective investment scheme may be established as a collective investment fund or as an open-ended collective investment company.

**Fund:** The collective investment fund specialized in investing, according to the provisions of Islamic Law, in Islamic financing operations and other financial instruments.

**Company:** The Lebanese joint-stock open-ended company specialized in investing, according to the provisions of Islamic Law, in Islamic financing operations and other financial instruments.

Manager:	The Islamic bank operating in Lebanon entrusted with the management of the Fund or the Company, by virtue of a management contract.
Investments:	a- Investment of funds in order to acquire stocks, Islamic sukuk or collective investment scheme units for the purpose of receiving a return. The investments encompass as well all assets purchased in order to be developed for sale or lease.  b- Purchase and sale of stocks for trading.
Bouyouh (sales):	Trading operations carried out through any Islamic device (as in Murabaha, or Salam...).
Specialized Islamic Collective Investment Schemes:	Schemes that invest directly in a specific object-defined project(s) proposed to the investors by the Scheme Manager, with the Scheme term being limited to the duration of the project(s).
Units:	The nominal stocks, shares or sukuk representing their holders' ownership in the Scheme assets.
Net Assets:	Represents the investors' rights and comprises the countervalue of the contributions of Units holders, the undistributed net investments income (or investments losses), the undistributed net realized profits (or net realized losses), the net increase or decrease in the investments value and any other assets.
Capital contributions:	The additional funds collected from unit holders or third parties, without issuing Units in exchange, for the purpose of financing the Scheme or strengthening its credit status.

**Article 2:** Institutions other than Islamic banks operating in Lebanon are prohibited from managing Islamic collective investment schemes operating in Lebanon.

**Article 3:** The management contract signed between the Manager and the Company management body must explicitly and accurately include, at least, the following:

- 1- The Manager's rights and obligations, particularly the explicit statement that the Manager has the exclusive right to run the Company's operations.
- 2- The duration of the contract.
- 3- The cases in which the contract may be amended, ended, or terminated.

**Article 4:** Upon the establishment and the starting up of specialized collective investment schemes, the Manager shall:

- 1- Prepare a comprehensive feasibility study on the project(s) being the object of the Specialized Scheme, indicating its expected duration and potential risks, and including all information regarding the financial and credit status of the parties to be financed, so as to show their ability to meet their obligations, in such a way as to guarantee the stockholders the utmost accuracy and transparency.
- 2- Provide the investors wishing to subscribe to the mentioned Scheme with a copy of the entire afore-mentioned feasibility study in addition to the prospectus; and obtain from the investors duly signed subscription documents ascertaining that they have been fully informed of the project(s) feasibility study and related risks, that they have accepted them as well as the prospectus and By-Laws terms of this Scheme and that they are fully responsible for the investment results, due account being taken of their right to have recourse to the Manager in case of negligence or abuse. Moreover, the afore-mentioned subscription documents must include an absolute power of attorney given by the investors to the Manager for running the project(s) according to the agreed conditions.
- 3- Keep all papers and documents proving the ownership of the project(s) or the related rights or relevant guarantees. Such papers and documents must be in the name of the Scheme or, if need be, in the name of the Manager in his proxy capacity on behalf of the investors.
- 4- Inform the investors periodically, as specified in the subscription notice, of the results of the investment, of any risks or problems that have arisen and of the remedial measures that have been taken.

**Article 5:** The Manager must appoint a Shari'a regulatory body or a Shari'a consultant, entrusted with the setting of the Shari'a-based rules governing the management of the Scheme investments and which should not be inconsistent with the provisions of the laws and regulations in force.

**Article 6:** In addition to any other information required by virtue of the regulations and decisions governing the activities of collective investment schemes, the prospectus must include, in particular, the following information:

- 1- The type of the Scheme, its main activity, the significant investment policies governing its activity, the objectives of its investments, and an explicit mention that the Scheme has been established according to the provisions of the Islamic Law (Shari'a).

- 2- The adopted accounting policy for evaluating the investments, receivables, financing operations and other assets.
- 3- The accounting policy to be adopted for proving the income.
- 4- The accounting policy to be adopted for amortizing the establishment costs of the Scheme.
- 5- The rules governing the investor's redemption of his units in whole or in part.
- 6- The contractual relationship between the Scheme and the party (or parties) it manages, when necessary.
- 7- The rules governing the Scheme sale of assets belonging to the Manager or in which he has interest.
- 8- The rules governing the operations undertaken jointly by the Manager and the Scheme in the financing of all or part of the Scheme operations.
- 9- The rules governing the investment operations that the Manager can undertake in the Scheme he manages.
- 10- The commission that can be paid to the Manager and which must exclusively be either a lump sum or a percentage of the Scheme profits or a percentage of contributions value or a percentage of the Scheme net assets value.
- 11- The rules governing the Scheme investment operations in another Scheme managed by the Manager.
- 12- The rules for the evaluation of the Scheme assets and the contributions in kind, if any.
- 13- The procedures to be followed in case of non Shari'a compliant profit.
- 14- To indicate the party responsible for withholding the Zakat (mandatory alms), whether the unit holders or the Scheme. In case the latter is responsible, it must disclose the Zakat due for each unit.
- 15- To indicate whether the Scheme will constitute provisions to meet any obligations.
- 16- The duration of the Scheme and the conditions of its liquidation.

**Article 7:** The Manager must:

- 1- Prepare the financial statements of the Scheme, according to Forms 1, 2, 3, 4 and 5 attached to this Decision.
- 2- Provide the Banque du Liban (Financial Markets Department and Legal Department), before the end of April, with the afore-mentioned statements.

**Article 8:** At least 50% (fifty per cent) of the Scheme assets must be represented by investments or placements in Lebanon.

**Article 9:** In addition to the provisions of this Decision, Islamic collective investment schemes shall be governed, unless otherwise provided for, by all the provisions, regulations and principles relating to:

- 1- The collective investment schemes.
- 2- The Islamic banking operations that are the object of the Scheme.

**Article 10:** This Decision shall be effective upon its issuing.

**Article 11:** This Decision shall be published in the Official Gazette.

Beirut, June 1, 2005

The Governor of the Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

**Form No 1**  
Attached to Basic Decision No 9041 of June 1, 2005

**Statement of Net Assets**  
as of (year) and (previous year)

	.....(Year)		.....(Previous Year)	
	Monetary unit		Monetary unit	
	Resident	Non-resident	Resident	Non-resident
<b>Assets</b>				
Cash and cash equivalents:				
Cash balances in hand and in bank accounts				
Short-term investment				
*Investment:				
Financial papers for trading				
Financial papers for investment				
Leased assets				
** Receivables:				
Sales receivables (Murabaha, Istisna', Salam, etc)				
Other debtor accounts				
Accrued profits				
***Financing (Mudaraba and Musharaka)				
Other assets				
<b>Total assets as distributed</b>				
<b>TOTAL ASSETS</b>				
<b>Liabilities</b>				
Payables:				
Units redeemed				
Portfolios of purchased financial papers				
Accrued charges				
Other liabilities:				
Payables (purchased term-investments, etc)				
Accrued liabilities				
<b>Other liabilities</b>				
<b>Total liabilities as distributed</b>				
<b>TOTAL LIABILITIES</b>				
<b>NET ASSETS</b>				
<b>Number of Units</b>				
<b>Net assets per unit</b>				

**Clarifications:** Clarifications must mention, at least, the following:

- The existence of restrictive measures on cash balances making them unusable.
- Gross book value of investments and appropriations for their evaluation.
- Adopted accounting policies for the measurement of investments.
- Nature of receivables, their terms, maturity, guarantees for collection, evaluation appropriations and any other related restrictions or charges (compensation, sequestration due to bankruptcy, etc).
- Accounting policies related to establishment costs.
- Information on the Scheme units (their number, nominal value, etc).

\*Investments are measured at the cash value expected to be realized, if any, otherwise at their net book value.

\*\*Receivables are measured at the cash value expected to be realized, which is the historical cost less provisions for doubtful debts and deferred profits.

\*\*\*Financing is measured at the book value expected to be realized, if any, otherwise at its net book value.

**Form No 2**  
**Attached to Basic Decision No 9041 of June 1, 2005**

**Statement of Portfolio Investments, Receivables and Financing**  
**as at.... (year) and ....(previous year)**

	(year) Monetary unit	% of Portfolio	...(previous year) Monetary unit	% of Portfolio
<b>Investments</b>				
Stocks				
Sukuk (Islamic bonds)				
Leased assets				
-				
-				
<b>Receivables</b>				
Murabaha				
Istisna'				
Salam				
-				
-				
<b>Financing</b>				
Mudaraba				
Musharaka				
<b>Total investments, receivables and financing</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>

**Clarifications:** Mention must be made, at least, of the components of each item (investments, receivables, financing), according to asset type, sector and concentration (customers , regions, etc), as well as to the maturity periods or the expected periods for actual liquidation (conversion into cash).

**Form No 3**  
**Attached to Basic Decision No 9041 of June 1, 2005**

**Statement of Operations**  
**for the Fiscal Year ending**  
**on..... (year) and.... (previous year)**

	(Year) Monetary unit	(Previous Year) Monetary unit
<b>Income from investments, sales and financing</b>		
Investments		
Sales		
Financing		
Other		
Total income from investments, sales and financing		
<b>Expenditures</b>		
Management commission (in case the Fund is managed by proxy)		
Professional fees		
Administrative expenses		
Registration fees		
Marketing expenses		
Other expenses		
Total expenditures		
<b>Net income or loss from investments, sales and financing</b>		
<b>Realized and/or unrealized profit or losses from investments and financing</b>		
Net realized profits or losses on investments and financing		
Unrealized increase or decrease in the value of investments and financing		
<b>Net profits or losses from investments and financing</b>		
<b>Net income or loss prior to the Scheme Manager's share</b>		
Less: the profits of the Scheme Manager		
<b>Increase or decrease in the net assets from operations after the Scheme Manager's profits</b>		

**Clarifications**

**Form No 4**  
**Attached to Basic Decision No 9041 of June 1, 2005**

**Statement of Changes in Net Assets**  
**for the Fiscal Year ending**  
**on ....(year) and.... (previous year)**

	....(Year) Monetary unit	....(Previous Year) Monetary unit
<b>Increase/decrease in net assets from operations</b>		
<b>Distributions to Unit Owners</b>		
From net income on investments, receivables and financing		
From net realized profits on investments and financing		
Recovery of capital		
<b>Total Distributions</b>		
<b>Capital transactions</b>		
Sale value of units		
Units issued in exchange for distributions reinvestment		
(Less) the value of redeemed units		
<b>Net stocks / units transactions</b>		
<b>Capital contributions</b>		
<b>Change in net assets for the financial period</b>		
<b>Net assets – beginning of financial period</b>		
<b>Net assets - end of financial period</b>		

**Clarifications**

**Form No 5**  
**Attached to Basic Decision No 9041 of June 1, 2005**

**Selected Financial Statements**  
**For the three years ending on... (year)**

<b>Statement for each investment unit</b>	<b>Current year</b>	<b>Second year</b>	<b>First year</b>
<b>Net assets value - beginning of financial period</b>			
<b>Income from investment, sales and financing</b>			
-Net income from investments, sales and financing			
-Net realized and/or unrealized profits on investments and financing			
-Total income from investments, sales and financing prior to the Scheme Manager's profits			
-Less the profits of the Scheme Manager			
-Total income from investments, sales and financing after paying the profits of the Scheme Manager			
<b>Distributions to Unit Owners</b>			
-From net income from investments, sales and financing			
-From net realized profits on investments and financing			
-Recovery of capital			
Total distributions			
<b>Capital contributions</b>			
<b>Net assets value-end of financial period</b>			
<b>Financial ratios/additional statements</b>			
Total net assets- end of financial period (in millions)			
Weighted average net assets (in millions)			
Ratio of expenses to weighted average net assets	%		
Annual rate of return	%		

**Clarifications**

## **BANQUE DU LIBAN**

### **Circulaire de base No. 99 adressée aux banques**

Veillez trouver ci-joint une copie de la Décision de base No. 9042 du 1 Juin 2005, relative aux opérations de Ijara Tachghilia et de Ijara Mountahia bil Tamalouk effectuées par les banques islamiques.

Beyrouth, le 1 juin 2005

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

## **Banque du Liban**

### **Décision de Base No. 9042**

#### **Opérations de Ijara Tachghilia et de Ijara Mountahia bil Tamalouk effectuées par les banques islamiques**

**Le Gouverneur de la Banque du Liban,**

**Vu les dispositions de la loi 575 du 11 Février 2004, relative à l'établissement des banques islamiques au Liban, notamment l'article 4, et**

**Vu la Décision adoptée par le Conseil Central de la Banque du Liban en sa séance du 31 Mai 2005,**

**Décide ce qui suit :**

#### **Article 1:**

Sont soumises aux dispositions de cette décision les opérations de Ijara Tachghilia et de Ijara Mountahia bil Tamalouk effectuées par les banques islamiques.

#### **Article 2 :**

Le bail est une Ijara Tachghilia lorsqu'il ne se termine pas par l'acquisition des biens loués par le preneur à bail. Le bail est une Ijara Mountahia bil Tamalouk lorsqu'il donne au preneur à bail la possibilité d'acquérir les biens loués.

#### **Article 3 :**

Ne sont pas soumises aux dispositions de cette décision les opérations de bail mentionnées ci-après :

- 1- Les contrats de bail relatifs aux droits d'exploitation et à l'utilisation des ressources naturelles comme le pétrole, le gaz, les futaies, les minéraux et autres ressources de ce genre.

- 2- Les contrats autorisant l'exploitation de biens meubles incorporels comme les brevets d'invention, les droits d'auteur, etc.
- 3- Les contrats de travail et de louage de services professionnels.

#### **Article 4 :**

Le contrat de bail, signé par la banque en qualité de bailleur, doit comprendre d'une manière claire et précise les éléments suivants au moins:

- La nature du bail (Tachghilia ou Mountahia bil Tamalouk)
- La détermination du bien loué et l'objet de son utilisation
- L'option pour le preneur à bail d'acquérir le bien loué, dans le cas d'une Ijara Mountahia bil Tamalouk
- Le loyer et ses modalités de paiement
- La durée du bail
- Les frais d'entretien
- Les garanties imposées au preneur à bail et les modalités de leur recouvrement
- Les cas dans lesquels un bail est résilié, prend fin, ou est renouvelé
- L'assurance obligatoire sur le bien loué, à condition que la banque en soit le bénéficiaire

#### **Article 5 :**

Les banques islamiques doivent liquider les biens acquis dans le but d'être loués et qui n'ont pas été loués dans un délai de 6 mois à compter de leur date d'acquisition. Elles doivent également louer à nouveau ou liquider les biens déjà utilisés dans les deux types d'opérations de bail, soit dans un délai de 6 mois à partir de la date d'échéance du contrat au cas où le preneur à bail n'a pas exercé son option d'achat, soit à partir de la date de résiliation du contrat avant son terme pour quelque motif que ce soit. Si la banque islamique se trouve dans l'impossibilité de respecter les délais susmentionnés pour des raisons indépendantes de sa volonté, elle doit en référer à la Banque du Liban.

**Article 6 :**

Les banques islamiques ne peuvent effectuer les deux types d'opérations de bail en qualité de bailleur de biens immeubles, avant d'avoir obtenu l'approbation préalable de la Banque du Liban. Celle-ci est conditionnée par le respect par la banque concernée des lois et réglementations en vigueur, notamment en ce qui concerne le respect des pourcentages imposés sur ses investissements en actif fixe.

**Article 7 :**

Cette décision entrera en vigueur dès sa promulgation.

**Article 8 :**

Cette décision sera publiée au Journal Officiel.

Beyrouth, le 1 juin 2005

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

**BANQUE DU LIBAN**

**Circulaire de base No 100 adressée aux banques**

Veillez trouver ci-joint une copie de la Décision de base No 9084 du 16 juillet 2005, relative aux opérations de Moudaraba effectuées par les banques islamiques.

Beyrouth, le 16 juillet 2005

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

## **BANQUE DU LIBAN**

### **Décision de Base No 9084**

#### **Opérations de Moudaraba effectuées par les banques islamiques**

**Le Gouverneur de la Banque du Liban,**

**Vu les dispositions du Code de la Monnaie et du Crédit, notamment celles de l'Article 70,**

**Vu les dispositions de la loi No 575 du 11 février 2004, relative à l'Etablissement des Banques Islamiques au Liban, en particulier celles de l'Article 4 ; et**

**Vu la Décision adoptée par le Conseil Central de la Banque du Liban en sa séance du 13 juillet 2005,**

**Décide ce qui suit :**

#### **Définitions :**

Pour les besoins d'application de cette Décision, les expressions suivantes signifient:

**Opérations de Moudaraba :** Opérations conclues entre la banque en tant que pourvoyeur de « Capital » et l'agent « Moudarib » en tant qu'investisseur dudit « Capital ».

**Détenteur de capital :** La banque islamique qui détient le « Capital ».

**Capital :** La somme prélevée sur les fonds propres de la banque et/ou sur les comptes d'investissement à caractère restrictif ou non-restrictif.

**Moudarib :** L'agent du « Détenteur de capital » investissant le « Capital » conformément aux clauses du contrat signé avec lui, ainsi qu'aux dispositions des lois et règlements en vigueur.

#### **Article 1 :**

Cette Décision s'applique aux opérations de Moudaraba effectuées par la banque islamique en sa qualité de « Détenteur de capital », que le « Capital » de Moudaraba soit prélevé sur les fonds propres de la banque ou sur la part des fonds propres ajoutée aux comptes d'investissement à

caractère non-restrictif, ou sur les comptes d'investissement à caractère restrictif ou non-restrictif.

### **Article 2 :**

Le contrat de Moudaraba doit au moins comprendre, de manière claire et précise, les éléments suivants:

- 1- Le montant du « Capital » de Moudaraba, qu'il soit en espèces ou en nature, ainsi que les charges qui y sont incluses.
- 2- La durée de la Moudaraba.
- 3- Les droits et obligations des parties, particulièrement la possibilité donnée au « Détenteur de capital » de contrôler et vérifier les comptes de la Moudaraba et les documents y afférant tenus par le « Moudarib ».
- 4- Les garanties fournies par le « Moudarib » contre toute négligence ou violation de sa part des clauses du contrat de Moudaraba.
- 5- Les conditions et les règles relatives à la prolongation, la liquidation ou le partage de la Moudaraba.
- 6- Le mode de distribution des bénéfices de la Moudaraba, qui doit prendre la forme d'un pourcentage indivis des bénéfices et non d'une somme forfaitaire ou d'un pourcentage du « Capital » de la Moudaraba.
- 7- La date et les modalités de remise du « Capital » de la Moudaraba au « Moudarib » ou de la mise dudit capital à la disposition de ce dernier.
- 8- Une déclaration par laquelle le « Détenteur de capital » indique s'il accepte que le Moudarib emprunte sur le « Capital » de la Moudaraba ou le prête ou le transfère à un tiers sous forme de Moudaraba, en indiquant les conditions régissant ces opérations.

### **Article 3 :**

Le « Détenteur de capital » doit, si nécessaire, ouvrir au nom du « Moudarib » un compte sur lequel les retraits peuvent être réalisés, et dans lequel le « Capital » et les revenus de la Moudaraba peuvent être déposés.

**Article 4 :**

Le « Détenteur de capital » doit assumer toute perte découlant de l'opération de Moudaraba, lorsqu'elle ne résulte pas de la négligence ou de la violation des conditions de la Moudaraba par le Moudarib.

**Article 5 :**

Le « Détenteur de capital » ne peut détenir, pour une période dépassant six mois, des actifs provenant de la liquidation ou du partage des opérations de Moudaraba. Il revient au Conseil Central d'imposer au « Détenteur de capital » toute mesure jugée nécessaire pour la liquidation desdits actifs.

**Article 6 :**

Le « Capital » de la Moudaraba ne peut pas constituer une créance du « Détenteur de capital » sur le « Moudarib » ou sur une autre partie.

**Article 7 :**

En sus des dispositions de la présente Décision et sauf stipulation contraire, les banques islamiques sont régies par toutes les dispositions, réglementations et principes relatifs aux banques non-islamiques.

**Article 8 :**

Cette Décision entrera en vigueur dès sa promulgation.

**Article 9:**

Cette Décision sera publiée au Journal Officiel.

Beyrouth, le 16 juillet 2005

Le Gouverneur de la Banque du Liban

Riad Toufic Salamé

تعميم أساسي رقم ١٠١

للمصارف

نودعكم ربطاً نسخة عن القرار الأساسي رقم ٩٢٠٧ تاريخ ١٠/١٢/٢٠٠٥ المتعلق  
بعمليات بيع السلم التي تقوم بها المصارف الإسلامية.

بيروت، في ١٠ كانون الأول ٢٠٠٥

حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

## قرار أساسي رقم ٩٢٠٧

عمليات بيع السلم التي تقوم بها المصارف الإسلامية

إن حاكم مصرف لبنان،  
بناءً على قانون النقد والتسليف، ولا سيما المادة ٧٠ منه،  
وبناءً على القانون رقم ٥٧٥ تاريخ ٢٠٠٤/٢/١١ المتعلق بإنشاء المصارف الإسلامية  
في لبنان ولا سيما المادة الرابعة منه،  
وبناءً على قرار المجلس المركزي لمصرف لبنان المتخذ في جلسته المنعقدة بتاريخ ٢٠٠٥/١٢/٧،

يقرر ما يأتي :

### المادة الأولى: تعاريف:

لغايات تطبيق أحكام هذا القرار، يقصد بالعبارات التالية المعاني الواردة  
أمام كل منها:

بيع السلم : هو عقد بمقتضاه يسلف "المسلم" إلى "المسلم إليه"، مبلغاً معيناً  
من النقود فيلزم هذا الأخير مقابل ذلك ان يسلم كمية معينة  
من المنقولات في موعد يتفق عليه الفريقان.

المسلم فيه : المبيع من المنقولات.

المسلم اليه : البائع.

المسلم : المصرف الإسلامي المشتري لـ "المسلم فيه".

المادة الثانية: تخضع بيوع السلم لأحكام القوانين والأنظمة النافذة لا سيما المواد ٤٨٧  
وما يليها من قانون الموجبات والعقود.

..../..

المادة الثالثة: يجب ان يتضمن عقد "بيع السلم"، على الأقل وبشكل صريح ودقيق، المندرجات التالية:

- ١- حقوق والتزامات الأطراف على وجه يثبت فيه ان العملية هي عملية "بيع سلم".
- ٢- "المسلم فيه" موضوع العقد (جنسه، نوعه، صفاته، مقداره...).
- ٣- تحديداً للثمن وللمصاريف وللرسوم وللضرائب كافة المدفوعة من قبل "المسلم" كما وتاريخ الدفع.
- ٤- تحديداً لجميع الضمانات المقدمة من قبل "المسلم اليه".
- ٥- تحديداً لتاريخ وكيفية قيام "المسلم اليه" بتسليم "المسلم فيه" وللإجراءات المتبعة في حال التخلف عن التسليم في الموعد المقرر.

المادة الرابعة: لا يجوز، عند انشاء عقد "بيع السلم"، ان تؤلف ديون "المسلم" على "المسلم اليه" أو على غيره، عوضاً عن ثمن "المسلم فيه" المنوي اداؤه.

المادة الخامسة: لا يجوز للمصرف الإسلامي تملك، لمدة تزيد عن الستة أشهر، أصول ناجمة عن عمليات "بيع السلم". ويعود للمجلس المركزي السماح بتجديد هذه المهلة أو الزام المصرف التقيد بأي إجراء يراه ضرورياً لتصفية الأصول المشار إليها.

المادة السادسة: إضافة للأحكام الواردة في هذا القرار، تطبق على المصارف الإسلامية، في كل ما لم يرد بشأنه نص مخالف، الأحكام والأنظمة والمبادئ كافة المتعلقة بالمصارف.

المادة السابعة: يعمل بهذا القرار فور صدوره .

المادة الثامنة: ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية .

بيروت، في ١٠ كانون الأول ٢٠٠٥  
حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

تعميم أساسي رقم ١٠٢

للمصارف

نودعكم ريبطاً نسخة عن القرار الأساسي رقم ٩٢٠٨ تاريخ ١٠/١٢/٢٠٠٥ المتعلق  
بعمليات الاستصناع التي تقوم بها المصارف الإسلامية.

بيروت ، في ١٠ كانون الأول ٢٠٠٥

حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

عمليات الاستصناع التي تقوم بها المصارف الإسلامية

إن حاكم مصرف لبنان،  
بناءً على قانون النقد والتسليف، ولا سيما المادة ٧٠ منه،  
وبناءً على القانون رقم ٥٧٥ تاريخ ٢٠٠٤/٢/١١ المتعلق بإنشاء المصارف الإسلامية  
في لبنان ولا سيما المادة الرابعة منه،  
وبناءً على قرار المجلس المركزي لمصرف لبنان المتخذ في جلسته المنعقدة  
بتاريخ ٢٠٠٥/١٢/٧،

يقرر ما يأتي :

المادة الأولى: تعاريف:  
لغايات تطبيق أحكام هذا القرار، يقصد بالعبارات التالية المعاني الواردة  
أمام كل منها:  
"الصانع" (البائع) : عميل المصرف الإسلامي.  
"المستصنع" (المشتري) : المصرف الإسلامي صاحب الأمر.  
"عقد الاستصناع" : هو عقد بيع بين "المستصنع" و"الصانع"  
يحدث يقوم هذا الأخير، بناءً على طلب  
من الأول، بصناعة سلعة موصوفة أو الحصول  
عليها عند أجل التسليم وذلك في مقابل الثمن  
الذي يتفقان عليه.

المادة الثانية: تعتبر عمليات استصناع بمفهوم هذا القرار عمليات الصناعة التي تكون فيها  
المواد التي يقدمها الصانع هي الموضوع الأصلي في العقد والعمل المقدم  
فرعاً.

المادة الثالثة: يجب ان يتضمن "عقد الاستصناع"، على الأقل وبشكل صريح ودقيق،  
المندرجات التالية:  
١- حقوق والتزامات الأطراف على وجه يثبت فيه ان العملية هي عملية  
استصناع وفقاً لأحكام هذا القرار.  
٢- تحديداً واضحاً للسلعة (جنسها، نوعها، صفاتها، مقدارها ...) موضوع  
"عقد الاستصناع".  
٣- تحديداً لثمن السلعة وكيفية تسديده وللمصاريف وللتكاليف وللرسوم  
وللضرائب كافة المدفوعة من قبل "المستصنع".  
٤- تحديداً لجميع الضمانات المقدمة من قبل "الصانع".  
٥- تحديداً لتاريخ وكيفية قيام "الصانع" بتسليم السلعة موضوع "عقد  
الاستصناع" وجزاء التخلف عن التسليم في الموعد المقرر.  
٦- ما إذا كان يمكن "الصانع" إداء العوض عن السلعة موضوع  
"عقد الاستصناع".

المادة الرابعة: لا يجوز عند انشاء "عقد الاستصناع"، ان تؤلف ديون "المستصنع" على "الصانع" أو على غيره، عوضاً عن ثمن السلعة المنوي أداءه.

المادة الخامسة: يحظر على "المستصنع" قبول أو تمويل عقود استصناع سبق وأنشئت.

المادة السادسة: يحظر على "المستصنع"، الدخول لحسابه في عقود استصناع مع مؤسسات مملوكة منه، بشكل مباشر أو غير مباشر، بنسبة الثلث أو أكثر .

المادة السابعة: يحظر على "المستصنع" اجراء عقد مرابحة مع "الصانع" نفسه وعلى نفس السلعة موضوع "عقد الاستصناع".

المادة الثامنة: لا يجوز للمصرف الإسلامي تملك، لمدة تزيد عن الستة أشهر، أصول ناجمة عن عمليات الاستصناع. ويعود للمجلس المركزي السماح بتجديد هذه المهلة أو إلزام المصرف التقيد بأي إجراء يراه ضرورياً لتصفية الأصول المشار إليها.

المادة التاسعة: تخضع عمليات الاستصناع لأحكام القوانين والأنظمة النافذة لا سيما أحكام الفقرة الثانية من المادة ٦٥٨ والمواد ٣٧٢ وما يليها من قانون الموجبات والعقود.

المادة العاشرة: إضافة للأحكام الواردة في هذا القرار، تطبق على المصارف الإسلامية، في كل ما لم يرد بشأنه نص مخالف، الأحكام والأنظمة والمبادئ كافة المتعلقة بالمصارف.

المادة الحادية عشرة: يعمل بهذا القرار فور صدوره .

المادة الثانية عشرة: ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية .

بيروت ، في ١٠ كانون الأول ٢٠٠٥  
حاكم مصرف لبنان

رياض توفيق سلامه

## APPENDICE D

### Questionnaire « No.1 » - adressé à des Cheikhs Musulmans.

*Etude sur l'impact de la culture et la religion musulmane sur le secteur bancaire libanais : Cas des Banques Islamiques*

**El- NAHAS Marie- MBA Recherche**  
Université du Québec à Montréal

À la fin de l'étude, un résumé des résultats obtenus sera mis à votre disposition.

Nous vous remercions d'avance de votre coopération.

#### Contexte Religieux

Q1. Que pensez-vous du « *Zakat* »? Quels en sont les pourcentages mentionnés dans le « *Coran* »? Comment est-il calculé annuellement? À quel moment de l'année est-t-il payé?

---

---

Q2. Quel est le rôle précis du comité du « *Zakat* »? Qui sont les membres de ce comité au Liban? Qu'est-ce qu'une caisse du « *Zakat* »?

---

---

Q3. Comment le « *Riba* » est-il envisagé dans le « *Coran* »? Quelle différence existe-t-il entre « intérêt » et « commission »?

---

---

Q4. Expliquez-nous brièvement la notion de « *Chariâ* »?

---

---

Q5. Pourriez-vous nous présenter le rôle de « *Dar Al-Fatwa Al-Islami* »?

---

---

Q6. Qu'est-ce qui diffère, en général, les sunnites des chiïtes?

---

---

Q7. La notion du « *Fikh* », est-elle la même chez les sunnites et les chiïtes? Comment les « *Oulémas* » libanais l'expliquent-ils ?

---

---

Q8. Les banques islamiques, à votre avis, respectent-elles vraiment les lois de l'islam ?

---

---

Q9. Le terme « *Al-Oumma* » ou Communauté définit-il toute la communauté ou seulement la communauté musulmane ?

---

---

Q10. Comme les banques commerciales n'existaient pas encore au temps du Prophète, l'intérêt était interdit. Cette interdiction de l'intérêt est-elle toujours valable?

---

---

Q11. Le « *Riba* », aujourd'hui, est-il toujours considéré comme « *Haram* » ou illicite, ou bien cet attribut a été indulgé au cours des siècles ?

---

---

Q12. Jusqu'à quel point les banques islamiques au Liban dépendent-elles du régime politique ou de la conjoncture religieuse?

Très élevé  
Élevé  
Faible  
Très faible

### Caractéristiques du répondant

1. Qualité religieuse : \_\_\_\_\_

2. Région : \_\_\_\_\_

## APPENDICE E

### Questionnaire « No.2 » – adressé aux Employés-cadres

*Etude sur l'impact de la culture et la religion musulmane sur le secteur bancaire libanais : Cas des Banques Islamiques.*

EI- NAHAS Marie- MBA Recherche  
Université du Québec à Montréal

Vos réponses seront tenues confidentielles. Seules les membres du groupe de recherche y auront accès. Ne seront publiées que des statistiques d'ensemble ne permettant jamais d'identifier le nom de la banque. À la fin de l'étude, un résumé des résultats obtenus sera mis à votre disposition.

Nous vous remercions d'avance de votre coopération.

#### Section A. Facteurs culturels

QA1. D'après vous, quand un musulman libanais choisit une banque islamique, jusqu'à quel point prend-il en considération les valeurs sociales et comportementales de sa religion ?

*1= Très minime, 2= Minime, 3= Moyen, 4=Elevé, 5= Très élevé.*

1	2	3	4	5

QA2. Croyez-vous que le musulman qui choisit une banque islamique est influencé seulement par les « bases révélées » de la religion et que le rite lui-même (sunnite ou chiïte) n'a aucune influence ?

*1= Aucune influence, 2= Influence minime, 3= Influence moyenne, 4= Grande influence, 5= Influence absolue.*

	1	2	3	4	5
a) Influence sunnite					
b) Influence chiïte					

QA3. Comment jugez- vous le niveau général d'éducation des clients d'une banque islamique par rapport aux autres?

*1= Très bas, 2= bas, 3= Moyen, 4=Elevé, 5= Très élevé.*

1	2	3	4	5

QA4. Au cas où les banques islamiques deviendraient plus technologiques, ce nombre des clients à niveau d'éducation élevé augmenterait-il ?

1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

### Section B. Facteurs sociaux

QB1. D'après vous, quel est le degré d'influence d'un membre du comité de la « Chariâ » sur le client dans son choix d'une banque islamique ?

1= Aucune influence, 2= Influence minimale, 3= Influence moyenne, 4= Grande influence, 5= Influence absolue.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QB2. Croyez-vous que le niveau de collectivisme chez un musulman influence son choix d'une banque islamique ?

1= Aucune influence, 2= Influence minimale, 3= Influence moyenne, 4= Grande influence, 5= Influence absolue.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QB3. Peut-on considérer le choix d'une banque islamique comme une autre contribution à solidariser la communauté des croyants ?

1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QB4. Pensez-vous que l'attachement d'un musulman à sa famille et aux traditions ancestrales ont sur lui une influence sur son choix de la banque ou du produit ?

1= Aucune influence, 2= Influence minimale, 3= Influence moyenne, 4= Grande influence, 5= Influence absolue.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QB5. Êtes-vous d'accord qu'un client musulman, quel que soit son rang, cheikh ou simple adepte, peut avoir le même comportement dans son choix d'une banque islamique?  
 1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

### Section C. Facteurs personnels

QC1. En supposant que les banques islamiques deviennent de plus en plus innovatrices, est-ce que les clients jeunes auprès des banques commerciales penseraient-ils y transférer leurs comptes ?

1= Jamais, 2= Non, 3= Pas de réponse, 4= Oui, 5= Certainement.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QC2. Vous semble-t-il nécessaire que les musulmans ayant une position socioprofessionnelle particulière, comme les Cheikhs, les docteurs de l'islam, etc., deviennent de ce fait, des clients auprès des banques islamiques ?

1= Pas du tout nécessaire, 2= Pas nécessaire, 3=Pas de réponse, 4= Nécessaire, 5= Absolument nécessaire.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QC3. Dans son choix d'une banque islamique, un musulman se rapproche-il de son soi idéal ?

1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

### Section D. Facteurs psychologiques

QD1. Considérez-vous qu'un musulman opère avec une banque islamique pour pratiquer un culte, comme par exemple une femme qui se voile, ou tout simplement pour satisfaire un besoin social de développement ?

	1	2	3	4	5
a) Pratique de culte					
b) Besoin de développement					
c) Les deux ensemble					

QD2. Ce choix, dépend-il, comme l'aumône, de la perception des valeurs de l'islam notamment les cinq piliers ?

1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QD3. En choisissant une banque islamique, le croyant musulman se considère-t-il accomplir un autre devoir de l'islam ?

1= Pas du tout d'accord, 2=Désaccord, 3= Pas de réponse, 4=D'accord, 5= Tout à fait d'accord.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

QD4. Jusqu'à quel degré estimez-vous que la ferveur religieuse et l'adhésion à la religion musulmane peut influencer un musulman dans le choix d'une banque islamique ?

1= Très minime, 2= Minime, 3= Moyen, 4=Elevé, 5= Très élevé.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

### Section E. Caractéristiques du répondant

1. Fonction : \_\_\_\_\_

2. Banque : \_\_\_\_\_

3. Nombre d'années de service : \_\_\_\_\_

## APPENDICE F

### VARIABLES NON CORRÉLÉES

#### 1. La corrélation entre les variables culturelles et les variables sociales

Corrélation entre « la culture et religion » et « le rôle des Mouftis »

		La culture et la religion	Le rôle des Mouftis
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	-,094
	Sig. (2-tailed)	.	,541
	N	45	45
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	-,094	1
	Sig. (2-tailed)	,541	.
	N	45	45

Corrélation entre « la culture et religion » et « les statuts et les rôles »

		La culture et la religion	Les statuts et les rôles
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	,193
	Sig. (2-tailed)	.	,203
	N	45	45
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	,193	1
	Sig. (2-tailed)	,203	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « le rôle des Mouftis »

		Influence sunnite	Le rôle des Mouftis
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	-,041
	Sig. (2-tailed)	.	,788
	N	45	45
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	-,041	1
	Sig. (2-tailed)	,788	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « le collectivisme »

		Influence sunnite	Le collectivisme
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	-,025
	Sig. (2-tailed)	.	,872
	N	45	45
Le collectivisme	Pearson Correlation	-,025	1
	Sig. (2-tailed)	,872	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « la tradition »

		Influence sunnite	La tradition
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	-,165
	Sig. (2-tailed)	.	,277
	N	45	45
La tradition	Pearson Correlation	-,165	1
	Sig. (2-tailed)	,277	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « les statuts et les rôles »

		Influence sunnite	Les statuts et les rôles
Influence Sunnite	Pearson Correlation	1	,117
	Sig. (2-tailed)	.	,443
	N	45	45
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	,117	1
	Sig. (2-tailed)	,443	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « le rôle des Mouftis »

		Influence chiïte	Le rôle des Mouftis
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	-,012
	Sig. (2-tailed)	.	,937
	N	45	45
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	-,012	1
	Sig. (2-tailed)	,937	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « le collectivisme »

		Influence chiïte	Le collectivisme
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	-,021
	Sig. (2-tailed)	.	,889
	N	45	45
Le collectivisme	Pearson Correlation	-,021	1
	Sig. (2-tailed)	,889	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « la tradition »

		Influence chiïte	La tradition
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	-,067
	Sig. (2-tailed)	.	,663
	N	45	45
La tradition	Pearson Correlation	-,067	1
	Sig. (2-tailed)	,663	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « les statuts et les rôles »

		Influence chiïte	Les statuts et les rôles
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	,178
	Sig. (2-tailed)	.	,243
	N	45	45
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	,178	1
	Sig. (2-tailed)	,243	.
	N	45	45

Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « le rôle des Mouftis »

		Le niveau d'éducation	Le rôle des Mouftis
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	,082
	Sig. (2-tailed)	.	,593
	N	45	45
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	,082	1
	Sig. (2-tailed)	,593	.
	N	45	45

## 2. La corrélation entre les variables culturelles et les variables personnelles

Corrélation entre « la culture et la religion » et « la personnalité et le concept de soi »

		La culture et la religion	La personnalité et le concept de soi
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	-,167
	Sig. (2-tailed)	.	,272
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	-,167	1
	Sig. (2-tailed)	,272	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « la profession et la position économique »

		Influence sunnite	La profession et la position économique
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	,242
	Sig. (2-tailed)	.	,109
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	,242	1
	Sig. (2-tailed)	,109	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « la profession et la position économique »

		Influence chiïte	La profession et la position économique
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	,227
	Sig. (2-tailed)	.	,133
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	,227	1
	Sig. (2-tailed)	,133	.
	N	45	45

Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « la personnalité et le concept de soi »

		Le niveau d'éducation	La personnalité et le concept de soi
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	-.219
	Sig. (2-tailed)	.	.149
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	-.219	1
	Sig. (2-tailed)	.149	.
	N	45	45

**3. La corrélation entre les variables culturelles et les variables psychologiques**

Corrélation entre « la culture et la religion » et « la perception »

		La culture et la religion	La perception
La culture et la religion	Pearson Correlation	1	-,100
	Sig. (2-tailed)	.	,513
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	-,100	1
	Sig. (2-tailed)	,513	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence sunnite » et « la motivation »

		Influence Sunnite	La motivation
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	-,163
	Sig. (2-tailed)	.	,302
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	-,163	1
	Sig. (2-tailed)	,302	.
	N	42	42

Corrélation entre « influence sunnite » et « la perception »

		Influence Sunnite	La perception
Influence sunnite	Pearson Correlation	1	,019
	Sig. (2-tailed)	.	,902
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	,019	1
	Sig. (2-tailed)	,902	.
	N	45	45

Corrélation entre « influence chiïte » et « la motivation »

		Influence chiïte	La motivation
Influence chiïte	Pearson Correlation	1	-.216
	Sig. (2-tailed)	.	.170
	N	45	42
La motivation	Pearson Corrélation	-.216	1
	Sig. (2-tailed)	.170	.
	N	42	42

Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « la motivation »

		Le niveau d'éducation	La motivation
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	-.073
	Sig. (2-tailed)	.	.647
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	-.073	1
	Sig. (2-tailed)	.647	.
	N	42	42

Corrélation entre « le niveau d'éducation » et « la perception »

		Le niveau d'éducation	La perception
Le niveau d'éducation	Pearson Correlation	1	.200
	Sig. (2-tailed)	.	.188
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	.200	1
	Sig. (2-tailed)	.188	.
	N	45	45

#### 4. La corrélation entre les variables sociales et les variables personnelles

Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la profession et la position économique »

		Le rôle des Mouftis	La profession et la position économique
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	1	.224
	Sig. (2-tailed)		.138
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	.224	1
	Sig. (2-tailed)	.138	
	N	45	45

Corrélation entre « le collectivisme » et « la personnalité et le concept de soi »

		Le collectivisme	La personnalité et le concept de soi
Le collectivisme	Pearson Correlation	1	-.089
	Sig. (2-tailed)		.561
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	-.089	1
	Sig. (2-tailed)	.561	
	N	45	45

Corrélation entre « la tradition » et « la personnalité et le concept de soi »

		La tradition	La personnalité et le concept de soi
La tradition	Pearson Correlation	1	-.186
	Sig. (2-tailed)		.222
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	-.186	1
	Sig. (2-tailed)	.222	
	N	45	45

Corrélation entre « les statuts et les rôles » et « la profession et la position économique »

		Les statuts et les rôles	La profession et la position économique
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	1	-.155
	Sig. (2-tailed)		.309
	N	45	45
La profession et la position économique	Pearson Correlation	-.155	1
	Sig. (2-tailed)	.309	
	N	45	45

Corrélation entre « les statuts et les rôles » et « la personnalité et le concept de soi »

		Les statuts et les rôles	La personnalité et le concept de soi
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	1	-.155
	Sig. (2-tailed)		.309
	N	45	45
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	-.155	1
	Sig. (2-tailed)	.309	
	N	45	45

**5. La corrélation entre les variables sociales et les variables psychologiques**

Corrélation entre « le rôle des Mouftis » et « la perception »

		Le rôle des Mouftis	La perception
Le rôle des Mouftis	Pearson Correlation	1	-.010
	Sig. (2-tailed)		.948
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	-.010	1
	Sig. (2-tailed)	.948	
	N	45	45

Corrélation entre « le collectivisme » et « la motivation »

		Le collectivisme	La motivation
Le collectivisme	Pearson Correlation	1	.118
	Sig. (2-tailed)		.457
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	.118	1
	Sig. (2-tailed)	.457	
	N	42	42

Corrélation entre « le collectivisme » et « la perception »

		Le collectivisme	La perception
Le collectivisme	Pearson Correlation	1	.051
	Sig. (2-tailed)		.740
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	.051	1
	Sig. (2-tailed)	.740	
	N	45	45

Corrélation entre « les statuts et les rôles » et « la perception »

		Les statuts et les rôles	La perception
Les statuts et les rôles	Pearson Correlation	1	-.013
	Sig. (2-tailed)		.934
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	-.013	1
	Sig. (2-tailed)	.934	
	N	45	45

## 6. Corrélation entre les variables personnelles et les variables psychologiques

Corrélation entre « la profession et la position économique » et « la motivation »

		La profession et la position économique	La motivation
La profession et la position économique	Pearson Correlation	1	.154
	Sig. (2-tailed)		.329
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	.154	1
	Sig. (2-tailed)	.329	
	N	42	42

Corrélation entre « la profession et la position économique » et « la perception »

		La profession et la position économique	La perception
La profession et la position économique	Pearson Correlation	1	-.129
	Sig. (2-tailed)		.399
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	-.129	1
	Sig. (2-tailed)	.399	
	N	45	45

Corrélation entre « la personnalité et le concept de soi » et « la motivation »

		La personnalité et le concept de soi	La motivation
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	1	.013
	Sig. (2-tailed)		.933
	N	45	42
La motivation	Pearson Correlation	.013	1
	Sig. (2-tailed)	.933	
	N	42	42

Corrélation entre « la personnalité et le concept de soi » et « la perception »

		La personnalité et le concept de soi	La perception
La personnalité et le concept de soi	Pearson Correlation	1	-.129
	Sig. (2-tailed)		.399
	N	45	45
La perception	Pearson Correlation	-.129	1
	Sig. (2-tailed)	.399	
	N	45	45

## GLOSSAIRE

### TERMES ARABES SE RAPPORTANT À LA CULTURE ISLAMIQUE ET UTILISÉS DANS CE MÉMOIRE

*Allah.* Dieu pour les musulmans.

*Al-Istisnaa.* Fabrication.

*Al-Moucharaka.* - Un type de contrat de financement islamique dans lequel plusieurs parties investissent dans des proportions variables et où les pertes et profits sont distribués selon les proportions de participation. / - Société en commandite simple.

*Al-Mourabaha.* Un autre type de contrat de financement islamique; la banque achète pour le compte d'un client des matières premières ou des équipements et les vend à ce même client avec une marge bénéficiaire.

*Al-Moudaraba.* Un type de contrat de financement islamique par lequel un contractant met à disposition l'argent, l'autre de son travail; le but du contrat est de se partager le profit de l'opération, établi d'un commun accord préalablement; le prêteur d'argent assume le risque d'une perte éventuelle; l'idée derrière ce type de contrat est de mettre à égalité le capital humain et le capital financier. / - Société en participation.

*Al-Salam.* (ou *Al salaf*) La vente dont le prix est payé au comptant et immédiatement, alors que la marchandise sera livrée après.

*Akl.* Raison.

*Baraka.* Bénédiction de Dieu grâce à laquelle on aura de la réussite ou aussi, une grâce divine.

*Chahada.* Acte de témoigner qu'Allah est le seul Dieu et que Mohamed est son Prophète.

*Chariâ.* Jurisprudence islamique, Lois islamiques, Loi découlant de la stricte application des préceptes du *Coran* et du *Hadith*.

*Coran.* Livre saint des musulmans, Livre saint dicté au Prophète Mohamed par l'Archange Gabriel.

*Dar.* Maison.

*Din.* Religion.

*Dounia.* Univers, aussi façon de vivre.

*Fikh.* - Compréhension, jurisprudence.

*Fikh Al Mouamalat.* Jurisprudence commerciale islamique.

*Gharar.* Incertitude, spéculation.

*Hadith.* Dires du Prophète Mohamed, Recueil de paroles du Prophète.

*Hajj.* Pèlerinage à la Mecque.

*Haram.* Chose illicite.

*Ibadat.* Dévotion ou actes de vénération.

*Iftar.* Un repas spécial pour rompre le jeûne.

*Ijara.* Leasing, contrat de location islamique.

*Ijma.* Consensus en matière de jurisprudence.

*Ijtihad.* Formation de jugements indépendants par les Oulémas en se basant sur la *Chariâ*.

*Iman.* La foi.

*Imam.* Le guide spirituel et temporel de la communauté islamique.

*Inch allah.* Si Dieu le veut.

*Islam.* Troisième religion monothéiste, de même origine que le judaïsme et le christianisme.

*Kaaba.* Lieu saint de l'islam, structure en pierre d'une seule pièce, en forme de cube, située au centre de la grande Mosquée de la Mecque.

*Khalif.* Chef spirituel et religieux des musulmans.

*Khalifa.* Vice -régent du Dieu sur terre.

*Kiyas.* Jugement par analogie.

*Mohamed.* Prophète pour les musulmans.

*Mal.* Argent.

*Moufti.* Grande autorité religieuse, "chef" des *Oulémas*.

*Moudareb.* Entrepreneur.

*Oulémas.* - Docteurs de la loi islamique/ - Gardiens de la foi.

*Rab al mal.* Propriétaire de l'argent.

*Ramadan.* Mois du jeûne ou Carême.

*Umma.* La communauté musulmane.

*Riba.* Usure, intérêt.

*Rissala.* Mission.

*Salat.* Prière, pluriel *Salawat*.

*Salam.* La paix.

*Sadaka.* Travaux de bienfaisance.

*Sawm* ou *Siyam.* Jeûne ou Carême.

*Souloukiat.* Comportement éthique, culture éthique.

*Sourate.* Chapitre du *Coran*, pluriel *Souwar*.

*Sunna.* - Faits et dits du Prophète Mohamed, Histoire de la vie du Prophète (à l'origine du mot "sunnisme"). / - Usage, coutume.

*Tafsir.* Exégèse du *Coran*.

*Zakat.* - Impôt religieux annuel, Imposition islamique d'un certain taux sur certaines activités (commerce, exploitation minière, récoltes agricoles, épargne, etc.). /

- Contribution volontaire des musulmans pouvant être versée soit à des pauvres soit à des institutions spécialisées dans sa collecte.