

acteurs du **Sport**

le magazine du réseau sportif

SALON DES MAIRES

Numéro spécial
INNOVATION



ÉQUIPEMENT

Les équipements sportifs
font leur révolution

FICHE PRATIQUE

Réaliser les entretiens
professionnels de
ses agents

Vers une « ubérisation » du modèle sportif ?



Vers une « ubérisation » du modèle sportif ?

Une multitude de startups façonnent aujourd'hui les produits et services sportifs de demain. Une opportunité pour les collectivités et les clubs qui disposent ainsi d'une mine d'information pour adapter les activités aux attentes des pratiquants. Mais des besoins énormes pour rénover les équipements et le risque de voir l'offre sportive leur échapper totalement. Certains observateurs pensent en tout cas que les pouvoirs publics n'ont pas pris la mesure de ces évolutions.

Sur le point de gagner – à partir de mai 2016 – le Stade Jean-Bouin à Paris, le Tremplin est une plateforme unique en France d'innovation par le sport. Installé pour le moment dans le XIX^e arrondissement et porté par Paris & Co – l'agence de l'innovation et de l'attractivité de Paris – il regroupe dix-sept startups. Soit autant de jeunes pousses qui bénéficient d'un accompagnement pour développer leurs solutions et autres services inédits à destination des acteurs du sport.

L'écosystème sportif de demain

Le Tremplin est né de la volonté politique de la ville de Paris d'encourager l'émergence d'une véritable filière du sport et de créer des emplois. Anne Hidalgo, la maire de la ville, avait d'ailleurs évoqué ce projet lors de sa dernière cam-

pagne électorale. « Le sport est partie intégrante de la vie de Paris. [...] Pour l'observateur extérieur, ce Tremplin ressemble surtout à un perchoir, idéal pour observer le panorama de l'écosystème sportif de demain, version 2.0 ou 3.0 ». « L'enjeu est avant tout de susciter l'innovation au sens large, pas seulement à l'échelle de Paris », explique Benjamin Carlier, le responsable. « Ensuite, notre rôle est de se faire connaître et de rencontrer les acteurs ». En d'autres termes, de faire coïncider les produits ou services proposés avec les attentes et besoins des sportifs amateurs ou professionnels, des collectivités, des fédérations ou des associations sportives. À l'instar d'e-cotiz qui travaille sur un système de paiement en ligne des cotisations sportives. De quoi faire gagner aux clubs, des jours-hommes de façon considé-

nable et de leur donner la possibilité de contrôler leurs collectes en temps réel.

Au stade comme en avion !

Pour les collectivités et les fédérations, les services proposés sont notamment orientés vers l'organisation des manifestations. Avec des enjeux de rentabilité liés à la billetterie. C'est ainsi que Tech'4'Team applique les schémas du « yield management » (gestion fine) à la billetterie sportive. Derrière cette expression marketing, se cache le système en vigueur pour les réservations de billets d'avion, de train ou de nuitées d'hôtel, avec une tarification flexible selon la période d'achat. Selon Benjamin Carlier, « l'objectif, pour l'organisateur, est de rentabiliser davantage sa billetterie et de mieux travailler sur le remplissage de l'enceinte en jouant sur

le timing et les prix ». Et comme les données – les fameuses data – sont aussi au cœur du fonctionnement de nos territoires et de nos activités, des startups se chargent de les collecter. Puis à terme, pourquoi pas, de les transformer en outils d'aide à la décision pour les collectivités.

Des mines d'information

Illustration avec Running Heroes : à travers la récolte des informations issues des applications (Runstatic®, Runkeeper®...) utilisées par les coureurs à pied, cette jeune pousse fait bénéficier les sportifs d'offres auprès de marques partenaires. Mais surtout de par les données collectées, elle recense des mines d'informations sur les parcours réalisés au sein des villes. De quoi aider ces dernières à mieux accompagner les sportifs pour, au choix, proposer des points d'eau ici ou là, sécuriser tel carrefour ou installer du mobilier urbain pour des étirements. Même principe avec les pédales connectées de Connected Cycle qui permettent, à la base, de géolocaliser

le vélo. « À l'avenir pourquoi ne pas équiper les vélos en libre-service (VLC) », interroge Benjamin Carlier ? « Ce serait un bon moyen de mieux connaître comment se font les déplacements urbains, les besoins en termes de sécurité, etc. ? ».

Consommateurs de basket

La question est désormais de savoir comment le monde du sport va-t-il s'approprier cette transition numérique. « Dans un environnement économique contraint voire de crise du bénévolat », poursuit le responsable du Tremplin, « les acteurs doivent considérer la startup comme un facilitateur de ressources ». Mais cette mutation intervient dans un contexte où État, fédérations et villes sont déjà en train de digérer de profonds changements en termes de demande sociale et de modèles de pratique sportive. Laquelle ne repose plus uniquement sur l'approche « fédérale » (licence-club-compétition) mais sur une logique plus individualisée. À la Fédération française de basket-ball, le « pré-

ILS ONT DIT...

À l'aide d'applications, chacun peut désormais gérer sa propre pratique. Et en complément, les réseaux sociaux font que l'on n'a plus forcément besoin d'une association de loi 1901 pour l'organiser.



Gérard Baslé,
sociologue et
consultant

sident connecté » Jean-Pierre Siutat distingue justement les licenciés (600 000), les pratiquants (2 millions) et les sympathisants (10 millions environ). Il utilise les réseaux sociaux pour les « toucher ». À terme, il envisage une stratégie CRM (pour Customer Relationship Management ou Gestion de la relation client, NDLR). « Il s'agira de considérer les gens en face de nous comme des consommateurs de basket, un peu comme le font les grandes marques. Et cela autour de l'événementiel ou des produits dérivés ».

© Hervé Hamon/SES



Thierry Braillard - Secrétaire d'État aux Sports

« Le numérique irrigue déjà l'ensemble du secteur sportif »

De quelle façon le ministère des Sport travaille-t-il sur l'impact du numérique ?

Nous avons mis en place, avec le ministre de l'Économie, un comité stratégique pour la filière de l'économie du sport. L'objectif est de rassembler les acteurs du secteur afin d'identifier les actions concrètes à mettre en place pour encourager la croissance du secteur économique sportif sur les plans national et international. Un comité de préfiguration de cette filière a été installé le 24 avril dernier, avec quatre groupes de travail portant sur les équipements de proximité, les grands équipements sportifs, l'événementiel sportif ainsi que les services associés. Leur réflexion porte notamment sur la connectivité dans les stades, mais aussi au sein des équipements sportifs de proximité. Les groupes de travail étudient également les différents leviers potentiels visant à améliorer l'expérience du spectateur dans les enceintes sportives.

Les emplois sportifs de demain ne se jouent-ils pas aussi dans les investissements portés aujourd'hui ?

L'emploi est la priorité du Gouvernement de Manuel Valls, et tous les secteurs de l'économie doivent être mobilisés vers cet objectif,

notamment le secteur sportif. C'est la raison pour laquelle j'ai mis en place plusieurs dispositifs qui vont permettre d'accompagner l'ensemble des entreprises du secteur sportif, et de faire émerger des acteurs qui seront des leviers de création d'emplois : le comité stratégique de la filière sport, la grande conférence sur le sport professionnel, installée le 7 octobre dernier, ainsi que les actions destinées à soutenir l'innovation française, comme les Jeudigital French Tech. Mais il n'y a pas d'emplois « numériques » à proprement parler dans la mesure où le numérique n'est plus un secteur à part : il irrigue déjà l'ensemble du secteur sportif.

Pour Paris 2024, vous avez souvent rappelé que les équipements étaient déjà présents. L'enjeu n'est-il pas alors d'en faire des équipements « connectés » ?

Tout à fait, la connectivité des stades est l'une des pistes de perfectionnement de nos équipements sportifs. C'est un enjeu essentiel de l'attractivité des stades, mais aussi plus largement de l'attractivité du sport, car l'expérience du spectacle sportif dépasse désormais la simple présence au stade.

...

Gérer sa propre pratique

Pour le sociologue et consultant Gérard Baslé, nous avons effectivement basculé dans l'ère du : « le sport "quand je veux" sur laquelle s'est positionnée l'offre privée. Les acteurs n'ont d'autres choix que de s'adapter. Les villes peuvent par exemple réfléchir sur l'assouplissement de la mise à disposition de leurs équipements. Sans créneaux et avec des systèmes de réservation en ligne. À l'image de la piscine extérieure du Wacken à Strasbourg. « Car à l'aide d'applications, chacun peut désormais gérer sa propre pratique. Et en complément, les réseaux sociaux font que l'on n'a plus forcément besoin d'une association de loi 1901 pour l'organiser. Ils permettent une pratique autonome mais pas forcément solitaire. » Le ministère dans tout cela ? Thierry Braillard, le Secrétaire d'État aux Sports nous explique (lire encadré) travailler sur l'impact du numérique, à travers « la mise en place d'un comité stratégique pour la filière de l'économie du sport [...]. Un comité auquel de nombreuses startups sont associées ». En revanche, il ne cite pas de chiffres en matière d'investissements ni d'objectifs en termes de créations d'emplois.

Mise à niveau des équipements

De quoi rendre certains observateurs un peu plus pessimistes... À l'image d'Alain Loret, professeur à l'université de Rouen qui va même jusqu'à parler d'un « désintérêt » de nos élites pour les technologies numériques dédiées au sport. Comme si elles s'étaient trompées de chemin... Il explique : « Avec Paris 2024, notre pays commet une erreur stratégique. Il privilégie l'aspect événementiel du sport, lequel est, par définition, créateur d'emplois éphémères, au détriment de sa dimension industrielle générée par la nouvelle économie du sport ». Celle-là même où, selon lui, sont

concentrés les enjeux à venir. Si le numérique va irriguer l'ensemble des secteurs du sport, l'un des gros dossiers à traiter sera celui des grands équipements. Ils « doivent impérativement être mis à niveau sur le plan numérique », exhorte Alain Loret. « Car le spectateur de demain voudra voir la même chose que le téléspectateur tout en surfant sur les réseaux sociaux. Cela peut passer par des sièges équipés d'un écran ». Et peut-être du mass-wifi comme c'est le cas pour le Palais omnisport de Paris-Bercy récemment reconfiguré et baptisé AccorHotels Arena. « C'est pourquoi », poursuit-il, « dans des conditions économiques difficiles, les élus sont dans une position très compliquée aujourd'hui, pour envisager la durabilité des équipements qu'ils envisagent... »

Nouveaux rapports de force

Au regard de ces évolutions, le modèle sportif français ne va-t-il pas se faire « ubériser » ? Gérard Baslé l'évoque à demi-mot lorsqu'il

ILS ONT DIT...

Dans un environnement économique contraint voire de crise du bénévolat, les acteurs du sport doivent considérer la startup comme un facilitateur de ressources.



Benjamin Carlier,
responsable du
Tremplin (Paris)

décrit l'évolution de ces rapports entre le sportif, le club – et donc la fédération et le service des sports de la ville – les applications et les réseaux sociaux. Pour Alain Loret, les conséquences « pourraient bien aller jusqu'à la disparition d'un nombre significatif de clubs sportifs issus de la vieille économie du "sport qui se pratique" »... Le « sport qui se regarde » apparaît tout aussi menacé. Des applications de live streaming comme Vine, Periscope ou Meerkat qui permettent de filmer tout événement et de le retransmettre en temps réel sur les réseaux sociaux font d'ores et déjà trembler les principaux financeurs du sport. À savoir les détenteurs de droits des compétitions comme les ligues sportives. Ces dernières voient déjà circuler sur le Net des vidéos de matchs de football ou de boxe dont elles ont en théorie l'exclusivité. Les contenus de demain seront-ils plus vus sur tel ou tel site internet que sur les chaînes de télévision ? La révolution est en marche. Aux acteurs de choisir de la combattre ou de s'adapter...

ILS ONT DIT...

Avec Paris 2024, la France privilégie l'aspect événementiel du sport, lequel est par définition créateur d'emplois éphémères, au détriment de sa dimension industrielle générée par la nouvelle économie du sport.



Alain Loret,
professeur à
l'université de Rouen

Demain, l'ère du virtu-réel ?

Et si demain, l'individualisation du sport était poussée jusqu'à une pratique à la maison ? Non pas avec une console de jeux mais dans des espaces dits « virtuels » ! « L'ensemble du corps deviendrait engagé dans le déroulement du jeu », explique le sociologue et consultant Gérard Baslé. Les équipements en question prendraient la forme de simulateurs très perfectionnés. Il imagine ainsi pouvoir gravir le Mont Ventoux dans « un univers qui reflète la réalité du parcours. Aussi bien sur le plan visuel que des sensations, avec une pression sur les pédales qui dépendrait de la pente virtuellement présente. Cela rend possible une compétition directe avec un coureur aux antipodes ! », conclut-il.



CONSTRUCTION SPORTS ET LOISIRS

Gymnases - Tennis - Vestiaires - Skatepark - Terrains multisports couverts - Futsal - Bouleodromes - Tribunes - Préaux d'école



Luminosité naturelle



Acoustique maîtrisée



Atmosphère régulée



+33 (0)4 78 67 60 56

contact@smc2-construction.com

www.smc2-construction.com

OFFRE D'ABONNEMENT

PZ168001



acteurs du sport
le magazine du réseau sportif

Abonnez-vous directement sur www.acteursdusport.fr ou avec le bulletin ci-dessous

A retourner à : Territorial – 58 cours Becquart-Castelbon - CS 40215
38516 Voiron Cedex - Tél. : 04 76 65 93 78 – Fax : 04 76 05 01 63

Nom :

Prénom :

Collectivité :

Fonction :

Adresse :

.....

Code postal :

Ville :

Tél. :

Fax :

E-mail :

(obligatoire pour les accès en ligne)

1 an d'abonnement* (10 numéros)

+ L'accès illimité aux archives en ligne
sur www.acteursdusport.fr

+ La Newsletter hebdomadaire

☐ **Abonnement d'un an strictement personnel : 69 €**

Chèque joint ou prélèvement automatique : 5,80 €/mois (sur 12 mois).
(J'ai bien noté que je peux résilier cet abonnement à tout moment par simple courrier).

☐ **Abonnement d'un an, administratif et sociétés privées : 109 €**

Règlement, en faveur de Territorial SAS, par chèque bancaire ou mandat administratif après réception de la facture.

RIB : CIC Crédit Industriel et Commercial - Code banque : 30066 - Code guichet : 10949 - N° compte : 00020062001 - Clé RIB : 26 - IBAN : FR76 3006 6109 4900 0200 6200 126 - BIC (Bank Identifier Code) : CMCIFRPP - N° SIRET : 404 926 958 00020 - Code APE : 5813Z

Participation aux frais d'expédition en sus pour les DOM-TOM et l'étranger : 10 €

Cachet et signature
(obligatoire)