



ENGAGER LA DIGITALISATION DU MOUVEMENT SPORTIF

 joinly



mycoach



 be sport®

SOMMAIRE

INTRODUCTION

DIGITALISER LE BUREAU

- Pourquoi dématérialiser la gestion des clubs de sport amateurs ?
- Comment dématérialiser la gestion des clubs de sport ? Les bonnes pratiques
- Digitaliser la gestion et la prise de licence dans les clubs de sport amateurs

DIGITALISER LE TERRAIN

- Les solutions pour le sport amateur
- Les solutions pour la haute performance
- La réunion des deux systèmes pour une transformation numérique des fédérations

CONNECTER LES ACTEURS

- D'un nouveau format de social média pour un vrai bénéfice social
- Une meilleure stratégie de concentration de contenus et un bénéfice stratégique pour le club
- Un nouveau modèle de plateforme pour un bénéfice économique plus vertueux

CONCLUSION : QUE RETENIR ?

INTRODUCTION

LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DU SPORT AMATEUR EST UN VRAI ENJEU

La perspective de la fin de la crise sanitaire permet aux fédérations sportives et au sport amateur de se projeter de manière concrète dans la préparation de la rentrée sportive et le développement de leurs différentes structures. La crise de la Covid-19, qui a entraîné l'arrêt des compétitions et la fermeture administrative des associations sportives, a mis en danger financièrement et structurellement le sport amateur. On constate une baisse du nombre de bénévoles mais aussi du nombre de licenciés. En effet, le défi pour le mouvement sportif est de reconquérir 3 millions de licenciés tout en séduisant de potentiels nouveaux adhérents. En plus de cette perte humaine, on constate également une perte financière puisque les fédérations et les clubs sont dépendants des revenus de la souscriptions des licences et de l'organisation d'événements.

UNE CRISE SANITAIRE QUI POUSSE LE MONDE DU SPORT À SE NUMÉRISER

La transformation numérique a été identifiée par les pouvoirs publics comme un facteur de développement des structures sportives. L'année 2020 a vu émerger de nouvelles solutions numériques ainsi que la démocratisation de leurs usages : travail collaboratif, visioconférences, click & collect, live sur les réseaux sociaux... Nous avons aussi constaté un changement structurel de la pratique sportive avec l'émergence de nouvelles formes de pratiques autonomes semi-encadrées où l'expertise d'éducateurs sportifs, d'entraîneurs reconnus étaient

accessibles sur différents supports numériques. Cette expérience a conforté la capacité du numérique à développer de nouveaux services aux pratiquants directement ou par le biais de fédérations sportives.

LA SPORTECH AU SERVICE DE LA NUMÉRISATION DU SPORT

MyCoach, Joinly et Be Sport, leaders respectifs sur leur segment de marché, ont amorcé avec certaines fédérations la transition numérique du mouvement. Les fédérations doivent se transformer mais également insuffler la transformation numérique des associations sportives.

L'appropriation des outils numériques pour un usage quotidien revêt deux enjeux spécifiques pour le sport français :

- Un enjeu stratégique de protection des données sportives et de souveraineté du système sportif français ;
- Un enjeu de transformation numérique du sport de haut niveau français dans la perspective de Paris 2024 pour permettre aux entraîneurs et aux sportifs d'être plus performants.

Plus de 3 fédérations sur 4* disent avoir un besoin d'accompagnement afin de mieux exploiter le numérique et se développer.

Les startups de la SportTech française ont la mission et l'agilité pour accompagner les fédérations et leurs clubs dans leur transformation numérique en proposant des solutions qui répondent parfaitement aux problématiques du sport amateur et professionnel.

* Etude de la maturité numérique des fédérations - CNOSF

Dans ce livre blanc, nous dressons une prospective sur le club de demain afin de comprendre les enjeux technologiques et sportifs autour de la transformation numérique du mouvement sportif.

Nous vous présentons tout ce qu'il faut savoir sur la numérisation de tous les champs d'action des structures sportives :

- Le bureau : gestion administrative, parcours de prise de licences... avec Joinly
- Le terrain avec MyCoach
- La communauté avec Be Sport

UN USAGE DU NUMÉRIQUE TRÈS DIVERSIFIÉ, EN FONCTION DES FÉDÉRATIONS** ET DES DOMAINES D'APPLICATION.

82% des fédérations interrogées envisagent le numérique comme une opportunité de développement ou estiment s'être déjà très bien approprié le numérique.

86% d'entre elles proposent la prise de licence et 68% disposent d'un espace licencié en ligne.

95% des fédérations interrogées utilisent les réseaux sociaux de manière active dans le stratégie de communication.

33% d'entre elles s'appuient sur les données «licenciés» pour mettre en place une stratégie de fidélisation et de recrutement.

** Etude de la maturité numérique des fédérations - CNOSF





DIGITALISER
LE BUREAU

DIGITALISER LE BUREAU

POURQUOI DÉMATÉRIALISER LA GESTION DES CLUBS DE SPORT AMATEURS ?

Outre la crise sanitaire de la Covid-19 qui a rendu le travail et la communication à distance inévitable, cela fait déjà quelques années que les différents acteurs du sport amateur ont identifié **un réel besoin pour les associations sportives d'entamer la digitalisation** de leur gestion administrative. Mettons ensemble le doigt sur quelques unes des principales raisons qui poussent les associations et les fédérations à lancer leur transformation numérique administrative.

Des bénévoles de moins en moins nombreux

Nous pouvons déjà pointer du doigt **la baisse structurelle du nombre de bénévoles au sein des associations**. En effet, les français sont de moins en moins nombreux à se lancer dans le bénévolat et les adhérents eux, sont très frileux à passer le cap du bénévolat au sein de leur club. La raison ? **Des missions pour la plupart du temps chronophages**

et pas adaptées au savoir-faire de chacun et chacune. Comment y remédier ? En digitalisant ces missions qui peuvent facilement l'être et en dégageant du temps aux bénévoles et aux dirigeants pour **se concentrer sur des missions de terrain** par exemple.

Des clubs pas encore en phase avec les usages numériques des adhérents

Autre raison au besoin de digitalisation : les adhérents.

Nous savons que plus de **la moitié des adhérents des associations sportives ont moins de 19 ans**. Cette information n'est surtout pas à négliger. En effet, cette part des adhérents fait partie de la **génération Z*** et les plus jeunes d'entre eux font partie de la **génération Alpha****. Il s'agit de deux générations nées alors que le numérique était déjà bien installé. Ils sont alors **très à l'aise avec les outils digitaux** et ont pour habitude d'utiliser toutes sortes d'applications pour communiquer, travailler et organiser leur journée.

Les associations, malgré le fait qu'elles aient déjà pour la plupart un site internet et une présence sur les réseaux sociaux, sont encore bien loin d'avoir les mêmes usages que ces générations. Il est devenu impératif pour celles-ci de s'adapter à cette population afin de mieux communiquer avec eux et de leur proposer une expérience d'adhérent en phase avec leurs attentes.

*La génération Z est la génération des personnes nées entre 1997 et 2010.

** La génération Alpha est la génération des personnes nées après 2010.

Un fonctionnement associatif encore très archaïque

Beaucoup d'associations sportives ont encore **un fonctionnement archaïque** et utilisent des outils plutôt "dépassés" : les chèques, les fiches d'inscriptions papier qui se perdent facilement, les tableaux accrochés à l'entrée du local associatif pour les inscriptions bénévoles... **Ces outils font perdre du temps et de l'énergie non seulement aux dirigeants, mais aussi aux bénévoles et aux adhérents**. En effet, cette organisation demande aux différentes parties de s'organiser, de faire bien attention à ne rien oublier pour compléter sa licence et de se déplacer pour des tâches de 5 minutes. Ce n'est pas l'idéal lorsque l'on est bénévole, adhérent ou parent d'adhérent et que l'on a un travail à côté.

En commençant par digitaliser le bureau, c'est-à-dire tout l'aspect administratif et managérial d'une association sportive, les dirigeants vont pouvoir répondre facilement et rapidement à toutes ces problématiques. De la digitalisation de la prise de licence, en passant par l'organisation en ligne de tous les projets associatifs et à la communication interne au sein de la structure, découvrez à travers ce Livre Blanc comment enclencher de la meilleure des manières la transformation numérique d'une associations sportive.



DIGITALISER LE BUREAU

COMMENT DÉMATÉRIALISER LA GESTION D'UN CLUB DE SPORT ? LES BONNES PRATIQUES

Les clubs doivent être prêts à se lancer

Dématérialiser un club sportif n'est pas si simple que ça. La plupart des clubs et de leurs membres historiques sont habitués à un mode de fonctionnement archaïque et analogique de la gestion de leur association : réunions au club house, astreintes pour récupérer les inscriptions et les cotisations des adhérents, mise en place de tableau d'inscription pour les bénévoles, envoi par courrier des demande de licence auprès des fédérations...



Travail préparatoire :

Organiser des réunions avec les membres du bureau

Il est important pour les dirigeants qui souhaitent lancer la transformation numérique de leur club, de **rassembler tous les membres du bureau et les bénévoles** afin de discuter du projet. Chacun ayant une vision différente du numérique, le dirigeant peut ainsi identifier les personnes susceptibles d'être à l'aise avec les outils digitaux et celles qui devront bénéficier d'une formation.

Organiser des sondages auprès des adhérents

Sont-ils à l'aise avec le paiement en ligne ? Ont-ils pour habitude de gérer leurs documents administratifs sur internet ? Les dirigeants doivent **connaître au mieux les usages numériques de leurs adhérents** pour leur proposer un parcours d'inscription et de paiement optimal, afin que tout le monde y gagne du temps.

Identifier les besoins administratifs du club

En fonction des besoins identifiés par les membres du bureau : dématérialisation de la prise de licence, paiement en ligne, inscriptions en ligne, boutique en ligne... Il est important de **commencer une veille de tous les outils digitaux qui sont à la disposition des clubs** de sport. De nombreuses solutions proposent des tarifs qui varient selon la taille de l'association mais aussi des fonctionnalités sur-mesures, puisque chaque association a des besoins différents.

Les clubs de sport amateur ont besoin d'être accompagnés

Se rapprocher des banques

Les associations sportives ont tout intérêt à se rapprocher de leurs banques et à leur présenter leur projet de digitalisation de leur gestion. En effet, **les conseillers bancaires** sont le plus souvent bien placés pour **proposer des produits ou des services digitaux** adaptés aux besoins et aux moyens financiers des associations. Certaines banques disposent de partenariats avec des solutions numériques et des solutions de paiements et proposent donc des offres à destination des associations.

Le rôle des fédérations

Les dirigeants des clubs peuvent être amenés à se rapprocher de leur fédérations. En effet, les fédérations aussi sont en train d'entamer une transformation numérique. **Certaines ont déjà acté des partenariats avec certains acteurs du digital** comme Joinly (gestion associative), My Coach et Be Sport. Ce type de partenariats permet aux clubs de bénéficier d'offres avantageuses à l'utilisation de ces solutions, mais aussi de bénéficier d'un accompagnement spécifique pour le club : démos, présentation interactive, contact avec des conseillers dédiés...

Les membres des associations sportives ont besoin d'être formés

Avant de se lancer dans un projet de transition numérique. Les clubs doivent **s'assurer d'avoir les ressources** nécessaires pour former leurs membres aux outils qu'ils auront choisis. En effet, chaque membre d'une association à un niveau

différent de maîtrise des outils numérique, il est donc important pour les moins habitués de bénéficier d'un minimum de formation sur ces outils. Plusieurs options s'offrent à eux : la formation en interne, la formation en ligne directement via les outils, les organismes de formation ou bien faire appel à leur fédération.

La formation en interne

La formation en interne permet de **bénéficier de l'expertise digitale déjà acquise** par certains membres. C'est un moyen intéressant de transmettre les connaissances et les compétences. D'une part, cela peut aider à harmoniser les connaissances des membres, rapidement et à moindre coût. D'autre part, cela valorise le travail du membre formateur et renforce son niveau d'engagement, tout en créant du lien entre les membres de l'association.

Les formations en ligne

La grande majorité des solutions digitales proposent systématiquement soit des **démonstrations gratuites** soit des **présentations interactives** personnalisées, elles aussi gratuites. Ce type de formation est plutôt réservée à un public autodidacte, les membres peuvent alors se former à l'outil de manière autonome et quand ils le souhaitent.

DIGITALISER LE BUREAU

Les organismes de formation

Deux dispositifs sont particulièrement adaptés à la **formation continue des bénévoles** :

- **Les plans de formation du FDVA** : le Fonds pour le Développement de la Vie Associative, propose un dispositif permettant aux structures associatives de mettre en place des plans de formation. La transformation digitale étant l'un des nouveaux enjeux pour les associations sportives, il est possible de **proposer un projet de formation précis auprès du FDVA**. Un jury décidera d'attribuer ou non une aide financière pour celle-ci. Pour avoir toutes ses chances, le projet doit correspondre aux axes de formation définis chaque année par l'État.
- **Le CEC (Compte d'Engagement Citoyen)** : le CEC est un dispositif lié au Compte Personnel de Formation (CPF), qui **concerne tous les actifs** (salariés, indépendants et demandeurs d'emploi). Il permet aux bénévoles de **cumuler des crédits de formation** sur leur compte personnel, en renseignant simplement les heures de bénévolat, la nature de leur rôle au sein de la structure, ainsi que l'activité de l'association dans laquelle ils interviennent.

Le rôle des fédérations

Il est devenu primordial, à l'heure actuelle, que les **fédérations s'investissent dans la transformation numérique de leurs clubs** et donc dans la formation de leurs membres. Les acteurs de la SportTech qui proposent des solutions digitales de gestion à destination des associations sportives l'ont bien compris. C'est ainsi que certaines startup du sport se mettent au service des fédérations françaises sportives. En proposant non seulement une solution de gestion associative mais aussi des formations complètes et personnalisées à destination des clubs utilisateurs et en partenariat avec leur fédération dont ils sont affiliés.

DIGITALISER LA GESTION ET LA PRISE DE LICENCE DANS LES CLUBS DE SPORT AMATEURS

Dématérialiser la gestion associative des clubs amateurs

Si les fédérations ont pour missions le développement de la pratique sportive sur le territoire, l'organisation des compétitions, les startups ont la mission et l'agilité pour digitaliser le sport en développant et en améliorant chaque jour leurs solutions. Les startups mobilisent des investissements financiers qui se traduisent par des développements technologiques performants, garant de la fiabilité des outils, de leur évolution et de leur adaptation aux enjeux du développement du sport.

Les outils pour digitaliser la gestion d'un club

Les solutions de gestion pour associations sont nombreuses. Pour savoir quel logiciel choisir il faut s'intéresser aux fonctionnalités proposées. Un bon logiciel de gestion pour association permet :

- La gestion des contacts et de la communication interne. En effet, contrairement à un logiciel de gestion d'entreprise, un logiciel pour association doit faciliter la gestion de la relation avec les membres, bénévoles, donateurs et autres ;
- La gestion d'événements, donnant la possibilité de les planifier et les promouvoir ;
- La gestion des dons en ligne, l'idéal étant que le logiciel de gestion puisse accepter toutes les formes de paiement ;
- La gestion des adhésions et des cotisations grâce à un module de comptabilité ;

- La gestion de la communication du club ;
- L'automatisation de certaines tâches à l'instar de l'établissement des reçus fiscaux ;
- L'analyse des performances de l'association.

Les outils de gestion et d'inscription en ligne pour les associations sportives

Attention toutefois à identifier des solutions qui respectent les spécificités des associations sportives affiliées à des fédérations sportives. En effet, certaines solutions (comme Joinly par exemple) se positionnent comme des partenaires privilégiés des fédérations françaises sportives en proposant des fonctionnalités et des outils personnalisables selon les clubs, le sport pratiqué et surtout selon les fédérations et leurs outils fédéraux.

La plupart des solutions de gestion et d'inscription en ligne propose de :

- Gérer les adhésions, les inscriptions à des événements, la collecte de dons ;
- Collecter des paiements en ligne ;
- Gérer l'ensemble des données administratives et financières liées aux inscriptions.

Il faut ensuite bien veiller à ce que ces solutions digitales proposent des fonctionnalités dédiées aux besoins des associations sportives mais aussi des fédérations sportives, en proposant :

- Des formulaires personnalisables, des tarifs multiples, des créneaux horaires ;
- La mise en place de codes de réduction pour les adhésions ;
- Le paiement des adhésions en ligne échelonnées ;
- L'identification des associations sportives



DIGITALISER LE BUREAU

grâce à leur numéro d'affiliation fédéral ;

- La mise en place d'un lien entre la solution et la prise de licence fédérale.

Ce type de solution se doit également d'être 100% sécurisée en assurant une authentification forte de ses associations utilisatrices et une traçabilité des flux financiers.

Dématérialiser le parcours de prise de licences fédérales

Comme évoqué dans la loi du 7 décembre 2020 dite d'Accélération et de Simplification de l'Action Publique (ASAP), certaines mesures visent le champ du sport dont l'article 72 qui prévoit que "Les fédérations sportives remplissant une mission de service public doivent permettre la demande et la délivrance de licences sportives en ligne d'ici la campagne d'adhésions 2022-2023."

Les solutions de gestion des inscriptions en ligne proposent donc, pour certaines, la mise en place d'un lien, sous la forme d'un web service, entre la solution et les outils fédéraux.

Simplifier le parcours de prise de licence des adhérents

Les solutions de gestion et d'inscription en ligne ne s'arrêtent pas à l'accompagnement des associations sportives dans la dématérialisation de leur gestion. Elles proposent ainsi, dans la continuité de l'inscription des adhérents sur un solution, la prise de licence fédérale totalement dématérialisée et la remontée de données qualifiées vers leur fédération. Un gain de temps non négligeable pour les fédérations, les clubs mais aussi les adhérents qui profitent d'un parcours

d'inscriptions totalement dématérialisé.

Prenons l'exemple de la Fédération Française de Voile qui a récemment fait le choix d'utiliser la solution Joinly dans la digitalisation de la prise de licences.

« Joinly est un service que la FFVoile propose à ses clubs affiliés. Ceux qui l'utilisent sont ainsi en capacité de proposer à leurs membres des liens d'inscription / achat simples d'utilisation. Pour le club, l'ensemble des flux de données s'enregistre et s'archive dans Joinly, ce qui lui permet de connaître sa situation de trésorerie » Olivier Clermont, responsable projets communication et partenariats FFV.

En se rapprochant de ce type de solution, les Fédérations peuvent alors optimiser leurs process digitaux d'échanges de données entre leur logiciel administratif et leurs clubs et licenciés. Le tout grâce à un service simple à mettre en place et adapté au fonctionnement des clubs. En plus de permettre l'échange de données fiables en temps réel, la mise en place d'une telle solution est moins coûteuse et compliquée à mettre en œuvre et à maintenir qu'une solution qui aurait été créée de toutes pièces par la fédération.

En conclusion, tirer partie des savoirs-faires de la SporTech en matière de gestion et d'inscriptions associatives c'est rendre plus fluides les liens entre les fédérations, les clubs et leurs adhérents en proposant des solutions qui répondent directement à leurs problématiques et simples à mettre en place.



DIGITALISER
LE TERRAIN



DIGITALISER LE TERRAIN

LES SOLUTIONS POUR LE SPORT AMATEUR

Education, progression et suivi des pratiquants

Les fédérations sportives et leurs clubs ont depuis toujours la volonté d'offrir aux pratiquants la meilleure qualité de service. La numérisation du sport et l'intérêt de la data collectée leur permettent aujourd'hui d'amorcer une nouvelle ère au cœur de laquelle le parcours du sportif revêt une place prépondérante. **La digitalisation de la pratique sportive interroge la relation entre une fédération, un club et ses pratiquants et renforce les notions de**



partage, de mémoire et de fidélisation. Elle replace le pratiquant au centre du projet fédéral. Par la numérisation de sa progression et la mise en place d'un monitoring, le pratiquant dispose d'une carte d'identité sportive lui permettant de suivre son évolution. La collecte de données liées à son éducation, à son apprentissage technique, physique, et à l'acquisition de compétences sociales et stratégiques offre également à la fédération l'opportunité de bénéficier pour chacun de ses pratiquants, et ce quel qu'en soit le niveau, d'un panorama et d'un historique des usages. Ces informations faciliteront et optimiseront la prise de décision politique, pour mieux structurer leurs organisations à la faveur de son développement et de la recherche de la performance (détection). La fidélisation des pratiquants reste un enjeu fort. Mieux les connaître et assurer un meilleur suivi de leur progression contribuera à proposer des activités adaptées et à maintenir le lien avec leur club et leur fédération. Et bien au-delà, c'est toute la discipline qui bénéficiera de toute cette data collectée et qui progressera dans son ensemble pour répondre au mieux aux attentes de ses pratiquants.

Diffusion de l'expertise technique et pédagogique

La digitalisation des fédérations, c'est aussi porter la transmission numérique des savoirs et développer les compétences des éducateurs. Les outils numériques qui accompagnent au quotidien les entraîneurs leur permettent d'accéder facilement aux contenus techniques et pédagogiques officiels mis à disposition par les fédérations. Ils peuvent ainsi améliorer leur niveau de formation et s'enrichir par la consultation régulière ou ponctuelle des bibliothèques de contenu, mais aussi par la formalisation de leurs propres fiches pédagogiques numériques. L'utilisation de ce corpus de

savoir nourrit leurs interventions et participe au développement de leur créativité et au partage de leur expérience avec d'autres éducateurs. **Les clubs et les fédérations capitalisent ainsi le savoir-faire de leur discipline et la transmission de contenu sur de nouvelles pratiques.** A cela s'ajoute enfin un accès facilité aux données des pratiquants et une gestion plus simple du quotidien permettant aux éducateurs de se concentrer sur le cœur de leur métier.

Management sportif

La grande majorité des clubs sportifs amateurs sont riches de l'engagement des bénévoles qui organisent le quotidien du club. Ils conçoivent le calendrier des entraînements, gèrent les équipements, le matériel, et transmettent les informations aux parents et aux pratiquants. La

numérisation de ces usages sportifs au travers d'une plateforme commune facilite la vie des dirigeants et optimise leur engagement, les déchargeant ainsi des tâches contraignantes qui prennent du temps. La bonne coordination des actions des acteurs du club garantit un fonctionnement harmonieux de la vie associative. La synchronisation des données fédérales telles que celles des licenciés, des feuilles de match, des calendriers sportifs et la centralisation de la data renforcera le lien entre le club et la fédération, par le ciblage de l'information et permettra à la fédération de bénéficier d'une meilleure connaissance de la vie d'un club. **La relation humaine doit rester l'essence même du fonctionnement du club, la solution numérique en sera un outil moderne.**



DIGITALISER LE TERRAIN

LES SOLUTIONS POUR LA HAUTE PERFORMANCE

Le modèle français se distingue par la recherche simultanée de l'excellence sportive et le respect de l'éthique, de l'individu, de son intégrité physique et morale, de sa formation et de son devenir professionnel.

Qu'il soit directement opéré par les fédérations, l'INSEP, les CREPS ou les clubs de haut niveau, eux-mêmes professionnels ou non, **le suivi de la haute performance requiert une méthodologie capable de restituer la complexité des aspects qu'il recouvre**. La numérisation des outils et des modalités afférents se généralise désormais. Elle procure à tous les acteurs de la haute performance des bénéfices inégalables

Récolte, centralisation, croisement et interprétation de l'information.

Le suivi de la haute performance convoque une multitude de facteurs d'ordre technique, tactique, physique, physiologique, psychologique, cognitif, social... la liste ne saurait être exhaustive. Il forme un processus dynamique qui doit être mis en œuvre dès l'instant, au moins, où l'athlète intègre une structure sportive de haut niveau. L'objet du suivi est d'apporter toutes les informations susceptibles de quantifier et de qualifier la progression du sportif.

Ces informations propres à chaque discipline prennent des formes distinctes :

- **données quantitatives objectives**, représentées par des valeurs numériques, saisies manuellement ou captées par des objets connectés (Internet des Objets ou Internet of Things of Things - IoT) tels que les GPS, accéléromètres, cardiofréquences et autres capteurs ;

- **données subjectives** rapportées par l'athlète, à travers les questionnaires de bien-être, le taux de fatigue ressenti (Rate of Perceived Exertion - RPE)... ;
- **données qualitatives**, issues de l'évaluation des encadrants, possiblement rapportées en indices ;
- **savoir spécifique à la structure** prenant la forme de contenus techniques et pédagogiques (livrets, fiches exercices en 2D ou animées, vidéos...).

Cet ensemble disparate d'informations forme la data. Son volume croît massivement avec les progrès de l'IoT et de la sportech. La data procède d'un traitement multiple :

- le recueil et le stockage de données utiles au suivi de la haute performance, quelle qu'en soit l'origine ;
- l'organisation qui nécessite de classer et de hiérarchiser les données, puis de les restituer selon le cadre de visualisation le mieux adapté aux attentes et aux méthodes des encadrants ;
- le croisement qui suppose la capacité d'associer différentes variables pour leur conférer une dimension analytique ;
- l'interprétation par laquelle la restitution des données éclaire les prises de décision.

La richesse des données et de leurs sources, la multiplicité des traitements rendent indispensable le recours à des plateformes numériques développées pour assurer la collecte, la centralisation, l'organisation, le traitement et la restitution intelligente de la data. Cet impératif est renforcé par la diversité des métiers concernés par l'encadrement des athlètes.

Une digitalisation qui concerne tous les métiers

Le suivi de la haute performance n'implique pas uniquement l'athlète et son entraîneur mais un ensemble de métiers et de fonctions. Il est l'affaire du staff technique, des préparateurs physiques et mentaux, médecins, kinésithérapeutes, sophrologues, analystes vidéo, sport scientists, administratifs, cadres dirigeants, intendants, responsables de scolarité...

Tous agissent au bénéfice des sportifs, à l'aide de méthodes et d'outils propres à leur métier. Il en résulte un risque de dispersion et de cloisonnement de l'information. **La numérisation de la haute performance s'entend comme l'intelligence systémique par laquelle les données compilées par chacun des enca-**

drants -et des athlètes- sont intégrées et historisées dans une plateforme partagée, appelée "Athlete Management System" (AMS). L'AMS prend la forme d'un site Internet (web application) et d'une application mobile associée, tous deux sécurisés et respectueux du RGPD, auxquels les parties prenantes se connectent avec des identifiants personnels.

L'AMS doit offrir autant de fonctionnalités qu'il y a de métiers concernés par le suivi de la haute performance, selon une architecture conçue au gré des droits de saisie et de consultation accordés à chaque collaborateur.

L'unicité du support génère un cercle d'informations vertueux qui facilite les tâches individuelles et optimise les prises de décision.

L'individualisation : des outils adaptés au méthodologie (perf BI)

L'expérience révèle qu'il existe autant de méthodes de suivi de la haute performance que de staffs, d'écoles de pensée, de disciplines et de structures d'accueil. Les éditeurs de logiciels doivent concevoir leur Athlete Management System à partir de cette réalité, sans quoi le livrable ne trouvera pas d'usage.

Inversement, le développement d'un AMS de qualité requiert des aptitudes informatiques et technologiques conséquentes (back-end, front-end, UX, mobile, sécurité, data science).

Un bon outil sera évolutif, s'adaptera aux environnements extérieurs (notamment pour intégrer un volume croissant de données IoT) et aux progrès des méthodes sportives, au risque d'être trop vite frappé d'obsolescence.

Il faut être conscient de ce que l'hyper-individualisation d'un AMS est financièrement coûteuse et demande un temps de fabrication incompatible avec les attentes exprimées par les staffs.



DIGITALISER LE TERRAIN

Les meilleurs AMS assurent la synthèse de ces réalités potentiellement antagoniques. Ils offrent un socle de fonctionnalités significatif, validé par une masse critique d'utilisateurs, c'est-à-dire par le marché. L'architecture et les fonctionnalités proposées doivent l'être de façon suffisamment souple pour que la fédération ou le club client choisisse celles dont il a réellement besoin, comme "sur une étagère". **Cette approche dite "agile" constitue un premier gage d'individualisation.**

Le second tient dans la relation de travail qu'initie l'offreur, l'éditeur de logiciel, et le demandeur, l'entité sportive. Des sessions appelées «workshops» permettent de rapprocher l'attente exprimée par les staffs des fonctionnalités des plateformes. Si nécessaire, des ajustements seront réalisés. Cette phase de configuration est essentielle pour assurer l'adéquation de la réponse au besoin.

En dépit de sa complexité technologique, l'AMS doit être intuitif, simple d'accès et d'utilisation, y compris pour tous les acteurs que l'informatique rebute. Des sessions de formation et de prise en main non chronophages seront planifiées.

L'hyper-individualisation espérée des staffs s'incarne par la création de tableaux de restitution et d'analyse des données (dashboards) qui correspondent aux méthodes spécifiques à chacun d'eux. L'essor récent des solutions intitulées "Performance BI" est l'illustration d'une synthèse aboutie.



DIGITALISER LE TERRAIN

LA RÉUNION DES DEUX SYSTÈMES POUR UNE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES FÉDÉRATIONS

La transition numérique du mouvement sportif et des fédérations s'entend comme un dispositif totalement intégré. En termes de suivi individuel, il s'agit de tirer le meilleur parti de la connaissance d'un individu, ce dès sa première licence.

Créer un continuum technologique de suivi des sportifs en réunissant le sport amateur et professionnel

Combien de Pôles Espoirs fédéraux et de centres de formation professionnels ignorent tout des antécédents des sportifs qu'ils accueillent ? L'écrasante majorité.

Ceci tient à l'incapacité passée des DSI à créer une donnée qualifiée autre que l'historique des clubs et des catégories d'âge fréquentés par les licenciés, si tant est que cette information existe.

Le désert sportif numérique a tout juste commencé de se peupler. Un tiers des fédérations olympiques françaises a entrepris de tracer les parcours sportifs individuels, au moyen de logiciels de suivi des athlètes amateurs (et des équipes pour les sports collectifs), fournis aux éducateurs. Lorsque ces solutions sont synchronisées aux bases de données des DSI fédérales, une information enrichie se génère, un historique se dessine.

Il appartient au mouvement sportif français d'assurer un continuum d'informations entre la base amateur et le haut niveau. **L'individu est à la fois le centre et le point de départ de cette action, à travers la constitution d'une carte d'identité sportive dynamique, sa licence numérique.** De la même façon que

les entreprises ont su développer des logiciels de gestion de la relation client (CRM), les Directions Techniques Nationales des fédérations peuvent désormais disposer des outils assurant la parfaite connaissance des parcours sportifs individuels et des contenus dispensés depuis l'entrée du sportif dans son environnement. Elles sont ainsi en capacité d'optimiser les opérations de détection.

Connecter une fédération à son propre environnement (autres fédérations, Ministère, ANS, Etablissements du sport de haut niveau ...)

Une fédération sportive n'évolue pas de manière isolée mais est intégrée à un écosystème en mouvement. La numérisation n'a de sens que si elle favorise les interactions entre chaque fédération et son écosystème, pour mieux s'enrichir mutuellement.

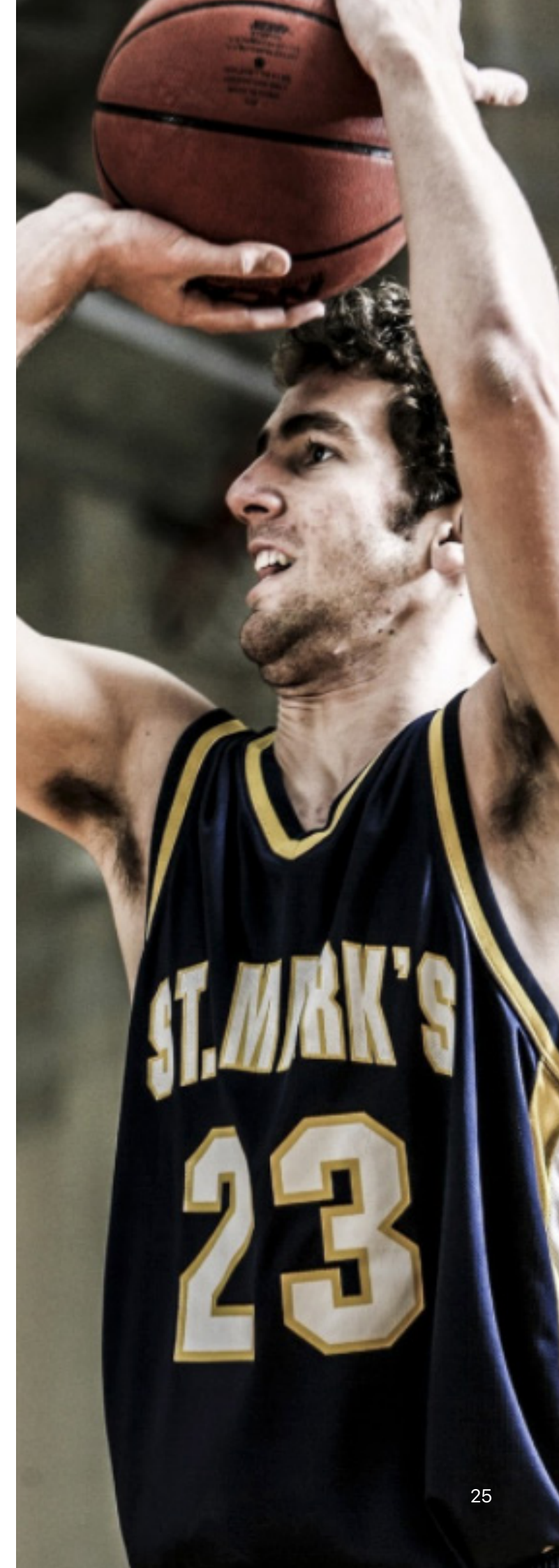
Beaucoup d'enfants et d'adolescents pratiquent une discipline dans leur établissement scolaire ou dans une fédération affinitaire sans être titulaires d'une licence dans la fédération olympique concernée. De même, la pratique sportive libre est en progression constante à la faveur des nouveaux équipements ludiques, des applications mobiles personnelles et des objets connectés. Ces évolutions sociétales provoquent une baisse tendancielle du nombre de licenciés.

La numérisation du mouvement sportif français a la capacité d'enrayer ce mouvement, dès lors que chaque DSI peut travailler en réseau avec les autres, en assurant un partage d'informations et des alertes pertinents. Un adolescent de très grande taille qui prend goût au volley-ball dans son lycée doit pouvoir être orienté, s'il le désire, vers le réseau de détection de la fédération. La fédération d'Athlétisme aura tout intérêt à être alertée du

fait qu'un collégien a réalisé une performance exceptionnelle en sprint, en cours d'EPS. Les transferts d'informations sont désormais possibles. Les prochaines victoires du sport français en dépendent.

Et demain l'IA

L'intelligence artificielle (IA) est un terrain fructueux pour la recherche, les start-up de la sportech et les data scientists qui aspirent à l'utilisation que les fédérations sportives et les clubs professionnels peuvent en faire. La détection des talents, le développement des athlètes et, à travers eux, la progression du sport, constituent des champs d'application pertinents. Il reste que la diffusion des atouts de l'IA présuppose l'existence d'une masse de données exploitables. Or celle-ci demeure conditionnée à l'état de numérisation du mouvement sportif français, tout juste naissant.





CONNECTER
LES ACTEURS

CONNECTER LES ACTEURS

Groupe Facebook, compte Twitter, site internet, groupes WhatsApp... aucun club n'y coupe aujourd'hui : il faut être sur les réseaux.

Mais combien sont réellement acteurs de ce changement ? Combien en maîtrisent l'évolution et en saisissent la valeur ?



D'UN NOUVEAU FORMAT DE SOCIAL MÉDIA POUR UN VRAI BÉNÉFICE SOCIAL

Un club soudé

Comme cela a été évoqué précédemment, plus de la moitié des adhérents à une association sportive ont moins de 19 ans.

Aussi, 98% des 18-24 ans ont un smartphone en France.

Réussir à créer une communauté digitale autour de son club, c'est lui assurer une vie au-delà de sa dimension physique, autour du terrain ou dans le club house, uniquement les soirs d'entraînements et les jours de match.

Créer un espace digital pour son club, c'est permettre à ses adhérents de participer plus facilement à la vie associative de leur club et ainsi les engager.

Engager aussi les parents, les accompagnants, les amis... ceux qui suivent la vie du club sans en être des acteurs directs.

Le club concentre donc beaucoup plus de personnes que dans sa vie physique.

Une communication simplifiée

L'un des grands avantages d'avoir une communauté digitale est la simplification de la communication.

Le club peut très facilement s'adresser aux joueurs, au bureau, aux fans, aux parents... à tout le monde !

Communications officielles, communications internes, discussions privées... Le club va pouvoir maîtriser sa communication sur tous ses supports, en touchant ainsi toutes les personnes concernées tout en étant plus cohérent.

C'est aussi permettre à tous les adhérents et leurs proches de communiquer entre eux, et ainsi alléger le travail du club : système de covoiturage, partage d'informations, relais des communications du club...

Offrir un espace digital à votre club permet donc de créer votre communauté, de faire vivre votre club au-delà de sa vie physique, et de simplifier la communication entre ses membres.



CONNECTER LES ACTEURS

UNE MEILLEURE STRATÉGIE DE CONCENTRATION DE CONTENUS ET UN BÉNÉFICE STRATÉGIQUE POUR LE CLUB

Offrir un espace digital pour que la communauté de son club se retrouve, c'est aussi permettre à son association de rayonner à travers l'activité de ses membres !

Photos, vidéos, commentaires, posts, sondages, scores en direct, compos d'équipe... Sont autant de contenus qui vous échappent tant que vous n'avez pas d'espace digital pour votre club.

En effet, une fois que vous aurez réussi à construire votre communauté, vous allez concentrer toutes les interactions sociales de vos adhérents au même endroit, faisant ainsi rayonner votre club.

Votre communauté va grossir, vous allez générer plus de contenus, vous augmenterez votre nombre d'adhérents... Et vous entrez dans un cercle vertueux.

Digitaliser votre club permet donc de le mettre en avant au travers de son activité.

UN NOUVEAU MODÈLE DE PLATEFORME POUR UN BÉNÉFICE ÉCONOMIQUE PLUS VERTUEUX

Dernier point, et c'est sans doute le plus important quand on connaît la situation financière du sport amateur en France : cette communauté peut vous faire gagner de l'argent !

En effet, une fois que vous aurez réussi à construire votre communauté, vous pourrez valoriser celle-ci auprès de vos sponsors.

Les espaces que vous pourrez vendre à vos partenaires ne seront plus seulement ceux autour de votre terrain, mais aussi ceux sur : vos compositions d'équipe, vos sondages, vos photos officielles, vos statistiques de match, votre calendrier...

Bref, tous les contenus que vous allez pouvoir créer facilement et sur lesquels vous pourrez vendre de l'espace publicitaire.

Et encore une fois, vous entrez dans un cercle vertueux : plus la communauté est grosse, plus il y a de contenus, plus ces contenus sont vus, partagés, commentés, relayés... plus vos partenaires seront prêts à payer cher pour être présents sur ces emplacements digitaux

En bref, digitaliser votre club vous permettra de faire vivre votre club au-delà de sa vie physique, de simplifier la communication avec tous les acteurs de votre vie associative.

Cela permettra aussi de mettre en avant votre club à travers son dynamisme. Et enfin, cela vous permettra de générer plus de revenus, à travers une offre de sponsoring de plus en plus connectée et pertinente pour vos partenaires.





CONCLUSION

CONCLUSION

Il n'y a pas de fatalité, ni de solution miracle. Mais il peut y avoir de l'énergie, de l'envie.

Certaines structures sont à la pointe, certaines sont plus en retrait sur leur transformation. C'est normal et structurel.

La seule certitude est que le sport change. Il change dans sa pratique, de plus en plus libre et de plus en plus improvisée. La Parkour vient dynamiser certaines communautés, le football se pratique plus à 5 qu'à 11, le running devient un art de vivre. La gestion de la data qu'elle soit administrative, sportive ou médicale devient un enjeu majeur dans l'approche de la performance et dans le suivi des sportifs.

Le sport change aussi dans son accessibilité. Il est de plus en plus simple, inclusif, ouvert et offre de nouvelles opportunités. L'entreprise se rapproche de plus en plus de la pratique organisée, publique ou privée. Les collectivités deviennent aussi moteurs de la pratique sportive et de la promotion même du sport.

Il est aujourd'hui possible d'acheter une place de cinéma en ligne, sur un téléphone, à tout moment, simplement. Cela a été constaté pendant les mois difficiles de la pandémie, il est aujourd'hui inévitable de réserver un créneau en ligne, avec des plateformes référentes.

Par sa fragmentation, le sport se transforme lentement, il est encore compliqué de réserver un créneau dans un terrain municipal et compliqué de s'inscrire dans un club, de connaître les places disponibles selon les créneaux, les tranches d'âge.

La Sportech accélère son organisation, sa structuration, autour de marques référentes justement pour permettre aux clubs, aux fédérations de franchir le cap et d'être accompagnés grâce à des investissements technologiques majeurs

et des centaines de milliers d'heures d'expérience.

La Sportech, dont Joinly, MyCoach et Be Sport sont les porte-drapeaux dans ce livre blanc, insuffle justement cette énergie, cette envie. Le sportif d'aujourd'hui et de demain n'attendra pas la numérisation du sport, il veut juste faire du sport.

Les vitrines digitales des associations sportives, clubs, fédérations seront les premiers leviers pour attirer les sportifs et pour pérenniser l'engagement des futurs bénévoles à court, moyen et long terme.

La transformation digitale n'est donc pas une fatalité mais une évolution logique, dans laquelle la Sportech s'engage auprès des acteurs du sport avec ferveur.



