

## Société | Le digital au service du sport



**Aujourd'hui, notre quotidien, qu'il soit professionnel ou personnel, est rythmé par l'utilisation du digital. Tous les secteurs d'activités sont touchés et le sport ne déroge pas à la règle. En ce 11 février après-midi les professionnels de la discipline se sont retrouvés à la Maison régionale des Sports à Talence pour échanger autour de cette thématique et ont présenté les conséquences de l'utilisation de la réalité virtuelle et des médias sociaux sur la sphère sportive...**

« Mettre en relation les acteurs du numérique et la sphère sportive ». Tel était l'objectif de cet après-midi baptisé « Sport et Numérique » organisé par la Région Nouvelle-Aquitaine, le CROS (Comité régional olympique et sportif), l'ADI Nouvelle-Aquitaine (Agence de développement et d'innovation), Digital Aquitaine et Unitec, ce 11 février, à la Maison régionale des Sports à Talence.

Cette idée est née en octobre 2018, suite à l'événement « Les Destinées Numériques » organisé par Digital Aquitaine. Un rendez-vous qui a réuni l'ensemble des acteurs de l'économie numérique et a illustré les impacts du numérique sur les grands secteurs stratégiques. « A cette occasion, et en accord avec la Région Nouvelle-Aquitaine, Digital Aquitaine a initié une démarche en synergie avec le CROS Aquitaine pour identifier les grands enjeux numériques auxquels les acteurs du sport doivent faire face, souligne Stéphanie Lamour, en charge des projets événementiels chez Digital Aquitaine. Le constat commun des partenaires fut l'existence réelle de besoins chez les acteurs du sport en matière de numérique, tant sur la partie performances que sur la partie business ». Suite à ce bilan, des outils ont vu le jour comme un incubateur au sein de la Maison régionale des Sports et d'autres conférences également, comme celle donc du 11 février réunissant les acteurs du numérique et ceux du sport.

### Le digital un levier pour le sport

Avant que les neuf clubs professionnels ne s'expriment, Vincent Bost, le directeur général de l'ADI Nouvelle-Aquitaine, prit la parole pour rappeler que « notre ADN c'est l'innovation ! Donc nous souhaitons véritablement décroiser les différents secteurs d'activités en mettant en lumière leurs problématiques similaires. D'où, aujourd'hui, cette rencontre entre monde sportif et monde numérique qui a pour but de mettre en réseau des communautés d'acteurs ». Cette rencontre n'est pas une fin en soi, il l'assure, « il y aura bien sûr des répliques à ce rendez-vous, car c'est un travail sur du long terme que nous mettons en place. »

A la suite de cette allocution neuf clubs professionnels\* présentèrent brièvement leur utilisation du digital dans le cadre de leurs performances sportives et business ainsi que leurs ambitions digitales. Ainsi, concernant les

performances sportives si certains clubs comme le Basket Landes situé à Mont-de-Marsan estime que son utilisation est limitée car « elle reste cantonnée à l'analyse vidéo et aux statistiques », aux dires de la présidente directrice générale Marie-Laure Lafargue, en revanche d'autres locomotives telles que l'Union Bordeaux Bègles en rugby l'utilisent quotidiennement pour « analyser la performance des joueurs, en se servant de GPS notamment, collecter des données, suivre ses athlètes, en termes de nutrition, santé, hygiène et traumatisme », détaille Jean-Baptiste Machenaud, directeur marketing.

En termes de performances business, le club de rugby du SU Agen a lancé un concours d'architecte pour faire évoluer ses infrastructures « 30 millions d'€ d'investissements ont été mis sur la table pour ériger une enceinte entièrement modernisée en 2022 », énonce Thomas Léger le secrétaire général. Quand d'autres comme les Chamois Niortais mettent en place dans le stade des panneaux LED pour « communiquer d'une manière dynamique, une billetterie efficace, des services avec des outils d'aide à la gestion commerciale ainsi qu'une fan base », explique Romain Lechat, responsable communication et audiovisuel.

## Des ambitions digitales

Après une mise à plat de leur utilisation du digital dans leur quotidien sportif et business, chacun a expliqué ses ambitions dans ces deux secteurs. En termes de performances sportives, certains ont exprimé la volonté d'obtenir des données plus pointues sur l'état de santé de leurs athlètes par exemple d'autres une simplification et une unification des bases de données. Concernant les performances business, la dématérialisation des modes de paiements et des billets de matchs, une simplification des démarches commerciales, une amélioration de la fan expérience furent les ambitions mises en avant par ces différents clubs. « Nous sommes à la recherche d'idées en termes d'innovation numérique ! », lâcha Romain Lechat, responsable communication et audiovisuel des Chamois Niortais. A l'issue de ces pitches, les entreprises du numérique présentes ont échangé en BtoB avec ces clubs professionnels pour leur apporter des solutions concrètes répondant à leurs besoins.

\* Basket Landes (40) ; Chamois Niortais (79) ; SU Agen (47) ; Boxers de Bordeaux (33) ; UBB (33) ; Girondins de Bordeaux (33) ; Limoges Hand 87 (87) ; Bordeaux Mérignac Volley (33) et SAXV Charente (16).



Sybille Rousseau

*Crédit Photo : SR*

*Publié sur [aqui.fr](http://aqui.fr) le 13/02/2020*

*[Url de cet article](#)*