



ENCEINTES SPORTIVES CONNECTÉES

UN NOUVEAU MODÈLE ÉCONOMIQUE POUR LES STADES ET SALLES EN FRANCE

COMPRENDRE L'ENJEU NUMÉRIQUE DANS LE SPORT

La transformation numérique est un des grands défis que doit relever le sport français dans les prochaines années. Elle entraînera un bouleversement profond dans la manière de gérer les enceintes sportives et d'y organiser des événements. Bien comprise, elle permettra de maximiser les retombées économiques, d'optimiser les dépenses et de redéfinir le rôle des acteurs sportifs dans son exploitation. C'est pourquoi sept acteurs du sport français ont décidé de travailler conjointement sur ce sujet : le Ministère des sports, la Fédération française de football, la Ligue de football professionnel, la Ligue nationale de rugby, la Ligue nationale de basket, la Ligue nationale de handball et l'Association nationale des ligues de sport professionnel. Ensemble, ils ont réalisé une étude avec trois objectifs :

1

Conquérir les nouveaux publics connectés

Les technologies numériques se diffusent très rapidement dans l'ensemble de la société française. Le taux d'équipement en smartphone des Français est de **73%**, celui des 18-24 ans de **99%**.

Les usages sont multiples : **62%** des Français disent utiliser leur smartphone pour se géolocaliser, **62%** l'utilisent pour aller sur les réseaux sociaux, **40%** ont une application bancaire...

C'est une **opportunité pour les acteurs sportifs** pour renforcer les liens avec leurs fans mais aussi séduire de nouveaux publics, notamment parmi les jeunes.

2

Transformer l'expérience spectateur

Le jour de match ne se résume pas à un événement. Il doit constituer une expérience globale pour les spectateurs et partenaires, enrichie par différents services et animations.

60% des Français souhaiteraient des déplacements facilités dans l'enceinte sportive, **57%** avoir accès à du WIFI gratuit, **40%** un achat simplifié de nourriture et de boissons, **39%** l'accès à des statistiques et des replays...

Le numérique peut donc aider les stades et salles à **se transformer en lieux de spectacle modernes** et offrir la possibilité de vivre autrement l'événement sportif.

3

Créer un nouveau modèle économique

La connectivité d'une enceinte doit optimiser son modèle économique. Elle doit être **rentable** pour amortir les investissements nécessaires et répondre aux exigences financières de ses gestionnaires.

Cet objectif est d'autant plus important que le sport français se repose encore trop sur **les acteurs publics** pour construire et exploiter ses stades et salles.

La transition numérique est l'occasion de sortir de cette logique et de montrer que le sport peut générer **une activité économique viable et autonome**, à l'instar de ce que l'on constate ailleurs en Europe.

A QUOI RESSEMBLERA L'ENCEINTE SPORTIVE DE DEMAIN ?

L'étude sur les enceintes sportives connectées a cherché à définir de manière concrète l'enceinte sportive connectée de demain et les principaux éléments de son programme fonctionnel. Cinq enjeux particulièrement importants ont été identifiés concernant les infrastructures, l'organisation de l'événement, les services aux publics et partenaires ainsi que la gestion et la sécurité de l'enceinte.

COUVERTURE WIFI ET APPLICATION

- Installer des solutions sans fil et un réseau sécurisé, évolutif et connecté à tous les systèmes de l'enceinte.
- Garantir une capacité de connexion simultanée pour 50% des personnes présentes dans l'enceinte.
- Créer une application spécifique sur smartphone pour servir d'interface avec les spectateurs et organiser la collecte d'informations dans le respect du RGPD.

VENIR DANS L'ENCEINTE ET EN SORTIR

- Coupler l'achat de billets à des solutions de transports (transports en commun, parking...).
- Installer une signalétique dynamique : informations en fonction du lieu et l'heure, itinéraires, affichage des informations les plus demandées, écrans interactifs...
- Possibilité de réserver un mode de transport à la sortie.

SERVICES AUX FANS ET PARTENAIRES

- Créer de nouveaux services (restauration, achats...) et faciliter leur accès (temps d'attente, paiement dématérialisé, commande à la place...).
- Connaître les comportements des spectateurs avec un outil CRM pour donner de l'information ciblée, maximiser le taux d'occupation et développer des offres adaptées.
- Donner une visibilité nouvelle aux partenaires avec des espaces dédiés sur l'application et les écrans et les associer à la conception des nouveaux services.

NOUVELLES EXPÉRIENCES

- Donner accès à des contenus exclusifs, du gaming et des informations pendant l'événement, partager les contenus des réseaux sociaux...
- Créer des expériences interactives et immersives et utiliser la réalité augmentée pour animer et informer.
- Mettre en relation les spectateurs dans l'enceinte et animer la communauté des partenaires et invités VIP.
- Fidéliser la communauté de fans après l'événement : envoi de contenus, social hub regroupant les réseaux sociaux, offres merchandising, offres billetterie pour de nouveaux événements, enquête de satisfaction...

GESTION DE L'ENCEINTE ET SÉCURITÉ

- Mieux contrôler l'entrée de l'enceinte (temps réduit, reporting instantané du remplissage, optimisation des flux) et développer le contrôle d'accès biométrique.
- Permettre la collecte et l'analyse des données par capteurs et autres dispositifs Internet des Objets (IoT) pour surveiller en continu l'état de l'enceinte (consommations, propreté, etc.), diagnostiquer les dysfonctionnements et anticiper les problèmes.
- Coordonner le travail de l'exploitant et des sous-traitants avec une application dédiée : tableau de bord partagé, informations par métier, suivi des interventions, comptes rendus, groupes de discussions...
- Créer un portail utilisateur pour permettre aux spectateurs et visiteurs de signaler des demandes d'intervention (nettoyage, sécurité...).



ENCEINTES SPORTIVES CONNECTÉES : AMBITIONS ÉCONOMIQUES ET TERRITORIALES

La connectivité des stades et salles sera au cœur de leur futur modèle économique. Elle devra faire émerger de nouvelles sources de revenus et permettre aux acteurs sportifs de développer leur autonomie à l'égard des pouvoirs publics. Elle sera aussi un facteur de notoriété et différenciation pour les territoires et une composante à part entière de la « ville intelligente » de demain.



Les clubs français ne génèrent que 15% de leur budget grâce aux revenus jour de match contre une moyenne de 25% en Europe.

Les plateformes numériques de gestion de bâtiments peuvent réduire jusqu'à 30% des coûts d'énergie et de maintenance.



« Nous plaçons l'innovation et le digital au cœur de notre projet. », Tony Estanguet, Président du Comité d'organisation des JO 2024

DES ENCEINTES CONNECTÉES À LEUR PUBLIC

L'enceinte sportive de demain sera participative, construite sur la compréhension des attentes et des comportements de ses spectateurs. L'analyse des données collectées lors des événements et l'interactivité constante avant, pendant et après les matchs permettra d'adapter en permanence l'expérience et les services qu'elle propose.

DES ENCEINTES À FORT POTENTIEL ÉCONOMIQUE

La transformation numérique des enceintes offrira un bouquet de services élargi aux spectateurs et augmentera les revenus jour de match en remplissant mieux les enceintes, en fidélisant la communauté des fans, en augmentant le panier moyen de chaque spectateur et en valorisant mieux les prestations VIP et l'engagement des partenaires.

DES ENCEINTES DURABLES

Le suivi et le contrôle numérisés du fonctionnement des enceintes sportives ainsi qu'une organisation mieux coordonnée des événements permettront d'optimiser leur exploitation, de réduire fortement leur consommation et leurs coûts de gestion et de les inscrire ainsi fermement dans une démarche de développement durable.

DES ENCEINTES SPORTIVES DANS LA SMART CITY

Connectées, les enceintes sportives créeront de nouveaux liens avec la ville numérique qui les entoure. Elles seront en synergie avec les infrastructures de leur quartier (transports, énergie...). Elles devront aussi devenir un moteur pour leur bassin de vie en expérimentant de nouvelles solutions digitales, en contribuant à l'émergence de filières économiques locales et en valorisant l'ambition numérique du territoire.

LA FRANCE, PAYS D'INNOVATION DANS LE SPORT

La connectivité des enceintes sportives est un enjeu national. Elle est indispensable si la France veut rester attractive dans l'accueil de grands événements sportifs. Elle sera aussi cruciale pour promouvoir l'innovation de nos entreprises et territoires et entretenir la dynamique de nos startups à l'occasion d'événements tels que la Coupe du monde de football féminin de 2019, celle de rugby en 2023 ou les JO de Paris 2024.

CRÉER UN NOUVEAU PARTENARIAT ENTRE ACTEURS SPORTIFS ET FINANCEURS PUBLICS

Réussir la connectivité des enceintes sportives exigera de nouvelles formes de coopération entre acteurs sportifs et acteurs publics, en premier lieu les collectivités territoriales, afin d'établir des priorités communes dans le temps, de mieux partager les responsabilités, d'articuler le rôle de chacun au niveau national et local et de maximiser ainsi l'impact économique et social du sport en France.

PLANIFIER ET ANTICIPER

- Définir entre acteurs sportifs et financeurs publics une vision partagée de l'enceinte sportive connectée (objectifs et programme fonctionnel).
- Prévoir ensemble les moyens privés et publics devant être mobilisés pour mener à bien cette modernisation et le calendrier de mise en œuvre.
- Anticiper les différentes étapes de cette modernisation et les problèmes possibles.



RÉALISER

- Privilégier une approche intégrée et associer en amont tous les acteurs concernés : pouvoirs publics, constructeurs, exploitants, prestataires...
- S'appuyer sur le Schéma directeur de digitalisation du club résident, qui décline sa stratégie en matière d'enceinte connectée.
- Consulter la communauté des fans et les partenaires pour connaître leurs besoins.



INVESTIR

- Sortir d'une logique de financement 100% public et faire du club sportif résident le premier financeur de la digitalisation de son enceinte.
- Mobiliser les dispositifs de soutien existants pour les smart cities et impliquer ainsi de nouveaux acteurs nationaux et territoriaux.
- Créer un ou des Fonds de digitalisation pour faciliter les emprunts bancaires de clubs sportifs investissant dans leur stade ou salle.

EXPLOITER

- Choisir un exploitant visant une rentabilité maximale pour tirer pleinement parti des investissements numériques dans l'enceinte et favoriser la création de revenus inédits.
- Donner la priorité au club résident pour exploiter à l'année l'enceinte modernisée compte tenu de sa connaissance des besoins des spectateurs et de son intérêt à optimiser l'utilisation de l'équipement pour nourrir son développement économique.