

SESSION 2026

PROFESSEUR DE SPORT
Concours externe - Concours interne

Options

Conseiller animation sportive - CAS
Conseiller technique sportif - CTS

Rédaction d'une note
Première épreuve d'admissibilité

Durée : 4 heures

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier.

Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

Tournez la page S.V.P.

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

CAS

Conseiller d'animation sportive

Externe Option/choix Epreuve Matière
PSE CAS 101 1037

Interne Option/choix Epreuve Matière
PSI CAS 101 1037

CTS

Conseiller technique sportive

Codes à reporter selon la discipline choisie lors de l'inscription – **EXTERNE uniquement**

Discipline choisie	Concours externe	Option/choix	Épreuve	Matière
ATHLETISME	PSE	CTS ATHL	101	1037
AVIRON	PSE	CTS AVIR	101	1037
BADMINTON	PSE	CTS BADM	101	1037
BOXE	PSE	CTS BOXE	101	1037
CYCLISME	PSE	CTS CYCL	101	1037
HANDBALL	PSE	CTS HAND	101	1037
JUDO	PSE	CTS JUDO	101	1037
NATATION	PSE	CTS NATA	101	1037
RUGBY	PSE	CTS RGBY	101	1037
TENNIS	PSE	CTS TENN	101	1037

À reporter sur la copie sous la forme suivante – exemple – :

Externe Option/choix Epreuve Matière
PSE CTS BADM 101 1037

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N°1 : Durée 4 heures – coefficient 2

Épreuve de rédaction d'une note s'appuyant sur un dossier documentaire relatif au domaine du sport. Le traitement du sujet doit permettre de vérifier les qualités de rédaction, d'analyse, de synthèse du candidat, ainsi que son aptitude à dégager des préconisations concrètes s'appuyant sur des connaissances scientifiques, techniques et une culture sportive.

Sujet : **IMPORTANT** : Dès la remise du sujet, les candidats sont priés de vérifier la numérotation et le nombre de pages du dossier documentaire. Ce dossier comporte 10 documents numérotés de la page 1 à la page 25

Dans une société où le numérique prend une place croissante, le développement de l'esport et des pratiques connectées particulièrement chez les jeunes, interroge nos politiques sportives.

Votre supérieur hiérarchique ou votre directeur technique national, vous sollicite pour élaborer une stratégie pour agir concrètement dans ces domaines dans les prochaines années.

À partir des documents joints, vous rédigerez, pour le destinataire de votre choix mentionné ci-dessus, une note présentant une analyse de la situation et faisant émerger des éléments de décision et d'orientations stratégiques.

Liste des documents joints

Document 1 : Extraits du rapport de l'Inspection Générale de l'Education du Sport et de la Recherche « Quelle gouvernance pour le développement du esport en France ? » mai 2024 (3 pages).....	2
Document 2 : Extraits de la stratégie nationale interministérielle esport 2020-2025 (3 pages).....	5
Document 3 — Extraits du rapport de tendances « Digitaliser les organisations sportives pour accroître leur résilience et favoriser la promotion du esport en Europe. Paris&Co et Pôle Ressources National Sport Innovation. Mars 2025 (2 pages).....	7
Document 4 : Appel à projets de l'Agence Nationale du Sport (ANS) : soutien à la transformation numérique des fédérations sportives, 20 février 2024 (4 pages).....	9
Document 5: Extraits de l'analyse des réponses aux questionnaires adressés aux membres du CNOSF. Janvier 2025 (1 page)	12
Document 6 : Développement de l'eSport en France : comment la scène e-sportive s'impose. Esports Insider site d'actualités indépendant, 10/06/2025 (3 pages)	13
Document 7 : Dossier e-sport BPI France du 25 juillet 2024 (5 pages).....	16
Document 8 : Les objets connectés pour le sport, extrait du site Internet connectmysport.fr. Septembre 2023 (2 pages)	21
Document 9 : Article de Margaux Genre-Grandpierre du 29 juillet 2024 sur le site www.lepack-accelérateur.com accélérateur de start-up dédié au sport business (2 pages).....	23
Document 10 : Le sport connecté : une révolution technologique au service de la performance, publié le 8 Septembre 2024 sur le site lenergeek.com (1 page).....	25

Document 1 : Extraits du rapport de l'Inspection Générale de l'Éducation du Sport et de la Recherche « Quelle gouvernance pour le développement du esport en France ? » mai 2024 (3 pages)

Le esport (ou « *electronic sport* »), né dans les années 70, consiste en la pratique compétitive du jeu vidéo ; cette pratique a pris son essor dans les années 2010, avec le développement des réseaux sociaux. À l'intersection de trois champs principaux, ceux de la culture, de l'économie numérique et de la pratique compétitive, il s'agit d'un phénomène de société massif concernant 35 % des jeunes de 15 à 24 ans, et dont certains journalistes et chercheurs ont fait une spécialité.

Pour le code de la sécurité intérieure, lorsqu'il s'appuie sur une inscription payante et qu'il donne lieu à des gains financiers, le esport est un jeu d'argent et de hasard, par nature interdit, mais autorisé par dérogation pour les compétitions physiques de jeu vidéo, dans des conditions établies par la loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique. Dans le sillage de l'adoption de cette loi très importante pour le secteur, une association, France Esports, s'est créée pour assurer la défense des intérêts du esport, et le gouvernement s'est doté en 2019 d'une feuille de route interministérielle fondatrice de la stratégie nationale « 2020-2025 ». Cette stratégie vise le développement compétitif, économique et social du esport. Deux rapports ultérieurs ont précisé les besoins de développement du esport, et proposé des pistes d'évolution de sa gouvernance. Cependant, la stratégie gouvernementale est peu appropriée par les administrations, et les acteurs du esport ont ainsi récemment mis en exergue le souhait d'un cadre plus formalisé pour le dialogue avec l'État afin d'être mieux accompagnés. C'est dans ce contexte que l'IGÉSR a été saisie par la ministre des sports et des jeux Olympiques et Paralympiques pour aborder la question de la gouvernance du esport.

Dans une première partie qui décrit avec précision l'écosystème sportif, la mission note à la fois l'essor de la pratique, et les bons résultats sportifs français. Toutefois, malgré quelques avancées principalement de nature économique, de nombreuses problématiques sociales perdurent, dont il faut désormais se saisir dans un contexte renouvelé caractérisé notamment par une prise de position du Parlement européen. En matière économique, outre la dérogation à la qualification de jeux d'argent et de hasard pour les tournois en présentiel, prévue par la loi pour une République numérique, il faut signaler les avancées récentes relatives à l'adoption d'un taux de TVA à 5,5 % pour les manifestations sportives, et à l'extension de l'éligibilité du dispositif du « passeport talent » à certains joueurs professionnels ou entraîneurs étrangers. La loi pour une République numérique a également créé un contrat ad hoc pour les joueurs professionnels, et organisé une protection des joueurs mineurs. Enfin, récemment l'obligation de contrôle de l'honorabilité des dirigeants et encadrants a été instaurée par la loi n° 2022-296 du 2 mars 2022 visant à démocratiser le sport en France. Cependant, certaines problématiques signalées par les différents rapports précités persistent. Évoluant entre le double monopole des éditeurs de jeux et des diffuseurs de contenus, les clubs et joueurs présentent un modèle économique très vulnérable. Le contrat pour les professionnels du esport n'est pas opérant, les clubs et joueurs préférant se placer sous le statut moins protecteur d'autoentrepreneur ; le contrôle de l'honorabilité des encadrants ne l'est pas non plus. Par ailleurs, les risques de dérives de la pratique sportive ne sont pas régulés (risques d'addiction, de dopage, de cyberharcèlement...) et les atouts du esport ne sont pas mis en valeur (stimulation des fonctions cognitives, coopération, rapidité de réaction...). Enfin, malgré l'émergence récente d'un titre « d'animateur esport », il n'y a aucune obligation de formation pour encadrer les activités de esport.

La position récente du Parlement européen sur le esport invite à accélérer la structuration du esport en France. Pour le Parlement européen, le esport consiste en l'utilisation compétitive d'un produit économique dont la propriété intellectuelle appartient aux éditeurs de jeux vidéo. Il n'est pas un sport, et son développement doit être encouragé autour des axes suivants : pérennité de la filière économique par l'amélioration de la solvabilité des clubs, la prévention des risques de dérives tout comme la mise en avant des atouts, et le développement territorial.

La deuxième partie du rapport analyse la gouvernance actuelle et en conclut que l'État a laissé les acteurs privés en première ligne, créant des ambiguïtés dans les rôles et capacités d'organismes tels que France Esports. Elle présente la gouvernance actuelle comme lacunaire et propose un « cahier des charges pour une bonne gouvernance », centrée sur trois enjeux principaux et reposant sur une régulation publique / privée sous la coordination d'un délégué interministériel.

L'action de l'association France Esports, initialement créée comme un « Parlement du sport » ayant vocation à regrouper l'ensemble des parties prenantes, n'a pas été complétée par l'action des administrations alors que certains sujets nécessitaient une intervention de l'État. En matière économique, la mobilisation des investisseurs publics est restée très limitée bien que le sport soit porteur d'innovations technologiques. L'hypothèse de structurer le secteur sur le modèle d'une véritable filière industrielle intégrant une spécificité culturelle et « sportive », prévue par la feuille de route 2020-2025, et dont l'intérêt a été rappelé par les rapports sur le sport, est restée lettre morte jusqu'à très récemment où l'avenant au contrat de filière sport prévoit « *de faciliter l'alignement entre sport et sport pour l'accès à des mesures de facilitation ou d'accès à des financements et d'aligner les exigences en matière de formation et de financement croisé.* »

En matière éducative et sociale, les administrations se sont peu mobilisées. Malgré la création très récente d'une « *task force* » interministérielle qui s'est réunie une fois, en définitive, France Esports et quelques associations spécifiques, ont été laissées en autonomie sur des sujets de politique publique comme le double projet, la mise en place d'une filière d'accession à la haute performance, la relation avec l'éducation nationale, ou bien sur des sujets d'ordre public comme le sexisme, la prévention du dopage ou la manipulation des compétitions... Le développement territorial est très inégal compte tenu de nombreuses questions laissées sans réponse, non seulement le contrôle de l'honorabilité ou de la formation des encadrants, mais aussi de la question de la relation aux éditeurs, alors que de nombreux élus sont conscients que l'appropriation du sport serait une bonne opportunité pour nouer des liens entre générations.

France Esports, conçue comme un groupe d'intérêt, est récemment confrontée à une crise de gouvernance alors que sous l'impulsion de certains de ses adhérents, elle n'a pas démerité compte tenu de ses moyens. Sa capacité d'action est limitée, et ses membres qui sont aussi des acteurs économiques sont placés, du fait de leur action associative, en situation de conflit d'intérêt. Face à des administrations peu mobilisées et une association affaiblie, il est clairement apparu à la mission, qu'aucun acteur n'aurait la légitimité et ne serait en capacité de promouvoir une stratégie nationale du sport devant se déployer autour d'enjeux économiques, sociaux et territoriaux. C'est pourquoi, le rapport a retenu un modèle de gouvernance par enjeux fondée sur une corégulation publique-privé, et coordonnée par un « chef d'orchestre » capable de structurer un dialogue permanent de nature à rendre visible et à assurer le suivi d'une stratégie commune. Pour la mission, cette fonction devrait être assurée par un délégué interministériel nommé par l'État.

La troisième partie explore les différentes options évoquées pour l'avenir de la gouvernance du sport repoussant le modèle fédéral sportif traditionnel, redouté par les acteurs, ainsi qu'une structure de gouvernance unique de type « agence ». Elle décrit les modalités de corégulation des trois enjeux principaux à appréhender : une structuration économique fondée sur une responsabilisation des acteurs, une régulation de la pratique sans droit spécial, et un développement territorial sous mandat de l'État. Enfin, elle précise les leviers et modalités d'exercice du délégué interministériel. Le débat autour de la comparaison entre « sport » et « sport » n'est pas récent puisqu'il remonte à l'apparition du terme « sport », vraisemblablement impropre ; le modèle fédéral n'est pas adapté au sport, fondé sur l'exploitation d'un jeu vidéo dont la propriété intellectuelle appartient aux éditeurs lesquels adaptent régulièrement leurs règles pour en maintenir l'attractivité.

Une gouvernance nationale de nature associative n'est pas appropriée non plus, compte tenu des enjeux actuels prégnants dans le domaine de l'État, et des risques juridiques inhérents à la participation des représentants des pouvoirs publics à une association.

La solution de l'agence, conçue comme un démembrement de l'État, ne paraît pas pertinente pour assurer la gestion ou la régulation d'un secteur économique qui n'est pas encore mature.

Le rapport confirme en conséquence la pertinence de l'hypothèse intermédiaire évoquée par la lettre de mission : un « comité national du sport » préparé par un délégué interministériel accompagnant et rendant compte de la mise en oeuvre des trois enjeux précités. Ce comité national pourrait être copiloté par les ministres chargés des sports, de la culture et de l'économie ; il aurait pour mission de concevoir et de d'assurer le suivi d'une stratégie dont la mise en oeuvre serait partagée en toute transparence.

En matière économique, le rapport préconise une structuration fondée sur une responsabilisation de ses acteurs : éditeurs, clubs, joueurs, organisateurs et diffuseurs. Il souligne l'intérêt de l'avenant au contrat de filière sport signé le 13 mars 2024, avec les ministères des sports et de l'économie, et suggère que les acteurs économiques s'accordent, notamment sur une évolution du partage de la valeur du spectacle sportif, afin d'engager un travail construit avec l'État. Pour activer la filière économique, un délégué général de filière économique du sport pourrait être désigné par ses acteurs avec un amorçage financier par l'État. À terme, un contrat de filière sport pourrait être finalisé englobant également le ministère de la culture.

En matière éducative et de régulation de la pratique, le rapport préconise de transférer « à la carte », certaines réglementations ou régulations du sport, ou bien de la culture, ou bien du secteur de la régulation des jeux, et de les compléter, si nécessaire uniquement, par l'apport de réglementations *ad hoc*. Ce secteur étant hybride, lorsque des réglementations sectorielles existent, il est possible de le réguler sans droit spécial, ni administration spéciale. Sont ainsi transférables les actions des régulateurs du sport, par voie législative pour l'agence française de lutte contre le dopage, certaines dispositions de soutien du domaine sportif, ou bien de certains financeurs dans le cadre de leurs interventions innovantes. Le délégué interministériel devra être particulièrement vigilant à la mobilisation des administrations de l'État en faveur de cette approche.

Enfin, le rapport affirme que sa proposition constitue un point de stabilité pertinent dans le contexte actuel, mais rappelle que la position du comité international olympique (CIO) n'est pas stabilisée en matière de sport dont le champ est pour le moment restreint à celui des sports virtuels. En conclusion, pour la mission, si le CIO aborde dans l'avenir la question du sport dans un sens extensif, en concertation avec les éditeurs, il est possible que la question de l'opportunité de création d'une fédération délégataire se pose.

Quelques préconisations de la mission

n° 1 : Étendre le périmètre de l'observatoire du sport pour mieux apprécier la valeur économique et sociale de cette pratique.

n° 2 : Publier une circulaire spécifique des ministères chargés de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et des sports, en faveur du double projet et du soutien à l'accession au très haut niveau pour les sportifs.

n° 4 : Donner une suite au diagnostic réalisé dans le cadre de France 2030 en proposant des modules de formations sportives financièrement accessibles à tous et permettant une évolution professionnelle.

n° 5 : Créer, à court terme, un diplôme de référence reconnu d'animateur de sport et promouvoir, le cas échéant, une mention complémentaire de bacs professionnels.

n° 8 : Mobiliser pour le sport, la compétence de la délégation interministérielle aux grands événements sportifs.

n° 9 : Coordonner les aides innovantes de l'agence nationale du sport, et d'autres ministères en faveur du sport.

n° 10 : Étendre au sport, par la voie législative, le périmètre de l'Agence française de lutte contre le dopage.

n° 11 : Lancer un appel à candidature pour retenir, à titre expérimental, pour quatre ans, une structure associative ou un groupement ayant mandat de développer le sport dans le cadre d'un label « auto-porté ».

n° 12 : Pour une durée initiale de 3 ans, créer un poste de délégué interministériel au sport chargé notamment de préparer un comité national pour le sport.

Document 2 : Extraits de la stratégie nationale interministérielle sport 2020-2025 (3 pages)

Objectif : faire de la France le leader européen du secteur de l'esport à horizon 2025.

Véritable phénomène de société, **l'esport présente un potentiel de développement remarquable**. Une première étape majeure a été la tenue des Assises de l'esport en 2019, organisées par les ministères en charge de l'Économie numérique et des Sports. Elles ont permis d'engager **une réflexion de fond sur la structuration de l'écosystème de l'esport français**, en vue d'établir **une feuille de route à horizon cinq ans**. Un deuxième jalon a été posé le 16 janvier 2023 avec l'annonce, par les ministres des Sports, du ministre délégué à la Transition numérique et de la ministre de la Culture, de leur volonté d'**accélérer la structuration de la filière esport et de renforcer son attractivité d'ici 2025**.

La Stratégie Esport 2020-2025 s'articule autour de quatre axes.

Axe 1 : promouvoir le développement d'une pratique sportive responsable et socialement valorisée

L'enjeu : Démocratiser et positiver l'esport, promouvoir un esport éthique, intègre et inclusif (mixité, handicap, lien social, etc.). **Les principales actions** :

Encourager l'émergence d'un écosystème structuré, responsable et inclusif :

- soutenir la diffusion d'une politique d'inclusion et de mixité en lien avec les associations pertinentes ;
- soutenir la mise en œuvre d'outils pédagogiques ainsi que d'actions de prévention et de sensibilisation aux enjeux sanitaires et sociaux à destination du public et des parents ;
- accompagner le montage d'actions de sensibilisation en milieu scolaire et extra-scolaire.

Encourager le déploiement d'un système de régulation et de prévention adapté aux spécificités de l'activité (pratique en ligne et en physique) :

- dès 2020, diffusion de bonnes pratiques et outils à destination des acteurs du secteur ;
- mettre en place d'une politique de labellisation « France Esports » destinée à informer les pratiquants, les collectivités et le grand public.

Axe 2 : accompagner la création d'un parcours de formation pertinent, avec une attention particulière portée aux joueurs de haut niveau

L'enjeu : Encadrer et former les futurs joueurs de haut niveau et professionnels de la filière. **Les principales actions** :

Mettre en place des parcours de formation adaptés à la haute performance dans l'esport pour les joueurs à haut potentiel en pré et post-bac :

- à partir de 2020, encourager la mise en place d'expérimentations en milieu scolaire (aménagements de scolarité, etc.) ;
- Bénéficier de l'expertise et des compétences de l'Institut national du sport, de l'expertise et de la performance (INSEP) sur la thématique.

Suivre l'évolution des besoins en formations du secteur (formation des encadrants, métiers et compétences recherchées, etc.) :

- à partir de 2020, et en lien avec les opérateurs pertinents, identifier et évaluer les besoins en compétences du secteur, et le cas échéant formations associées ;
- structurer des filières de formation à destination des encadrants.

Axe 3 : mettre en place une politique de soutien au développement des acteurs français de l'esport

L'enjeu : Soutenir la croissance, l'investissement, l'innovation et l'exportation du savoir-français. **Les principales actions**

Structurer une offre de solutions d'accompagnements et de financements à destination des acteurs du secteur :

- consolider une cartographie des modalités d'accompagnements mobilisables par l'écosystème (incubateurs, interlocuteurs pertinents, etc.) ;
- mobiliser les investisseurs publics (Caisse des Dépôts et Consignations, BPI France, etc.).

Encourager l'émergence d'une filière esportive française structurée et compétitive :

- structurer le secteur sur le modèle d'une véritable filière industrielle intégrant une spécificité culturelle et sportive ;
- à la suite d'une étude de prospective économique visant à compléter le diagnostic établi et affiner ses perspectives d'évolution, remise en juin 2021, poursuivre la création d'un environnement institutionnel, économique et législatif attractif et sécurisant ;
- dès Janvier 2020, évaluer le dispositif « joueur professionnel de jeux vidéo salarié » ;
- clarifier la fiscalité applicable aux compétitions de jeux vidéo et gains associés ;
- publier une instruction interministérielle permettant **le recours au passeport talent « renommée internationale »** pour les sportifs de haut niveau.

Axe 4 : mettre en valeur l'attractivité de la France, de ses territoires et de son écosystème de l'esport, auprès des acteurs de la filière et des investisseurs

L'enjeu : Renforcer l'attractivité de notre territoire et écosystème face à une concurrence internationale accrue. **Les principales actions :**

Développer une stratégie de valorisation de l'esport en France en s'appuyant sur la dynamique portée par les JOP Paris 2024 :

- structurer une offre de services et outils de promotion au soutien de l'export des acteurs de l'écosystème avec l'appui de Business France ;
- faire de l'esport un axe structurant du programme d'héritage de l'État des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024.

Positionner la France comme place forte de l'esport à l'international :

- sensibiliser le réseau diplomatique économique et culturel à la thématique ;
- mobiliser le réseau French Tech, et associés, et soutenir la mise en œuvre ; d'opérations d'attractivité fléchées en lien avec les acteurs du secteur ;
- accompagner et soutenir les initiatives européennes sur le secteur.

L'esport français en chiffres

**141 millions
d'euros**

Chiffre d'affaires global du secteur.

**22,9 millions
d'euros**

Levés de fonds en 2022.

1 017

ETP du secteur.

29,1 %

Taux de féminisation moyen.

Document 3 — Extraits du rapport de tendances « Digitaliser les organisations sportives pour accroître leur résilience et favoriser la promotion du sport en Europe. Paris&Co et Pôle Ressources National Sport Innovation. Mars 2025 (2 pages)

FIDÉLISATION ET ACQUISITION DE NOUVEAUX PRATIQUANTS

Offre de pratique digitalisée en complément de l'offre physique traditionnelle.

L'essor des plateformes numériques transforme la manière dont les clubs sportifs interagissent avec leurs adhérents. En complément de l'offre physique, la digitalisation permet d'étendre l'expérience sportive au-delà des infrastructures traditionnelles. Grâce à des contenus accessibles à distance tels que des programmes d'entraînement, des conseils d'experts, des vidéos pédagogiques, les membres bénéficient d'un accompagnement adapté et flexible, pouvant ainsi renforcer leur engagement.

Cette approche hybride répond aux nouvelles attentes des pratiquants, qui recherchent plus de souplesse dans leur organisation. Selon le baromètre de l'INJEP, la pratique sportive à domicile, qui avait fortement progressé durant la crise sanitaire (47 % des pratiquants en 2020), a diminué en 2022 et 2023, tout en restant plus répandue qu'en 2018 (22 %, soit +4 points). Les adeptes de cette pratique mettent en avant plusieurs avantages, notamment une plus grande flexibilité (31 %), un coût réduit (19 %) et l'absence de contrainte météorologique (20 %).

Qu'il s'agisse de s'entraîner à domicile, perfectionner leur technique ou suivre des séances adaptées à leur niveau, la digitalisation leur offre des outils complémentaires pour enrichir leur expérience sportive. Pour les clubs, elle représente également une opportunité stratégique : en diversifiant leurs services, ils peuvent toucher un public plus large, séduire de nouveaux adhérents et renforcer la fidélité des membres existants.

Cependant, bien que ces nouveaux outils soient efficaces, ils ne remplacent pas l'expérience du sport en présentiel, mais enrichissent la pratique traditionnelle. Cette crise a ainsi poussé les acteurs du sport à intégrer durablement le digital dans leurs stratégies. La pandémie du covid-19 a donc servi de catalyseur à une mutation déjà en cours, encourageant les fédérations et les clubs à intégrer durablement le digital dans leurs stratégies, non pas comme une alternative, mais comme un complément à la pratique traditionnelle.

Gamification et challenges communautaires

La gamification, combinée à des systèmes de challenge et de récompenses, offre une manière innovante de dynamiser l'engagement des pratiquants. A l'image de la célèbre application sportive Strava et ses 120 millions d'utilisateurs, en intégrant des éléments comme des rewards ou des classements, les organisations sportives peuvent suivre les progrès des participants et récompenser leur régularité et leurs améliorations.

Cette approche renforce l'engagement à long terme, motive les pratiquants à atteindre leurs objectifs et crée une expérience plus interactive et ludique. De plus, l'organisation de challenges communautaires, tels que des défis collectifs et des compétitions en ligne, renforce la cohésion des membres et favorise un esprit de collaboration, tout en stimulant la fidélité et l'implication à long terme au sein des structures sportives. Cette approche, déjà bien ancrée dans le monde du travail avec des plateformes qui favorisent l'apprentissage et la productivité par le jeu, se déploie désormais dans le sport, où elle permet de fidéliser les pratiquants et de renforcer l'esprit de communauté.

Avec la démocratisation du matériel sportif connecté, les pratiquants bénéficient d'un suivi précis et en temps réel de leur progression. Ils peuvent également accéder à un écosystème élargi, incluant des applications de fitness, des compétitions en ligne comme Zwift, ainsi que des modules spécifiques développés par certaines fédérations, à l'instar du partenariat entre la Fédération Française de Cyclisme et Kinomap en 2022.

Cette digitalisation croissante montre que la gamification dépasse le cadre du sport de haut niveau pour s'adresser à tous les pratiquants, quelle que soit leur discipline. En s'inspirant des tendances du monde professionnel, les fédérations adoptent ces outils pour rendre la pratique plus engageante, accessible et motivante, tout en accompagnant la montée en puissance des technologies dans le quotidien des sportifs.

Diversification des pratiques et attraction de nouveaux pratiquants

Depuis une vingtaine d'années, le territoire français s'oriente de plus en plus vers une pratique sportive personnalisée, autonome et moins contraignante. L'espace public est ainsi devenu un lieu de pratique sportive, incitant les acteurs, notamment les collectivités locales, à mettre en place de nombreux équipements publics en libre accès : parcours de santé, design actif, terrains de sports urbains, skate parks, stations d'entraînement, pump tracks, etc.

Parallèlement à cette tendance, un nombre croissant d'acteurs privés commerciaux ont développé des offres de pratique au sein de "nouveaux" espaces (football à 5, padel tennis, basket 3x3, escalade de bloc, crossfit) pour répondre aux besoins émergents des pratiquants et remédier à la saturation ou à l'inadéquation des équipements existants principalement occupés par les associations sportives. Cependant, cette offre commerciale de sports de loisirs est restée principalement centrée sur les zones urbaines ou périurbaines disposant d'une masse critique suffisante. Les acteurs privés ont compris les besoins et l'émergence de ces nouvelles disciplines en commençant et en continuant à financer et à soutenir ces initiatives.

De ce fait, l'intégration de toutes nouvelles disciplines sportives historiquement moins populaires en France par exemple, comme le pickeball, le cricket ou le lacrosse, offre aux fédérations une opportunité unique d'élargir leur audience et d'accroître la visibilité de leurs disciplines. Ces « nouveaux sports » font face à plusieurs défis lorsqu'il s'agit de se faire connaître au-delà de leur noyau de pratiquants. L'un des principaux obstacles réside dans leur référencement et leur visibilité sur les plateformes dédiées aux sports, ainsi que dans l'identification de lieux de pratique adaptés et de partenaires potentiels pour les pratiquants.

Un exemple frappant de ce phénomène est celui d'Anybuddy, une plateforme qui a su surfer sur l'essor du Padel en France pour se développer. En facilitant la mise en relation entre les pratiquants et les installations de Padel, Anybuddy a non seulement répondu à un besoin croissant d'infrastructure, mais a également contribué à populariser ce sport en France. Leur plateforme permet aux joueurs de localiser des courts de Padel, de réserver des créneaux horaires et de trouver d'autres passionnés pour jouer ensemble, tout en offrant des outils de gestion pour les clubs. Porté par la popularité grandissante du padel en France, Anybuddy a connu une expansion spectaculaire en 2024, affichant une croissance à trois chiffres et franchissant le cap des 7 millions d'euros de volume d'affaires, tout en devenant rentable. Déterminée à doubler ce chiffre en 2025, la startup mise sur un modèle économique robuste, reposant sur une commission appliquée à chaque réservation, et bénéficie d'une fidélité remarquable de ses clubs partenaires, avec un taux de résiliation inférieur à 0,5 %.

Document 4 : Appel à projets de l'Agence Nationale du Sport (ANS) : soutien à la transformation numérique des fédérations sportives, 20 février 2024 (4 pages)

Service du Développement Fédéral et territorial (DFT)

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'AGENCE NATIONALE DU SPORT

À

MESDAMES ET MESSIEURS LES PRESIDENTS ET PRESIDENTES DES FEDERATIONS
SPORTIVES AGREES

PAR LE MINISTERE DES SPORTS ET DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES,

MONSIEUR LE PRESIDENT DU CNOSF,

MADAME LA PRESIDENTE DU CPSF

Note n°2024-DFT-TransfoNum-2024

OBJET : Appel à projet « transformation numérique des fédérations sportives » pour l'année 2024

Dans la dynamique des Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) 2024, le Président de la République a positionné la promotion de l'Activité Physique et Sportive comme Grande Cause Nationale 2024 (GCN2024). Elle sera le relai sociétal pour porter l'héritage immatériel de ce rendez-vous unique et historique, avec pour objectif d'améliorer l'éducation, la santé, l'inclusion et de rendre notre société plus solidaire.

Les outils numériques, véritables leviers de modernisation et réels facteurs de développement économique des fédérations, doivent s'inscrire dans cette dynamique et faciliter l'accès à la pratique sportive des françaises et des français. Ils doivent contribuer à faire de la France une Nation plus sportive en augmentant significativement le nombre de pratiquants d'ici les Jeux olympiques et paralympiques de Paris en 2024 et en favorisant un accueil de qualité dans les clubs lors de la rentrée sportive 2024 en septembre prochain.

Ainsi, le présent appel à projets permet à l'Agence nationale du Sport d'accompagner et de soutenir les fédérations sportives dans la mise en œuvre de leur stratégie digitale pour en faire un véritable levier d'actions au cœur de leur promesse de développement au bénéfice du plus grand nombre.

OBJECTIFS PRIORITAIRES

Les outils numériques doivent notamment viser à :

- Ludifier la pratique sportive et inciter à se mettre en mouvement (challenges, datas...).
- Permettre le suivi et l'analyse des performances sportives.
- Engager les fans d'événements sportifs.
- Favoriser la création et l'animation de communautés sportives en ligne.
- Fidéliser les licenciés et en acquérir de nouveaux.
- Pérenniser le modèle fédéral avec de nouveaux modèles de revenus.
- Améliorer la performance économique et sportive des clubs.
- Automatiser et faciliter l'organisation d'un club et de ses tâches administratives.
- Faciliter la gestion des équipements sportifs grâce à des solutions numériques.

Les fédérations sont invitées à déposer des projets de transformation numérique venant structurer une démarche de développement plus globale. Pour être éligibles, les projets présentés devront s'articuler autour d'au moins une des 3 priorités suivantes :

- Des projets favorisant le développement d'**offres de services** pour fidéliser les licenciés et fédérer des communautés de pratiquants et de fans, qui ne se retrouvent pas dans l'offre sportive

associative traditionnelle. Ces projets devront favoriser un modèle économique permettant **de diversifier les sources de financement** des fédérations;

- Des projets relatifs à la digitalisation du management des organisations sportives favorisant le recours à des solutions numériques et de nouvelles technologies dans le but de simplifier la gestion et de développer l'attractivité du réseau fédéral ;
- Des projets interfédéraux permettant la mutualisation de solutions numériques efficaces ou le recueil de données en faveur de leur développement respectif (sont exclus les outils de gestion des adhésions). Cet axe fera l'objet d'une attention particulière en 2023.

En 2024, **seuls les projets mutualisés par plusieurs fédérations sportives seront éligibles.**

Le projet déposé doit, entre autres, présenter la vision fédérale, l'état des besoins, les objectifs recherchés, les moyens affectés, le plan d'actions ainsi que les indicateurs d'évaluation permettant la mesure des résultats et les effets attendus.

Le projet peut regrouper plusieurs actions à condition qu'elles soient toutes incluses dans l'outil numérique proposé. Tout projet qui ne respecterait pas cette règle serait de fait considéré comme inéligible.

Sont éligibles :

1. Expérience des fans : solutions pour engager et fidéliser les fans.
2. Acquisition et fidélisation des licenciés : solutions portées sur l'acquisition de nouveaux licenciés, de nouvelles cibles de licenciés et leur fidélisation grâce à la mobilisation des services numériques attractifs et des business models innovants.
3. Développement et animation d'une communauté : solutions pour créer et animer des communautés sportives en ligne, encourageant l'échange et le partage d'expériences entre pratiquants.
4. Formation et la Délivrance des diplômes pour les professionnels, les dirigeants et les bénévoles.
5. Automatisation et facilitation de l'organisation du club :
 - Solutions visant à automatiser et faciliter les tâches administratives et opérationnelles des clubs (administratif, RH, billetterie etc.)
 - Solutions pour faciliter la gestion des équipements sportifs des clubs.
6. Outils d'incitation et de motivation à la pratique (challenges digitaux, utilisation de datas, pratiques hybrides...)
7. Projets inclusifs de mise en accessibilité des outils et services numériques au profit des publics souffrant d'un handicap

L'ACCOMPAGNEMENT

L'accès au fonds d'aide à la transformation numérique dépendra de la maturité du projet déposé et de sa capacité à répondre aux objectifs dudit fonds. Après analyse des dossiers et priorisation de ces derniers, une aide financière (dans la limite des crédits disponibles) pourra être attribuée afin d'amorcer ou d'optimiser le développement numérique fédéral.

Les critères d'éligibilité au fonds d'aide à la transformation numérique sont les suivants :

- La phase de développement opérationnel du projet doit débuter en 2024.
- Le projet doit être porté et coordonné par l'échelon national de la fédération sportive.
- Les crédits doivent couvrir au moins l'une des différentes étapes du projet : ingénierie, développement technique, expérimentation, lancement & communication, déploiement & animation.
- Le compte-rendu financier (bilan définitif de l'action et de son impact) devra être déposé sur Le Compte Asso avant le 30 juin 2025.

Des dépenses d'acquisition de matériels nécessaires et la valorisation de ressources humaines rattachées directement au projet peuvent être incluses dans le budget prévisionnel du projet mais ne pourront être le seul poste budgétaire.

Comme indiqué précédemment, les projets donnant lieu à une mutualisation interfédérale des solutions numériques, seront prioritaires.

Les projets seront examinés au regard :

- De la stratégie fédérale de transition numérique incluant une nouvelle offre de services (publics ciblés, calendriers, étude de marché, ...)
- De la viabilité du modèle économique, la pérennité du dispositif et la propriété fédérale des datas ;
- De la capacité à évaluer l'impact et à fédérer les usagers ;
- Du caractère reproductible et d'essaimage des solutions développées.

Pour les projets non sélectionnés, il sera proposé aux fédérations, en fonction des besoins identifiés, de les mettre en contact avec les acteurs de la filière numérique du sport impliqués dans le programme « Innovation Sport » mené par le CNOSF. Les fédérations pourront ainsi accéder à des retours d'expériences, des conseils en développement et des propositions de collaborations.

CALENDRIER ET MODALITES DE MISE EN OEUVRE

En 2024, le projet doit être déposé sur « Le Compte Asso » **avec la fiche de synthèse (en annexe)** sur le programme « Transformation numérique », accompagné de la fiche action détaillée en annexe. Le chainage de l'appel à projet sur « Le Compte Asso » **code subvention 3350**, est le suivant :

Programme/ Sous-type de financement/ Nature de l'aide	Modalité de l'aide	Objectif opérationnel
Transformation numérique	Développement des services aux pratiquants	Application/ service aux pratiquants
		Pratique(s) hybride(s)/ Gamification
	Développement d'outils au service des dirigeants, bénévoles et professionnels	Dématérialisation du management interne de la fédération
		Digitalisation des formations/ E-learning
		Data pour aide à la décision
	Mutualisation des solutions numériques	Application/service aux pratiquants
		Dématérialisation du management interne de la fédération
		Digitalisation des formations/ E-learning
		Pratique(s) hybride(s)/ Gamification
		Data, statistiques, croisement de données

Cet appel à projets sera ouvert du 15 février au 16 avril 2024 inclus, terme de rigueur.

Le jury composé de représentants de la gouvernance de l'ANS et d'experts, procèdera à l'analyse et à l'instruction des dossiers des demandes de subvention déposés avant le 16 avril 2024.

Les décisions et mises en paiement des projets sélectionnés par le jury seront effectuées courant mai 2024.

LES BENEFICIAIRES

Sont éligibles, les fédérations sportives agréées et par le ministère des sports des Jeux Olympiques et Paralympiques.

Document 5: Extraits de l'analyse des réponses aux questionnaires adressés aux membres du CNOSF. Janvier 2025 (1 page)

110 REPONDANTS : 55 MEMBRES + 55 CROS / CDOS et interviews en complément pour détailler certaines initiatives évoquées par les répondants.

Un réel attrait et de premières initiatives mises en place par le mouvement sportif, avec les JO en toile de fond.

- Une très large majorité des **110 structures** interrogées (entités membres et territoires) s'intéressent à l'Esport, la pratique compétitive des jeux vidéo, et par extension au gaming et à savoir si cela est compatible avec le mouvement sportif.
- Si l'association entre les pratiques reste clivante pour certains, **80% des répondants estiment que l'Esport est un complément/extension du sport.**
- Une majorité attend la première édition des JO de l'Esport annoncé en Arabie saoudite en 2027 avant de juger.
- **20% des répondants indiquent avoir déjà lancé une stratégie ou initiative connexe** dans un écosystème qui a de nombreuses choses à prendre ou à apprendre du mouvement sportif.
- Le CNOSF doit jouer un rôle dans sa structuration selon les répondants qui pour **63 % d'entre eux ont exprimé un besoin d'accompagnement.**
- Pistes privilégiées pour les structures qui envisagent de se lancer : développer une pratique pour les amateurs en accompagnant les clubs (30 %) et proposer une offre mêlant gaming et sport.

Le CIO a annoncé en juillet 2024 l'officialisation des premiers JO de l'Esport en 2025, édition reportée en 2027.

Le mouvement sportif globalement convaincu de son lien avec le sport :

"Les **joueurs d'Esport** possèdent des compétences spécifiques que des athlètes pourraient et devraient développer (réflexes, rapidité, concentration...)."

"Plusieurs clubs omnisports développent déjà des stages ou **sections Esport/sport** qui permettent de **toucher un nouveau public** et de sensibiliser aux risques du numérique."

"Les deux pratiques **se complètent**: le sport aide à la concentration et à la gestion du stress, tandis que l'Esport améliore les réactions aux stimuli visuels et auditifs, ainsi que le travail collaboratif."

"La sédentarité augmente, et **si l'Esport ne cherche pas à intégrer l'activité physique**, il passe à côté de la promotion du bien-être et de la santé."

Pistes privilégiées pour les CROS et CDOS:

- Développer une offre mêlant gaming et sports réels ;
- Accompagner les clubs dans leur développement.

Le CNOSF a un rôle à joué :

- Faire le lien avec le CIO et les JO de l'Esport à venir ;
- Développement de la pratique amateur et éducative et promotion de pratiques mixtes : «accompagner son développement amateur pour lutter contre ses excès (sédentarité, temps d'écran, etc...)» ;
- Accompagnement et échanges de bonnes pratiques.

Document 6 : Développement de l'eSport en France : comment la scène e-sportive s'impose. Esports Insider site d'actualités indépendant, 10/06/2025 (3 pages)

La France est l'un des pays les plus engagés en Europe dans l'esport, avec un chiffre d'affaires estimé à 141 millions d'euros en 2023 et environ 1 000 équivalents temps plein selon le rapport de l'observatoire économique de l'eSport paru en 2024. Ce dynamisme s'explique par la structuration croissante du secteur, l'explosion médiatique de nombreux gamers (Squeezie, Kameto, Gotaga, etc), le soutien institutionnel et l'intérêt grandissant du public et des sponsors. L'eSport devient un véritable levier économique et culturel. Nous vous présentons les clés de ce développement spectaculaire dans l'hexagone ainsi que les acteurs principaux qui y ont contribué.

L'eSport en France a connu une évolution remarquable, passant d'un phénomène communautaire marginal à une discipline structurée et reconnue. En quatre grandes étapes, la scène française s'est imposée comme l'une des plus dynamiques d'Europe :

Débuts des années 2000 : premières compétitions eSport en France

L'eSport en France prend forme au début des années 2000 avec l'organisation des premières compétitions emblématiques comme la LAN Arena 6, qui se déroule à Paris en 2001. Cette compétition de jeux vidéo marque un tournant dans la communauté des gamers, rassemblant 1200 des meilleurs joueurs autour de titres comme [Counter-Strike](#) ou Quake 3.

À cette époque, trois équipes françaises émergent comme pionnières de la scène : aAa (Against All Authority), Millenium et Eclipse. Ces structures, bien qu'amateurs, posent les bases du professionnalisme en eSport avec une organisation plus structurée, des line-ups compétitives, et une communauté fidèle.

Les événements LAN se multiplient dans tout le pays, créant un terrain fertile pour les talents et une culture du jeu compétitif. Ce début de décennie installe les premiers jalons d'une industrie naissante, encore loin d'être institutionnalisée, mais déjà passionnée et dynamique.

2010 : création de la Fédération française de jeux vidéo

En 2010, le besoin de structurer l'industrie française des jeux vidéo devient de plus en plus pressant. C'est dans ce contexte qu'est créée la Fédération Française de Jeux Vidéo (FFJV) en 2013, une organisation destinée à fédérer les acteurs du jeu vidéo, notamment ceux impliqués dans la compétition. Bien que centrée sur l'ensemble du jeu vidéo, la FFJV inclut une forte dimension eSportive dans ses activités. Elle agit comme une plateforme de dialogue entre organisateurs d'événements, joueurs, développeurs et pouvoirs publics.

À travers cette initiative, la France commence à entrevoir le potentiel économique et culturel de l'eSport. L'objectif est aussi de promouvoir de bonnes pratiques et de protéger les jeunes joueurs. Cette fédération est un premier pas vers la reconnaissance institutionnelle du secteur, en rassemblant les différentes parties prenantes autour d'une ambition commune : faire de l'eSport un pilier du divertissement numérique français.

2016 : reconnaissance de l'eSport comme discipline sportive

L'année 2016 marque une étape décisive dans la légitimation de l'eSport en France. À l'occasion de la loi pour une République numérique, portée par Axelle Lemaire, le gouvernement introduit un cadre juridique spécifique pour les compétitions de jeux vidéo.

C'est également cette année que naît [l'association France Esports](#), copilotée par le ministère de l'Économie et le ministère de la Jeunesse et des Sports. Cette structure a pour mission de représenter les intérêts de l'écosystème eSportif français, tout en favorisant un développement encadré et professionnel. La [reconnaissance légale de l'eSport](#) comme discipline distincte du jeu d'argent permet d'officialiser les compétitions, d'améliorer le statut des joueurs et d'encourager les partenariats.

Dès lors, la France devient un pays pionnier en Europe en matière de réglementation de l'eSport, posant les fondations d'un secteur désormais pris au sérieux.

2019 : création de la LFL et professionnalisation du secteur

En 2019, l'eSport français franchit un nouveau cap avec la création de la Ligue Française de League of Legends (LFL), initiée par Riot Games. Cette ligue nationale s'inscrit dans une démarche de professionnalisation, offrant aux joueurs un cadre compétitif stable, médiatisé et encadré par des structures professionnelles.

Des équipes comme Karmine Corp, Vitality Bee ou LDLC y trouvent un espace d'expression qui attire des milliers de spectateurs en ligne et dans les salles. La même année, la France accueille la finale des Worlds 2019, renforçant son image de hub européen de l'eSport. Ces événements marquent la montée en puissance de l'écosystème, avec des sponsors, des académies de formation, et une visibilité médiatique sans précédent. En quelques années, la LFL devient une référence mondiale parmi les ligues nationales, prouvant que l'eSport français est désormais un acteur majeur de la scène internationale.

ESport en France : une industrie en plein essor

L'eSport en France connaît une croissance spectaculaire, s'imposant comme une véritable industrie à part entière. Porté par un public toujours plus large, des revenus en forte hausse et un cadre structurant, ce secteur dynamique bénéficie d'un soutien institutionnel croissant qui renforce son développement économique, social et culturel.

Un secteur économique dynamique : les chiffres clés

L'eSport en France s'impose désormais comme un secteur économique à part entière. En 2023, on comptait 11,8 millions de pratiquants ou spectateurs, soit près d'un quart des internautes français de plus de 15 ans. Le chiffre d'affaires du secteur a explosé : de 50,1 millions d'euros en 2019, il est passé à 116 millions en 2022 (141,4 M€ après redressement), soit une progression de +182 %, avant de dépasser les 140 millions en 2023. Ce développement repose sur un tissu d'acteurs variés : organisateurs d'événements (35 % du CA), équipes professionnelles (29 %), prestataires (15 %), producteurs de contenus (11 %) et acteurs multi-maillons (10 %). En matière d'emploi, l'eSport représente 1 017 équivalents temps plein, dont 230 joueurs pros, avec une sous-représentation féminine (29,1 % des emplois). Le chiffre d'affaires moyen par acteur atteint 2,1 millions d'euros.

Ces chiffres témoignent d'un engouement croissant, soutenu par les politiques publiques et l'implication des collectivités dans la structuration de la filière.

Cadre légal autour de l'eSport

Le cadre légal de l'eSport en France a connu une évolution significative depuis les années 2010. La véritable reconnaissance juridique intervient en 2016 avec la loi pour une République numérique, qui distingue officiellement les compétitions de jeux vidéo des jeux d'argent et de hasard. Si cette reconnaissance a posé certaines bases de la législation, l'encadrement légal autour de l'esport et sa pratique reste encore limité en France. Seuls les joueurs pro possèdent un statut juridique clair qui oblige à respecter les conditions suivantes :

- Les joueurs pro en France doivent avoir au moins 12 ans pour s'adonner aux différentes compétitions. De plus, les joueurs mineurs doivent avoir une autorisation des parents.
- La rémunération des joueurs doit respecter le minimum légal établi par la loi en France.
- La durée du travail est de 35 heures maximum, comme le stipule la loi en France.

Une pratique qui explose et des audiences en hausse

La pratique de l'eSport connaît une envolée spectaculaire en France. Selon France Esports, plus de 7,8 millions de personnes s'adonnent aujourd'hui à cette discipline, dont une large part sont des amateurs réguliers. Le phénomène ne se limite pas à une niche de passionnés : plus d'un million de joueurs pratiquent l'eSport de façon fréquente, et des joueurs professionnels émergent dans toutes les

catégories de jeux compétitifs, allant des FPS (First Person Shooter) aux jeux de stratégie. Cette structuration progressive témoigne de la professionnalisation du secteur, soutenue par des instances comme la Fédération Française des Sports Électroniques. Côté audiences, les chiffres donnent le vertige. La finale 2018 du championnat du monde de League of Legends a rassemblé à elle seule près de 100 millions de téléspectateurs à l'échelle mondiale. En France, des rencontres de Team Vitality ou de la Karmin Corp remplissent des Zéniths entiers et sont suivis en direct sur Twitch ou YouTube par des centaines de milliers de fans.

Cette démocratisation est en grande partie portée par des équipes influentes qui ont su créer de véritables communautés, fédérant autour d'elles une nouvelle génération de spectateurs passionnés, tout en attirant sponsors et grands médias.

Les acteurs majeurs de l'eSport en France

L'eSport en France repose sur un écosystème riche, composé de multiples acteurs jouant chacun un rôle essentiel dans le développement de cette industrie. Voici un aperçu des principales catégories et principaux acteurs :

- Les équipes eSport françaises sont au cœur de la compétition. Elles recrutent des joueurs professionnels, participent à des tournois internationaux et fédèrent des communautés. L'un des exemples les plus emblématiques est Team Vitality, fondée en 2013 et présente sur des jeux comme League of Legends, CS:GO ou encore Rocket League. D'autres structures comme Karmin Corp ou Solary incarnent cette scène dynamique et compétitive. Ces équipes comptent dans leurs rangs les meilleurs sportifs français, considérés, pour certains, comme les meilleurs joueurs de sport électronique du monde
- Les médias spécialisés contribuent à la visibilité de l'eSport en France. Ils couvrent l'actualité des compétitions, interviewent les joueurs et décryptent les tendances. Des plateformes comme MGG TV, Eclipsia ou encore Millenium ont joué un rôle important dans la médiatisation du secteur.
- Les éditeurs de jeux ont un rôle central, puisqu'ils développent des jeux vidéo et organisent ou soutiennent les compétitions officielles. Riot Games France est particulièrement impliqué avec League of Legends et VALORANT, via des ligues régionales et événements locaux. Ubisoft, très présent en France (près de 20 000 employés), développe également la scène eSport française.
- Les producteurs d'événements, comme ESL France, FuturoLAN ou ZQSD Productions, organisent des tournois majeurs en ligne et en physique, tels que la ZLAN ou la Gamers Assembly.
- Les streamers influents comme Gotaga, Squeezie ou Kameto jouent un rôle clé. Ils démocratisent l'eSport en le rendant accessible à un public plus large, tout en contribuant à professionnaliser la scène par leurs projets.

Document 7 : Dossier e-sport BPI France du 25 juillet 2024 (5 pages)

Les jeux vidéo, un sport comme un autre ? L'e-sport profite depuis plusieurs années d'une popularité croissante qui renforce sa légitimité comme pratique sportive, et non plus comme un simple divertissement.

Quel est le point commun entre un joueur professionnel de League of Legends et un gymnaste ? Ils pratiquent tous les deux un sport olympique. L'e-sport est en effet plus qu'un loisir, et bien plus qu'un phénomène. La pratique s'est imposée comme une véritable discipline sportive, extrêmement lucrative et faisant l'objet d'un encadrement légal dédié et de stratégies de développement à l'échelle nationale. Qu'est-ce que l'e-sport ? La discipline fera-t-elle partie des Jeux Olympiques de Paris 2024 ? À quoi ressemble une compétition de jeux vidéo ? Big media vous en dit plus.

C'est quoi l'e-sport ?

Jouer à Super Smash Bros, Overwatch ou encore Street Fighter 6 peut s'avérer aussi intense qu'une finale de football ou une étape de triathlon. Longtemps considéré comme un simple loisir pour les « geeks », le jeu vidéo est désormais une discipline sportive à part entière, avec un écosystème et des règles qui lui sont propres.

Définition de l'e-sport

L'e-sport, anglicisme et abréviation de « sport électronique », est entré dans le dictionnaire Larousse en 2018 en France, et désigne la pratique compétitive des jeux vidéo. L'association France Esports définit l'e-sport comme « l'ensemble des pratiques permettant à des joueurs de confronter leur niveau par l'intermédiaire d'un support électronique, et essentiellement le jeu vidéo », et détermine les 3 critères principaux de l'e-sport comme étant :

- L'affrontement (au sens d'opposition) ;
- Les joueurs (seuls ou en équipe) ;
- Le support électronique.

Les types de pratique et de jeux en e-sport

Il y a plusieurs manières de pratiquer l'e-sport :

- Loisir : pratique informelle, qui prend place dans le cercle personnel et sans système de compétition ;
- Amateur : pratique compétitive, qu'elle soit ponctuelle ou régulière et qui fait l'objet d'un classement ;
- Professionnelle : des joueurs professionnels qui s'adonnent à une pratique constante et intensive qui fait l'objet d'une rémunération et demande un entraînement physique et mental ;
- Spectacle : en streaming (sur Twitch, par exemple), qui consiste à diffuser des parties dans un but de divertissement, et peut inclure des compétitions et de la pratique informelle.

Les différentes pratiques de l'e-sport

Les types de jeux représentant le sport électronique. L'e-sport regroupe également différents types de jeux :

- Jeux de course d'arcade (Mario Kart) ;
- Simulateurs sportifs (FIFA) ;
- Jeux de combat (Super Smash Bros) ;
- Jeux de tir à la première personne ou FPS (first person shooter, type Call of Duty) ;
- Arènes de bataille en ligne multi-joueurs ou MOBA (multiplayer online battle arena, type League of Legends).

Les technologies au service de l'e-sport et du gaming

L'e-sport est le terrain de jeu pour l'innovation. Les nouvelles technologies enrichissent l'expérience utilisateur et ouvrent de nouvelles possibilités pour l'entraînement et la performance des joueurs. L'e-

sport en 2024 continue de surprendre et d'innover, impactant l'industrie du jeu vidéo. Explorons les technologies émergentes qui pourraient révolutionner le sport électronique.

Intelligence Artificielle (IA)

L'IA continue de se développer rapidement et pourrait transformer l'e-sport en créant des adversaires virtuels plus intelligents et adaptatifs qui peuvent apprendre des stratégies des joueurs. Cela offre un défi constant et aide ces derniers à améliorer leurs compétences. L'IA peut également être utilisée pour analyser les performances des joueurs, améliorer les séances d'entraînement, anticiper les résultats des compétitions et même fournir des recommandations personnalisées. L'intégration de l'IA dans l'e-sport suscite des préoccupations concernant l'équité, la protection des données personnelles et l'authenticité du sport. Toutefois, elle présente aussi des opportunités pour optimiser les performances et fidéliser les fans.

Réalité Virtuelle (VR) et Réalité Augmentée (AR)

En 2024, l'e-sport connaît une révolution grâce à l'intégration de technologies telles que la réalité augmentée (RA) et la réalité virtuelle (RV), offrant des expériences de jeu encore plus immersives et interactives. Des casques comme le Meta Quest 3 et le Apple Vision Pro sont à la pointe de cette technologie, permettant une immersion complète dans les mondes virtuels grâce à une résolution améliorée et une ergonomie optimisée. Les joueurs bénéficient également d'une interaction plus naturelle grâce à la technologie de suivi oculaire et au « pass-through video ». Ces fonctionnalités assurent une interaction entre le monde réel et virtuel, améliorant ainsi l'expérience de jeu et de visionnage.

Sport et objets connectés

Les objets connectés et les wearables peuvent fournir des données en temps réel sur les performances des joueurs, leur état de santé et leur niveau de stress. Ces informations peuvent être utilisées pour optimiser l'entraînement et prévenir les blessures.

Cloud gaming

Le cloud gaming permet de jouer à des jeux sportifs de haute qualité sans avoir besoin de matériel puissant. Cela rend l'e-sport plus accessible et permet aux joueurs de participer à des compétitions depuis n'importe où dans le monde. Des services comme Google Stadia ou GeForce NOW permettent de diffuser des jeux en continu depuis un serveur distant.

5G et réseaux à faible latence

Dans l'e-sport, la moindre fraction de seconde est cruciale pour les performances. La 5G et les réseaux à faible latence sont essentiels pour garantir une expérience de jeu fluide et réactive. Ces technologies permettent de réduire les délais de communication et d'améliorer la qualité des connexions en ligne. Les plateformes de jeux massivement multi-joueurs ont investi dans des infrastructures cloud ainsi que dans des réseaux fixes et mobiles pour optimiser la performance et l'expérience de jeu.

Analyse de données et big data

L'analyse de données et le big data peuvent être utilisés pour étudier les performances des joueurs et des équipes, identifier les tendances et élaborer des stratégies plus efficaces. Ces technologies permettent également de mieux comprendre les préférences des spectateurs et d'optimiser les diffusions en direct.

Marketing d'influence, digital, sponsoring dans le gaming et l'e-sport

Les stratégies de marketing digital dans l'e-sport en 2024 sont variées, englobant le marketing d'influence, le sponsoring d'événements ainsi que l'utilisation innovante des plateformes de streaming. Ces stratégies permettent aux marques de se connecter efficacement avec une audience mondiale, favorisant ainsi la croissance rapide de l'industrie de l'e-sport.

Collaboration avec des influenceurs : les marques collaborent avec des influenceurs dans le domaine de l'e-sport et du gaming pour promouvoir leurs produits et services. Ces influenceurs peuvent être des joueurs professionnels, des streamers populaires ou des créateurs de contenu.

Campagnes de sponsoring : Les marques investissent dans des campagnes de sponsoring pour soutenir des équipes et des événements d'e-sport. Cela permet d'augmenter la visibilité de la marque et de renforcer son image auprès des fans d'e-sport. Ces collaborations créent des expériences immersives et améliorent la notoriété de la marque auprès des amateurs d'e-sport. Par exemple, Louis Vuitton a suscité un grand engouement en personnalisant des skins et des accessoires dans League of Legends.

Les services de streaming comme Twitch ont joué un rôle crucial dans la popularisation du streaming et des tournois de jeux en direct, boostant ainsi la croissance de l'industrie du jeu vidéo. Les marques exploitent ces plateformes pour sponsoriser des streamers, diffuser des publicités vidéo et proposer des expériences interactives aux fans. Marketing vocal, montée de TikTok pour les publicités, utilisation du big data... Ces tendances offrent aux marques de nouvelles opportunités pour affiner leurs stratégies de communication et cibler efficacement leur audience dans l'e-sport.

La reconnaissance du sport numérique

L'e-sport a longtemps été considéré comme un loisir et non comme une discipline sportive, mais le vent a tourné et les joueurs sont désormais des athlètes. Sport et e-sport ont en effet énormément de points communs, qu'il s'agisse de l'esprit d'équipe, de l'entraînement ou de la compétitivité. La différence tient plus dans la perception du sport et dans la manière dont il est pratiqué (sur un ordinateur ou une console, parfois uniquement en ligne). La reconnaissance de l'e-sport est représentative de sa popularité : en 2023, la France compte 11,8 millions de pratiquants ou consommateurs d'e-sport.

Une discipline sportive récente

L'e-sport a été officiellement reconnu en 2016 lors de la lecture du projet de loi pour une République numérique, qui a abouti à la création de l'association France Esport.

Compétitions de jeux vidéo et jeux olympiques

Le Comité International Olympique (CIO) a reconnu « les sports électroniques de compétition » comme activités sportives en 2017. En 2023, les Séries olympiques d'E-sport (Olympic Esports Week) se sont déroulées à Singapour pour leur première édition, sous l'égide du CIO en collaboration avec les fédérations internationales et les éditeurs de jeux vidéo. Si l'e-sport ne sera pas présent aux JO de Paris 2024, le CIO a désigné l'Arabie Saoudite comme pays d'accueil des premiers jeux olympiques de l'esport en 2025, une compétition qui se tiendrait par la suite tous les deux ans.

L'e-sport en France

Même s'il n'est pas reconnu comme un sport, l'e-sport nécessite des réglementations et une stratégie adaptée pour encadrer sa pratique grandissante et développer son potentiel économique.

Un secteur économique en plein essor

L'e-sport en France est un secteur économique en plein essor avec un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros en 2019. Les investissements ont augmenté de 5 millions en 2017 à 29 millions en 2019. La France comptait 189 joueurs professionnels et un intérêt croissant du public pour les compétitions esport de + 43 % entre 2017 et 2019. La France compte 15 équipes professionnelles et 189 joueurs professionnels. Plus de 50% des acteurs sont en Île-de-France, les autres régions variant entre 5 % et 10 % (Source : vie-publique.fr).

Gestion et réglementations

En France, il existe encore peu d'encadrement légal de la pratique de l'e-sport, mais les joueurs professionnels bénéficient d'un statut juridique particulier, assorti de conditions :

- Être au minimum âgé de 12 ans (avec autorisation des représentants légaux) ;

- Rémunération qui respecte le minimum légal ;
- Durée de travail qui n'excède pas 35 heures par semaine.

Les compétitions d'e-sport en ligne doivent être ouvertes à tous et gratuites et ne doivent pas demander d'autres frais de la part des joueurs que l'achat du jeu (pas de frais de participation). Les tournois physiques peuvent demander une participation financière, et ne sont pas forcément ouverts à tous (par exemple les tournois sur invitation). Enfin, les mineurs de moins de 12 ans ne sont pas autorisés à participer aux compétitions en France.

Les compétitions d'e-sport

Comme toute autre discipline et compétition sportive, l'e-sport fait l'objet d'un cadre juridique pour son financement, son organisation et sa logistique.

Les tournois d'e-sport peuvent avoir lieu en ligne (entièrement ou partiellement) ou en physique, auquel cas il s'agit de « LAN parties » pour « local area network ». Il existe différents types de tournois (ou compétitions) selon le type de jeu :

- Les circuits, qui désignent un ensemble de tournois sur une saison, à la fin de laquelle les meilleurs joueurs ou équipes sont invités pour la finale ;
- Les tournois sur invitation ;
- Les tournois classiques, dont le déroulement correspond au jeu (par exemple un tournoi de Platform Fighter sera souvent à double élimination).

En amont des compétitions, les joueurs s'entraînent comme des sportifs pour leur discipline : certains bénéficient de « Gamer Houses », où ils vivent en communauté avec d'autres athlètes d'e-sport et reçoivent des conseils de coaches. D'autres joueurs évoluent indépendamment et utilisent le streaming pour s'entraîner et améliorer leurs compétences. Comme dans chaque sport, l'entraînement est à la fois physique, technique et mental.

Marché de l'e-sport : défis et perspectives d'ici 2030

L'e-sport continue de croître en popularité. Pendant la crise du Covid-19, les plateformes de streaming comme Twitch ont atteint des records d'audience, tandis que de nombreuses célébrités du sport traditionnel se sont tournées vers les jeux en ligne. Grâce à ce succès, le marché est devenu stratégique pour les annonceurs, qui investissent massivement dans des opérations de sponsoring, d'affichage ou de publicités in-stream. Une véritable opportunité pour les acteurs de l'écosystème (organisateur, clubs et diffuseurs), en quête de modèles économiques durables. Cet engouement des annonceurs s'accompagne d'une structuration accrue de la filière. Fusions de clubs, professionnalisation des joueurs, création de nouveaux circuits : les acteurs multiplient les initiatives pour augmenter leur visibilité, en s'inspirant des pratiques des sports traditionnels. Dans ce contexte, quelles sont les tendances et les perspectives de croissance du marché de l'e-sport d'ici 2030 ?

Tendances et perspectives de l'e-sport

Croissance du marché : Le marché de l'e-sport devrait continuer à croître de manière significative, avec une augmentation des revenus mondiaux provenant des plateformes de streaming, des droits de diffusion, de la vente de billets et des contrats de parrainage. Le marché de l'e-sport devrait atteindre une valeur de 11,94 milliards de dollars d'ici 2030, avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 27,6 % entre 2023 et 2030.

Popularité des services de streaming : Les services de streaming sur Internet comme Twitch et YouTube continueront de croître, permettant aux fans de suivre plus facilement leurs équipes et joueurs préférés.

Investissements : Le secteur de l'e-sport gagnera en légitimité et en stabilité financière grâce aux investissements importants réalisés par des ligues sportives établies comme la NBA et la NFL.

Développement des compétitions : Le développement continu des compétitions de jeux vidéo, soutenu par des initiatives gouvernementales et des stratégies nationales, contribuera à structurer et

à professionnaliser davantage le secteur. Le développement de ligues régionales et mondiales, telles que le Championnat du monde de League of Legends, créera un écosystème dynamique qui attirera les spectateurs et les annonceurs.

Technologies de jeu avancées : Les progrès des technologies de jeu et la sensibilisation accrue à l'e-sport grâce à l'attention accordée par les éditeurs, les investisseurs et les diffuseurs du monde entier alimenteront la croissance du marché de l'e-sport.

Augmentation des événements avec de grandes cagnottes : Le nombre croissant d'événements avec d'importantes cagnottes sera une nouvelle tendance observée sur le marché de l'e-sport, stimulant encore davantage la croissance du marché.

Ces tendances montrent que l'e-sport continuera de gagner en popularité et en reconnaissance à travers le monde, avec des opportunités croissantes pour les joueurs, les équipes et les investisseurs.

Défis de l'e-sport

Les défis à relever pour l'e-sport d'ici 2030 sont nombreux et variés.

- **Structuration d'un écosystème national et dynamique :** Il est essentiel de structurer l'écosystème de l'e-sport pour assurer une croissance durable. Cela inclut la création de parcours de formation adaptés, la professionnalisation des joueurs et des encadrants, ainsi que la mise en place de politiques de soutien au développement des acteurs français de l'e-sport.
- **Inclusion et diversité :** Promouvoir un e-sport éthique, responsable et inclusif est un enjeu majeur. Cela implique de favoriser la mixité, l'inclusion des personnes en situation de handicap et le lien social. Des actions de sensibilisation et de prévention aux enjeux sanitaires et sociaux doivent être mises en place. Pour encourager les femmes à participer aux compétitions d'e-sport, plusieurs initiatives sont possibles : des programmes de mentorat et de formation peuvent aider les joueuses d'e-sport à développer leurs compétences (par exemple, le programme Game Changers), organiser des compétitions féminines et mixtes, promouvoir des modèles de gameuses via les médias et les plateformes de streaming...
- **Accompagnement des joueurs amateurs d'e-sport :** Il est important de mieux accompagner la pratique amateur des e-sportifs et les associations du secteur dans les territoires. Cela permettra de lever les freins au développement de la pratique en France et de renforcer la capacité de l'écosystème français à accueillir des grands événements internationaux.
- **Régulation et prévention :** Mettre en place un système de régulation et de prévention adapté aux spécificités de l'activité, tant en ligne qu'en physique, est crucial. Cela inclut la diffusion de bonnes pratiques et d'outils à destination des acteurs du secteur.

Ces défis montrent que l'e-sport doit continuer à évoluer et à s'adapter pour répondre aux attentes des joueurs, des spectateurs et des investisseurs, tout en assurant une croissance durable et responsable.

Les objets connectés pour le sport

Un objet connecté est un objet qui peut recevoir, stocker, analyser et transmettre des données, qui pourront être interprétées sur une application d'exploitation. L'utilisation d'**objets connectés dans le sport** est de plus en plus courante. Les objets connectés permettent en effet de collecter des données précieuses pour améliorer les performances des pratiquants. L'IoT (Internet des objets) a permis de développer des objets connectés pour sportifs qui sont déjà disponibles sur le marché grand public. Et les équipes R&D de nombreuses marques travaillent au développement d'objets et de solutions connectés encore plus performants, parfois destinés aux équipes et athlètes professionnels.

Pourquoi utiliser des objets connectés pour la pratique sportive ?

Pour améliorer ses performances un sportif a besoin de données. C'est là que réside tout l'intérêt d'utiliser des objets connectés pendant son entraînement. Ils ne sont pas de simples gadgets. Ils permettent d'accéder à des data précises sur l'entraînement d'un sport en particulier. Grâce à ces data, vous pouvez comprendre votre niveau actuel et savoir comment progresser. Connectmysport vous présente les différents sports dans lequel des objets connectés ou solutions IoT sont déjà disponibles et quels sont ces objets ou solutions.

Le football connecté

Le football est le sport qui compte le plus grand nombre de licenciés avec près de 2 millions en 2020 (Source : fff.fr). Les adeptes du ballon rond ont donc logiquement droit à leur lot d'objets connectés pour le football. Du protège-tibia au ballon connecté, les footballeurs ont de quoi collecter des données à mettre en commun optimiser l'efficacité de toute une équipe !

Le tennis

Les objets connectés pour le tennis vous offriront la possibilité de visualiser vos frappes sur une application, de connaître la puissance, ou encore les différents coups utilisés. Plusieurs marques ont développé des capteurs qui s'adaptent sur des raquettes "classiques", tandis que d'autres commercialisent des raquettes connectées directement.

Le cyclisme

Les objets connectés pour le cyclisme permettront aux coureurs d'analyser leurs statistiques de vitesse, de puissance et de comparer leurs meilleures performances. Le vélo connecté, la montre connectée pour cycliste, le casque connecté (pour toujours plus de sécurité !) sont déjà

La boxe

Les boxeurs ont eux aussi besoin de mesurer leur puissance ! Les objets connectés pour la boxe, ont fleuri sur les plateformes de financement participatif mais certain n'ont jamais vu le jour. On trouve tout de même des capteurs à mettre les bandages pour obtenir des données sur la puissance des coups donnés. Et également le protège-dent connecté, qui sera aussi utile dans d'autres sports comme le rugby.

Le fitness et la musculation

Les salles de sport connaissent un nouvelle recrudescence d'adhérents ces dernières années... Les objets connectés pour le fitness et la musculation trouveront donc logiquement preneurs. Les plus populaires d'entre eux sont bien entendus la montre et le bracelet connecté, distribués par de nombreuses marques. On trouve aussi des vêtements de sport connectés ou encore des machines de musculation connectées.

La natation

Les nageurs peuvent eux aussi analyser leur performances avec les objets connectés pour la natation. Les accessoires de natation ont été adaptés pour être connectés et suivre les statistiques

des nageurs. On note par exemple le bonnet de bain connecté ou les lunettes de natation connectées.

Le running

Les pratiquants de running veulent aussi savoir s'ils progressent ou découvrir comment progresser ! Les objets connectés pour le running tels que les semelles connectées, les montres connectées ou encore les écouteurs connectés fournissent toutes les données nécessaires pour que les runners puissent s'améliorer.

La randonnée, le trail, le trek

Vous aimez les activités outdoor, comme la randonnée, le trail ou le trek ? Des objets connectés comme les **montres gps connectées pour la randonnée** existent et vous accompagneront lors de vos sorties en extérieur.

L'équitation

Des objets connectés pour l'équitation se trouvent aussi sur le marché. Des capteurs connectés permettent de suivre les performances et surtout la santé des chevaux, afin d'appeler un vétérinaire rapidement, avant qu'un problème s'aggrave. Parmi les objets connectés pour l'équitation, on trouve aussi la selle connectée, ou encore la sangle connectée.

Pour tous les athlètes : Les montres connectées pour le sport !

Les montres connectées pour le sport, rentrent dans la catégorie des "Wearable" en français "portable" (qui se porte). Ces objets connectés peuvent être utilisés pour plusieurs disciplines. Parfois même, des montres ou bracelets connectés sont spécifiques à un sport, par exemple, ceux pour la natation afficheront des statistiques différentes que ceux pour le tennis. Les données collectées et consultables via une application seront adaptées selon le sport en question.

Pour le sport connecté, découvrez les applications pour le sport !

Si vous n'avez pas envie de dépenser dans des objets connectés, nous avons une alternative : Les meilleures applications pour le sport. Il suffit que vous les installiez sur votre smartphone pour commencer vos séances d'entraînement.

Conclusion

Les objets connectés pour le sport sont disponibles pour la plupart des disciplines. Et la R&D des grandes marques de sport ou les start-up via les plateformes de financement participatifs, continuent de créer et proposer de nouveaux objets connectés aux sportifs. L'amélioration des performances sportives devient "data-driven", c'est-à-dire que les programmes d'entraînement pour améliorer ses performances, sont faits en fonction des données collectées de la séance précédente.

Document 9 : Article de Margaux Genre-Grandpierre du 29 juillet 2024 sur le site www.lepack-accelerateur.com accélérateur de start-up dédié au sport business (2 pages)

Quand l'intelligence artificielle se connecte au sport

L'industrie du sport est un véritable terrain de jeu pour l'innovation technologique. Des équipements sportifs aux stades ultra-connectés, l'IA se glisse partout pour booster la performance. Ces dernières années, les avancées en intelligence artificielle ont bouleversé de nombreux secteurs, et le sport ne fait pas exception. De l'analyse de données à la réalité virtuelle, ces technologies de pointe offrent des opportunités incroyables pour révolutionner l'univers sportif. L'IA transforme radicalement le sport business, ouvrant de nouvelles perspectives d'investissement pour les organisations, optimisant les opérations sportives, et offrant aux fans une immersion sans précédent au cœur de l'action.

Révolution sportive : comment l'IA transforme athlètes, fans et stratégies

Le marché de l'Intelligence Artificielle dans l'industrie du sport devrait passer de 5,93 milliards USD en 2024 à 20,94 milliards USD d'ici 2029, illustrant son impact croissant et son potentiel révolutionnaire. L'IA transforme donc le sport à plusieurs niveaux.

Tout d'abord, elle commence par optimiser les performances des athlètes. Grâce à des capteurs, elle collecte et analyse des données précises sur les mouvements et les biométries des sportifs. Cette analyse permet non seulement de créer des programmes d'entraînement personnalisés, mais aussi de prévenir les blessures en identifiant des signes avant-coureurs dans les mouvements des athlètes. Parallèlement, l'IA améliore l'expérience des fans. Elle offre des expériences immersives grâce à la réalité virtuelle et augmentée, transformant la façon dont les fans interagissent avec les matchs. Elle analyse également les réactions des spectateurs sur les réseaux sociaux, permettant d'ajuster les stratégies de communication et de marketing pour mieux répondre aux attentes des fans. De plus, dans la gestion des équipes, elle permet aux entraîneurs désormais de formuler des tactiques et des stratégies de jeu basées sur l'analyse des données des matchs antérieurs, permettant ainsi une prise de décision plus éclairée et une amélioration continue des performances collectives.

Depuis quelques années, l'arbitrage sportif a également évolué grâce à l'IA. Les systèmes d'assistance vidéo (VAR) aident les arbitres à prendre des décisions plus précises et justes, améliorant ainsi la qualité des matchs. L'IA est omniprésente dans le sport, que ce soit à travers les montres connectées, les semelles intelligentes ou d'autres dispositifs portables.

Bien-être, santé, progression, l'IA s'adaptent à nous et à notre pratique sportive et peut même dans certains cas être un facteur de motivation pour continuer le sport.

IA en lumière : Viva Tech le rendez-vous incontournable de l'innovation

La 8ème édition de Viva Tech, l'un des événements technologiques majeurs en Europe, s'est déroulée le 25 mai dernier, attirant une fois de plus les leaders de l'innovation et mettant en lumière les grandes tendances qui façonneront l'avenir, notamment dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA). Cette édition a placé l'IA sous les projecteurs, soulignant son impact croissant dans divers secteurs, y compris le sport.

À quelques semaines d'un événement sportif mondial, de nombreuses start-up spécialisées dans le sport ont participé à ce premier salon européen. Viva Tech a offert une plateforme unique où ces start-up ont pu présenter leurs solutions innovantes utilisant l'IA pour améliorer les performances des athlètes, enrichir l'expérience des fans, et optimiser la gestion opérationnelle dans le domaine sportif.

Les défis et limites de l'IA dans le sport : équilibrer innovation et éthique

Bien que l'intelligence artificielle offre des avancées prometteuses dans le domaine du sport, elle pose également des défis essentiels qui nécessitent une approche réfléchie et éthique. L'une des préoccupations majeures est le risque que l'IA transforme progressivement le sport en une compétition entre technologies plutôt qu'entre athlètes. En optimisant les performances grâce à des données et des analyses avancées, il est essentiel de préserver l'essence même de la compétition sportive, centrée sur les capacités humaines et l'esprit de

compétition. L'usage croissant de l'IA génère une masse considérable de données personnelles et biométriques. Cela soulève des inquiétudes légitimes concernant la sécurité et la confidentialité de ces informations sensibles. Protéger ces données contre les violations potentielles et assurer une utilisation transparente et éthique devient une priorité cruciale pour les organisations sportives et technologiques.

Malgré ses avancées, l'IA n'est pas infaillible. Les prédictions basées sur des algorithmes peuvent être influencées par la qualité des données disponibles et la complexité des variables sportives. La décision finale ne doit pas reposer uniquement sur les résultats des analyses IA ; il est crucial de combiner ces informations avec le jugement humain et l'expertise des professionnels du sport pour des décisions éclairées et équilibrées.

Vers un futur sportif réinventé par l'IA

L'avenir de l'IA dans le sport s'annonce révolutionnaire et transformera tant les performances des athlètes que l'expérience des fans. Pour les sportifs, l'IA offrira des entraînements personnalisés et des analyses en temps réel, optimisant chaque aspect de leur préparation et réduisant les risques de blessures. Les stratégies de jeu deviendront plus sophistiquées grâce à des algorithmes capables d'anticiper les mouvements des adversaires.

Pour les fans, l'IA révolutionnera l'expérience sportive. Grâce à la réalité augmentée et virtuelle, les spectateurs seront plongés au cœur de l'action, où qu'ils se trouvent. Ils pourront interagir avec des avatars de leurs athlètes préférés, assister à des entraînements en direct et recevoir des analyses instantanées et personnalisées. Les plateformes alimentées par l'IA offriront des contenus exclusifs, des statistiques en temps réel et des replays intelligents, rapprochant les fans de leurs équipes comme jamais auparavant.

En somme, l'IA redéfinira le sport, rapprochant les athlètes de leurs fans et créant un environnement où chaque détail est optimisé pour une performance et une expérience spectateur inégalée. Imaginez participer à un tournoi de tennis dans votre salon avec un casque de réalité virtuelle, cela sera peut-être possible dans quelques années !

Cependant, il est crucial de reconnaître les défis et les limites de l'IA dans le sport. Il faut donc veiller à maintenir un équilibre entre l'exploitation de ses capacités pour améliorer la performance sportive et la préservation des valeurs éthiques et d'intégrité qui constitue la beauté du sport. Son impact dans le monde du sport reste sensible, et deviendra de plus en plus important au fur et à mesure que les avancées technologiques se poursuivront dans le futur.

Document 10 : Le sport connecté : une révolution technologique au service de la performance, publié le 8 Septembre 2024 sur le site lenergeek.com (1 page)

Le sport devient de plus en plus connecté permettant aux athlètes de suivre leur performance en temps réel, de trouver comment l'améliorer mais aussi la partager autour de soi. La fitness tech gagne en popularité et ne cesse d'innover. Cet article présente le sport connecté, les options existantes et pourquoi les utiliser.

Comment ça marche exactement ?

Le sport connecté, ou sport 2.0, repose sur l'utilisation d'objets intelligents, capables de collecter des datas propres à vos séances de sport. Le but ultime est de pouvoir les analyser pour trouver les axes d'amélioration (proposition de modification sur une séance, modification de l'alimentation avec des suppléments comme le [sarms achat](#) par exemple). Un coureur de marathon suivra par exemple son rythme cardiaque pendant l'effort alors qu'un bodybuilder surveillera plus attentivement son niveau de récupération pour anticiper sa prochaine séance. Les objets connectés liés au sport se multiplient à vitesse grand V. On pense en premier lieu aux montres et bracelets, appareils de musculation ou encore aux balances et apps. Voici les principaux objets plébiscités et leur usage.

1. Montres et bracelets connectés : ce sont les dispositifs les plus achetés par les sportifs. Ils permettent de suivre la fréquence cardiaque, les pas, les calories, le sommeil. Les marques sont multiples, les plus recherchées (pour leurs fonctionnalités ou pour leur esthétique) sont Garmin, Fitbit ou encore Apple.
2. Les appareils de musculation connectés : c'est le futur. Qui n'a jamais oublié à combien de répétition il en était pendant sa séance de sport. Les appareils de musculation connectés soulagent votre charge mentale, vous fournissent des statistiques détaillées (poids, nombre de répétitions, intensité etc.) ainsi que des rapports sur votre séance afin de progresser.
3. Applications mobiles connectées : l'offre d'applications se diversifie autour de la fitness tech. Parmi les plus reconnues on trouve Strava, NRC, My Fitness Pal qui proposent des programmes sportifs et alimentaires, des suivis de performance et des conseils.

Pourquoi les utiliser ?

Suivi précis des performances et de la motivation

Les objets connectés permettent de suivre avec précision les performances sportives. Les données collectées offrent une vision claire de la progression et aident à ajuster les entraînements en conséquence. Les notifications, les rappels et les encouragements fournis par les applications et les dispositifs connectés aident à maintenir la motivation. Certains outils permettent également de rejoindre une communauté en ligne, un autre moyen de rester motivé.

Prévention des blessures

Le suivi de paramètres précis comme la fréquence cardiaque, l'aérobic, la qualité de sommeil, ou encore le niveau d'effort permet d'anticiper une trop grande fatigue et ainsi limiter les blessures.

Personnalisation des entraînements

L'atout principal c'est la personnalisation possible des entraînements de musculation qui peuvent être ciblés (zone du corps précise, poids calibrés, durée etc). La personnalisation peut être sélectionnée pour chaque sportif (en fonction de votre forme globale, de votre niveau de pratique et de vos dernières performances). Cela permet d'optimiser les séances d'entraînement pour des résultats plus rapides et plus efficaces.

En conclusion, le sport connecté représente une avancée majeure dans le domaine du sport. A vous de choisir le dispositif qui conviendra le mieux à votre pratique. Les objets connectés et les applis offrent une multitude de fonctionnalités qui rendent l'entraînement plus efficace, plus motivant et plus sûr.