



Le « Sport numérique d'après », le chantier que ne doit pas s'interdire Amélie Oudéa-Castéra

Par le Pr. He. Alain Loret

Faire sans attendre de notre pays un « Ecosystème sportif numérique intégral » (ESNI). C'est possible. L'alignement des planètes est même incroyablement favorable. Plus JAMAIS le sport français ne rencontrera une telle phase d'opportunités. Elle tient en cinq points.

1. Une nouvelle ministre élue « **Femme du digital 2020** » lorsqu'elle qu'elle occupait les fonctions de Directrice du Marketing digital chez Carrefour après avoir été Directrice Marketing et Digitale du Groupe Axa. Une entreprise Carrefour dont le PDG a annoncé la semaine dernière qu'elle basculait dans le métavers en grande partie grâce à l'héritage digital que lui a légué Amélie Oudéa-Castéra.
2. Tous les grands acteurs institutionnels du sport français qui valident une **Etude nationale** qu'ils ont commanditée spécifiquement et qui affirme que le numérique « *révolutionne et enrichit* » le sport.
3. Une partie des formidables moyens de la stratégie olympique « d'Héritage » portée par Tony Estanguet susceptible de financer un **ambitieux programme numérique** pour le sport français.
4. Une ministre qui était encore la semaine dernière Directrice générale de la Fédération Française de Tennis et qui, à ce titre, forte de son expérience professionnelle du digital, lui a permis **d'entrer dans le monde du Métavers-NFT** à l'occasion de Roland Garros.
5. Enfin, un Président de la République qui annonce tout de go au mois de mars dernier l'absolue nécessité de la création sans délai d'un **métavers français et européen**.

Ces cinq points sont à la fois inédits et convergents. Ils concourent à créer en France des conditions exceptionnelles pour la mise en œuvre immédiate et le développement accéléré d'une politique sportive numérique d'envergure. Elle ferait du Mouvement sportif français l'un des tous premiers systèmes digitaux au monde dédié au sport.

A deux ans des Jeux olympiques de Paris, la récente *Etude nationale sur les attentes et les besoins des acteurs du sport* - validée officiellement par de nombreuses autorités sportives¹, présente un sport français en difficulté.

Répondant à la nécessité d'une clarification des objectifs et des moyens de ses acteurs historiques (Etat, fédérations, collectivités, entreprises sportives « traditionnelles »), le document présenté le 6 mai 2022 par l'ANDES va bien au-delà des incertitudes nées de la crise sanitaire. Il analyse une problématique jusqu'à présent peu étudiée : la survie du modèle associatif fédéral confronté à la concurrence accrue des organisations commerciales.

Le phénomène est récent. Il n'en est pas moins historique. Durant tout le 20^e siècle, la création du sport règlementé fut toujours le fait d'acteurs associatifs. Le football, le basket, le tennis... toutes les disciplines furent conçues par des organisations à but non lucratif. Or, depuis la fin des années 2000, les acteurs économiques semblent avoir pris l'ascendant. Ce sont désormais souvent des entreprises qui « produisent », développent et gèrent le sport à partir de nouveaux services dédiés. Si elles ont pris la main sur le mouvement sportif aussi rapidement, c'est parce qu'elles ont bénéficié d'une rupture technologique qui bouscule les traditions : le numérique.

Comme le souligne officiellement l'étude, les outils digitaux « révolutionnent et enrichissent » les disciplines fédérales du siècle dernier. Ce faisant, on repère sans difficulté de nouvelles modalités digitales de pratiques sportives. Elles sont conçues à partir

de logiques marketing inconnues des institutions sportives.

Organisées selon des « verticales administratives » disciplinaires indépendantes et autonomes, ces dernières voient leur écosystème brutalement envahi par des organisations commerciales dématérialisées, horizontales et souvent « interopérables² ». En l'espace d'une décennie, le sport serait passé d'un dispositif monocanal proposant des pratiques « d'utilité publique » (éducation, santé, inclusion...) à des structures omnicanales « d'utilité ludique » (loisir, jeu, plaisir, sensations...). Là serait la profonde « révolution » constatée par les auteurs de l'étude.

Dans la foulée, ils ne s'interdisent plus de poser une question qui dérange : le modèle français conçu par De Gaulle au siècle dernier doit-il être remis en question ? En présentant l'ébauche du « *Modèle sportif de demain à l'horizon 2035* », ils laissent entendre à mots couverts que leur réponse pourrait être positive.

On observe toutefois qu'ils ne s'avancent pas trop sur un terrain qu'ils savent glissant. Si l'on prend le seul exemple des stratégies d'adaptation qu'ils proposent, on relève de multiples biais d'ancrage solidement indexés sur le 20^e siècle. Comme s'ils ne voulaient pas trop prêter le flanc à la critique.

C'est ainsi qu'ils excluent les nouveaux types de services sportifs intégrant d'ores et déjà les

¹ Ministère des Sports, Comités olympiques et paralympiques français, Agence nationale du sport, ANDES, Union Sport & Cycle.

² L'interopérabilité est la capacité que présentent plusieurs systèmes organisés à fonctionner ensemble. Ainsi, par exemple, lorsque Philippe Bana, le Président de la Fédération française de handball, a annoncé son programme numérique structuré par ceux qu'il nomme « les quatre Fantastiques », c'est-à-dire quatre start-up de l'économie digitale qu'il intègre étroitement à la gestion de sa fédération pour qu'elles fonctionnent de manière conjointe, il crée un dispositif numérique fédéral « interopérable ».

trois grandes ruptures technologiques de ce début du 21^e siècle : les blockchains, les métavers et les NFTs. Dans l'univers du sport international, elles sont pourtant déjà à l'œuvre. De nouveaux services sont proposés par des entreprises qui n'existaient pas il y a 10 ans : *Sorare, Find Satoshi Lab, Chiliz, StackSports, Kore Software, Roblox, Coinbase, The Sandbox, Decentraland, Bored Ape...* La liste est longue comme un match sans but.

Beaucoup sont encore des start-up qui animent désormais avec une efficacité redoutable un écosystème sportif international totalement inédit. Que celui-ci soit parfaitement ignoré par le mouvement sportif français donne la mesure de la marge de progression qui est la sienne. Elle montre que, si elle est effectivement dépassée sur le plan du numérique comme le laissent entendre les auteurs de l'étude, l'organisation du sport tricolore doit réagir sans délai. L'objectif serait alors d'inscrire son avenir dans une stratégie de rupture et pas seulement de transformation numérique. A défaut, elle pourrait être promptement ubérisée par toutes ces start-up inconnues qui

surfent sur le *Web3*. Celles-là même, par exemple, qui se sont associées à Nike et Adidas pour créer de futures organisations de services sportifs qui deviendraient alors forcément concurrentes des fédérations.

C'est là qu'intervient l'expérience d'Amélie Oudéa-Castéra. Dans ses fonctions professionnelles antérieures, elle a construit une connaissance sans doute exceptionnelle du numérique. Elle l'a assortie d'un savoir-faire managérial et d'une capacité de pilotage stratégique adaptés aux méga-organisations. Le Mouvement sportif français en est une qui se caractérise en outre par une hétérogénéité qui en fait un système hyper complexe. Seule une personnalité armée des compétences de la nouvelle ministre est donc adaptée à la situation. Seules ses capacités professionnelles permettront de traiter efficacement la question pour élaborer des solutions appropriées. Une telle opportunité ne se représentera pas. Nous aurions tort de ne pas profiter de la situation. L'occasion est unique d'établir sans délai les bases solides du sport français de demain.

