

# SÉMINAIRE DES STRUCTURES TERRITORIALES PARIS, 21 SEPTEMBRE 2019

---

Conférence du Pr. H. Alain LORET

---

*Quelle transition numérique pour la Fédération française de cyclotourisme ?*

---



## **Document de synthèse des éléments qui seront présentés.**

**Ce document associe** des données de la conférence d'Alain LORET avec des éléments issus des travaux de la Commission fédérale de transition numérique réalisés en 2018 et 2019.

**L'objet du document est double.** D'une part, il présente les contextes sociaux et sociétaux de l'évolution du sport dans le domaine des nouvelles technologies digitales. D'autre part, sur cette base, il établit les conditions de faisabilité de la Transition numérique de la Fédération selon trois questions :

1. Quelles technologies ?
2. Quel programme de construction ?
3. Quelle mise en oeuvre opérationnelle ?

**Avec cette synthèse, l'objectif de la Fédération est d'introduire** des éléments de réflexion et de dialogue pour alimenter les débats lors du séminaire des structures territoriales du 21 septembre 2019.

## **I. ÉVOLUTION DU SPORT** (EXTRAITS DE LA CONFÉRENCE)

### **a. Transformation sociale**

Depuis un demi-siècle, une situation de changements protéiformes du sport absolument remarquable prévaut en France. En matière de pratiques sportives, elle invalide l'hypothèse de la pérennité des disciplines olympiques posée par l'État dans les années soixante. Pour l'essentiel, nous pouvons dire que la volonté des Français de pratiquer le sport selon des modalités plus proches d'une relation ludique que disciplinaire, c'est-à-dire règlementée par un code d'arbitrage, est une réalité qui s'est imposée. Ce n'est pas nouveau. J'avais identifié le phénomène en 1995 en publiant aux *Éditions Autrement*, sous le titre « *Génération Glisse* », un livre que d'aucuns considèrent encore aujourd'hui comme une rupture salvatrice avec l'analyse sociologique du sport. J'y démontrais que la « *gamification* » des activités, c'est-à-dire le fait d'exploiter dans le sport les codes du jeu, en particulier des jeux-vidéo, était déjà une réalité à l'époque. Le concept de sport d'utilité ludique que j'avais alors forgé s'opposait au sport d'utilité publique promu par les institutions fédérales olympiques sous l'égide de l'État. Depuis 1995, les choses n'ont pas changé si ce n'est une forme de maturation générale du phénomène. Elle se traduit par la volonté des sportifs d'aujourd'hui de revendiquer massivement de nouveaux codes de conduite assortis de modes d'organisation plus souples et moins contraignants produisant des types de services aptes à **satisfaire les besoins inédits qu'ils expriment.**

### **b. Transformations sociétales et numériques.**

C'est dans ce contexte de changement déjà ancien qu'a surgi le sport numérique à la fin des années 2000. Son développement s'accroît nettement aujourd'hui avec « *la montée en puissance sociétale* » des Millennials, ces jeunes adultes nés à la fin du 20<sup>e</sup> siècle. La combinaison entre leur effet démographique massif et leurs modes de consommation dématérialisés de l'information via *Google, Facebook, Snapchat, Instagram...* complexifie considérablement la connaissance du sport que l'on avait jusqu'alors. Leur propension à n'exploiter que des outils connectés (smartphones, tablettes, ordinateurs) pour accéder aux données sportives les éloigne en effet des générations précédentes. Une situation qui casse en particulier les liens familiaux qui pouvaient exister auparavant entre la pratique des parents et les sports privilégiés par leurs enfants. Toutes les études montrent qu'à partir de 16 ans ces derniers revendiquent une autonomie de décision qui les conduit à établir un rapport distancié avec les préconisations sportives familiales.

Un point s'avère préoccupant pour le mouvement sportif : la viralité de la circulation de l'information. Ce phénomène exige des mesures et des réactions urgentes de la part des fédérations. On observe en effet que les Millennials créent des relations de confiance avec leurs pairs sur un mode très simple de type « *I like* » ou « *I don't like* »... tels ou tels éducateurs, tels ou tels sports ou tels ou tels clubs. La rapidité virale de la circulation de ce type d'informations n'est pas contrôlable car elle repose sur une absence de connaissance de ceux qui formulent les jugements. Seuls le nombre de « *likes* » influence les comportements. L'impact est donc direct et très délicat à prévoir. Pour les fédérations sportives, la seule question qui vaille est donc la suivante : comment atteindre les Millennials pour communiquer avec eux de façon à anticiper ces phénomènes de désengagement sportif massifs ? La réponse est simple : en exploitant les mêmes formes de communication qu'eux.

## II. LA TRANSITION NUMÉRIQUE DE LA FÉDÉRATION

(EXTRAITS DES TRAVAUX DE LA COMMISSION FÉDÉRALE DE TRANSITION NUMÉRIQUE)

### a. Le contexte fédéral

C'est pour s'inscrire de manière dynamique dans la transformation numérique du sport identifiée cidessus que la Fédération s'est engagée dans une stratégie digitale en 2018. L'un des objectifs (mais ce n'est pas le seul !) est le développement d'outils qui permettront de toucher les Millennials ; soit pour les convaincre d'adhérer à nos clubs soit pour les fidéliser.

Notre première réunion de travail sur ce thème fut organisée au mois de mai 2018. A cette occasion, sous couvert des conseils de l'agence spécialisée en Intelligence Numérique du sport SWI, nous avons élaboré un projet ambitieux qui devrait nous conduire à franchir le pas du « tout-numérique » au cours de l'année 2021. Trois ans seront en effet nécessaires pour travailler sereinement en évitant de commettre certaines erreurs. Nombreuses sont en effet celles qui sont commises actuellement par des fédérations, notamment dans le choix des technologies et le mode de déploiement des dispositifs numériques. Pour notre part, nous avons pris toutes les précautions. Outre qu'ils devront correspondre précisément à nos besoins, ces deux critères seront aisément exploitables par tous les acteurs du cyclotourisme aux niveaux régionaux, départementaux et locaux. Nous avons élaboré à cet effet un programme participatif complexe qui nous permettra d'atteindre ce résultat.

La première étape fut le symposium numérique de Bourges (octobre 2018) au cours duquel les participants prirent conscience de l'urgence et de la complexité d'une telle évolution de la fédération. La seconde fut l'Assemblée générale de Boulazac (décembre 2018) qui entérina le projet digital.

L'année 2019 fut consacrée à la construction d'une stratégie numérique cohérente, impliquant toutes les structures, assortie de trois préoccupations.

1. Identifier, pour en tenir compte, les opérations du même type développées par d'autres fédérations ayant obtenu des résultats peu probants.
2. Construire une méthodologie spécifique reposant sur les besoins numériques réels des licenciés, dirigeants, salariés et cadres sportifs de la Fédération.
3. Impliquer les clubs et les structures territoriales dans une démarche participative.

### b. La stratégie fédérale

La problématique générale du protocole technique que nous avons conçue avec SWI distingue deux types de stratégies très différentes.

- La première est partielle et ne présente qu'un intérêt limité. Elle concerne la simple « **transformation numérique** » de la Fédération. Elle ne prend en compte **qu'un ou deux paramètres organisationnels**. Elle porte le nom de « **transformation paramétrique** ».
- La seconde concerne la « **transition numérique** » complète de la Fédération. Plus longue et plus complexe, elle s'applique à **la totalité des fonctions organisationnelles** susceptibles d'être intégrées dans un protocole digital. On la qualifie de « **transition systémique** ».

Cette distinction « **transformation paramétrique/transition systémique** » a été élaborée par SWI à partir de l'observation des multiples échecs constatés tant au niveau international que national lorsqu'une organisation sportive de type fédéral s'engage dans une stratégie numérique. Nous travaillerons exclusivement selon la modalité « **transition systémique** ».

### c. Les technologies et le programme de construction

Ils reposent sur un protocole exclusif et couvrent la totalité du processus de transition numérique relatif aux besoins d'une fédération sportive.

Le protocole est structuré en trois phases.

- **1<sup>ère</sup> phase** : identification exhaustive des besoins numériques. Pour une fédération quatre catégories d'acteurs sont concernées : les licenciés, les dirigeants bénévoles, les salariés des services administratifs, les cadres sportifs. L'identification des besoins numériques est établie à partir de séminaires de travail réunissant ces acteurs fédéraux. Les séminaires font l'objet d'un rapport établissant précisément les « *besoins numériques* » de chaque catégorie. À l'issue de cette première phase, la Fédération dispose d'une nomenclature complète de la « *requête digitale* » de ses membres.
- **2<sup>e</sup> phase** : à partir d'un dispositif de veille, identification de l'offre technologique disponible (correspondant précisément aux besoins identifiés) proposée par les start-up de l'écosystème sportif digital. La recherche porte sur l'offre française et internationale. Trois cas de figure existent :
  - » la réponse numérique existe ;
  - » elle est potentielle (prototypes non validés) ;
  - » elle n'existe pas.

- **3<sup>e</sup> phase** : Construction de l'écosystème sportif fédéral « systémique » intégrant 100% des fonctions organisationnelles identifiées lors de la 1<sup>ère</sup> phase. Cette partie du travail repose sur sept étapes.
  - » Déploiement d'une stratégie participative reposant sur une consultation d'engagement qui sera proposée à tous les clubs fédéraux (novembre 2019) et dont le résultat sera entériné lors de l'Assemblée générale d'Angers (décembre 2019).
  - » Conception et construction d'un **Hub Technologique Multiservices (HTM)**. Il s'agit d'une plateforme d'intermédiation strictement privative, sous technologie française *Whaller* (partenaire technologique de SWI), aux normes du RGPD européen et qui inclut tous les éléments de la requête digitale exprimée par les membres de la Fédération. Elle est exploitable sur smartphones, tablettes et ordinateurs.
  - » Expérimentation du HTM dans deux régions-tests.
  - » Validation du HTM au niveau fédéral par la Commission fédérale de Transition numérique.
  - » Formation des Référents territoriaux chargés de développer le HTM du national au local.
  - » Transfert du HTM aux niveaux régionaux, départementaux et locaux.
  - » Vérification de l'exploitation réelle du HTM à tous les niveaux potentiels d'utilisation.

## INFOGRAPHIE

Synthèse de la stratégie systémique fédérale et des résultats attendus en deux images.



