ÉTAPE DE L'INNOVATION
« SPORT ET INNOVATION »

QUELS DÉFIS POUR LES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE SPORT ?

COMPTE-RENDU DE LA JOURNÉE DU 05 DÉCEMBRE 2019

COMPLEXE DE PELOTE - Pau

ORGANISÉE PAR LA CCI EN PARTENARIAT AVEC

CCI PAU BÉARN

PAU BÉARN PYRÉNÉES Communauté d'Agglomération

HÉLIOPARC TECHNOPOLE

SO-HORSE-ALLIANCES

RÉGION Nouvelle-Aquitaine

ADI Nouvelle-Aquitaine

QUELS DÉFIS POUR LES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE SPORT ? 03.

CONFÉRENCE « L'ÉCONOMIE DU SPORT DE DEMAIN S'INVENTE AUJOURD'HUI »
par Benjamin CARLIER 04.

ÉCHANGES AVEC LA SALLE 09.

PIERRE NERGUARARIAN,
CCI Pau-Béarn 10.

MONSIEUR MATHIEU HAZOUARD,
Conseiller régional en charge de l'économie numérique et du déploiement du très haut débit. 11.

VINCENT BOST,
Directeur d'ADI Nouvelle-Aquitaine 13.

PHILIPPE SINAPIAN,
Directeur attractivité et développement économique de la Communauté d'agglomération Pau Béarn Pyrénées 14.

FRANCK LEPLANQUAIS,
Directeur du CRITT Sports Loisirs de Châtellerault (86) 16.

PITCHS DE 6 ENTREPRISES RÉGIONALES
Partage de bonnes pratiques 18.

SYNTHÈSE DES ATELIERS 27.

JEUDI 5 DÉCEMBRE 2019 – COMPLEXE DE PELOTE DE PAU

QUELS DÉFIS POUR LES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE SPORT ?

Depuis le printemps 2017, les **collectivités locales du Béarn** (8 EPCI) et la **CCI Pau Béarn** ont engagé une réflexion conjointe sur la stratégie de développement **économique et l'attractivité du Béarn**.
Des rencontres de l'attractivité territoriale ont été organisées en novembre 2017 puis en mars 2019, attirant des centaines de participants. La 2e édition des rencontres était dédiée à l'économie du sport comme facteur d'attractivité du territoire. Dans la continuité, cette journée de travail et de réflexion autour de l'innovation du 5 décembre 2019 avait pour objectif de créer du lien entre les acteurs, de détecter des opportunités et d'insuffler une dynamique régionale d'innovation dans un cadre ludique et convivial.

Cette journée était animée par Hervé Turpin, manager du pôle Attractivité et Filières à la CCI Pau Béarn. Elle a été préparée avec l'appui de l'Agence de Développement et d'Innovation Nouvelle-Aquitaine, et a bénéficié du soutien financier du Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine. 110 participants, dont de nombreuses entreprises, ont répondu présents.

CONFÉRENCE

YouTube INTERVIEW

« L'ÉCONOMIE DU SPORT DE DEMAIN S'INVENTE AUJOURD'HUI »

par Benjamin CARLIER

L'innovation est multiple. Elle revêt de nombreuses formes : il y a des innovations de rupture et des innovations incrémentales, des innovations technologiques et des innovations de services. L'innovation est partout et elle est faite par tous : les PME, mais aussi les grands groupes, qui innovent énormément en France.

> **« Les startups n'ont pas le monopole de l'innovation »**

De façon générale, il y a une accélération des innovations : il y a 20 ou 30 ans, quand on sortait un nouveau produit ou un nouveau service, cela pouvait durer 5 ou 10 ans. Aujourd'hui, tout peut être dépassé au bout de 6 mois.

Winston Churchill disait « il faut prendre le changement par la main avant qu'il ne vous prenne à la gorge ». Pour Benjamin Carlier, c'est la meilleure manière d'aborder l'innovation : nous ne sommes pas obligés d'innover, ni d'être dans le toujours plus, mais il est nécessaire de s'adapter. Dans un monde qui évolue, il faut savoir soi-même en permanence évoluer. Au sujet de la notion d'accélération, l'essayiste français Paul Virilio disait : *« le sport a toujours été la propagande du progrès ».*

Benjamin CARLIER

Directeur associé d'Olbia Conseil, Benjamin Carlier est un expert du sport et de l'innovation. Son cabinet de conseil accompagne les acteurs du sport dans la conception et la réalisation de projets structurants, à travers des études d'opportunité, de faisabilité, et l'élaboration de stratégies de territoires et de stratégies de développement d'acteurs sportifs, de projets de grands équipements…

Olbia conseil travaille avec plus de 60 acteurs du sport français issus du mouvement sportif, des clubs professionnels, des collectivités territoriales, des ligues professionnelles. Entre 2014 et 2017, Benjamin Carlier a créé et dirigé « le Tremplin », plate-forme d'innovation sportive de la Ville de Paris, qui fédère un écosystème de plus de 20 partenaires et accompagne plus de 60 startups. Entre 2012 et 2014, il était chef adjoint de cabinet de la ministre des Sports, notamment en charge de l'économie du sport et de la relation avec le mouvement sportif. Il préside aujourd'hui la commission innovation de la filière « Économie et Sport ».

Cela signifie que l'innovation a toujours été présente dans le sport, que le sport a toujours été un vecteur de progrès. En effet, dans les sports traditionnels - les sports olympiques - l'innovation a toujours été présente, et ce dans 3 domaines :

▪ LA SÉCURITÉ

Au début des années 1900, les courses de haies se faisaient avec des haies en dur… Nous pouvons facilement imaginer ce que signifie en termes de sécurité, l'évolution vers des obstacles rétractables… Aujourd'hui encore, le monde sportif innove pour la sécurité dans la pratique. Par exemple, la solution créée par la startup Vogo – qui, à l'origine, propose des ralentis visibles en direct dans un stade – est utilisée par les médecins sur le banc de touche de tous les matchs du top 14 : sur la base de l'analyse du ralenti, ils décident de lancer ou pas le protocole qui vise à protéger le joueur en cas de commotion cérébrale. Ce qui est intéressant dans cet exemple, c'est aussi de voir que la première Sportech cotée en bourse qu'est Vogo a trouvé un usage très différent de l'idée initiale. C'est un élément très important dans l'innovation au sens large : le plus important est de trouver son public et son utilité, parfois éloigné de l'idée initiale. L'usage est prépondérant ainsi que la capacité d'une startup à « pivoter ». Au départ, leur solution était orientée vers le public et l'expérience spectateur ; finalement, elle se retrouve dans les mains des médecins qui ont besoin d'avoir des ralentis d'images de manière très réactive.
L'innovation fait débat, et elle n'est pas que bénéfique. Quand les coureurs cyclistes ont systématiquement une oreillette pendant la course, c'est la sécurité qui est invoquée : l'oreillette permet d'annoncer les chutes et autres difficultés. Pourtant, aujourd'hui, cette oreillette ne fait pas l'unanimité. Pour beaucoup d'observateurs et de spécialistes, l'utilisation d'oreillettes gâche l'intérêt des courses, qui sont dirigées depuis l'arrière, depuis les voitures des directeurs sportifs, ne laissant plus la place à l'instinct des coureurs.

▪ LA PERFORMANCE

Le saut à la perche est un bon exemple de l'innovation en vue de la performance. On a franchi des caps qui ont permis aux perchistes d'aller toujours plus haut. « Plus haut, plus vite, plus fort » est la devise olympique. L'innovation est omniprésente et permanente en vue de la performance. Les petits GPS qui sont dans le dos des joueurs de rugby, développés par Mac Lloyd, une startup française, permettent de mieux évaluer la performance des joueurs en temps réel et donc de savoir concrètement ce qui se passe sur le terrain. Attention cependant, ces données, ces fameuses « datas » ne sont pas la seule donnée viable pour gagner. Lors d'un match France-Angleterre en 2014 au Stade de France, le demi de mêlée anglais Ben Youngs dominait largement les débats. Alors que les Anglais mènaient, leur entraineur a décidé de sortir Ben Youngs parce qu'il était dans le rouge du côté des indicateurs, et les Français ont gagné le match. Bien au-delà des performances physiques, l'emprise psychologique que le demi de mêlée avait sur l'arbitrage et sur le match a tout simplement disparu avec sa sortie. Donc ces outils technologiques sont des outils d'aide à la décision, mais en aucun cas des outils « absolus ».

Dans le domaine de la performance, l'innovation va parfois jusqu'à l'absurde. Si on prend le cas des combinaisons de natation ou des vélos qui ont été développés pour le record de l'heure, c'est le matériel qui permet de faire une performance, et non plus l'athlète. D'ailleurs, c'est un imbroglio terrible en natation puisqu'on ne sait plus si l'on parle de record du monde avec ou sans combinaison… Donc l'innovation n'est pas toujours bénéfique, et l'innovation pour la performance peut être problématique.

▪ L'ÉQUITÉ

Dans le domaine de l'athlétisme, il s'agit de chronométrer avec un degré de précision suffisant pour être sûr que les athlètes ne sont pas lésés les uns par rapport aux autres ; au tennis, c'est le Hawk-eye, au football la goal-line technology. Des startups innovent pour plus d'équité, mais là encore les résultats sont discutables. Quel est l'intérêt de l'arbitrage vidéo (ou VAR) quand on a toujours autant de débats et autant de contestations après les matchs ? Y a-t-il vraiment plus d'équité ?

Innovation et sport sont fondamentalement liés. Néanmoins, il y a 5 ans, quand on m'a demandé de créer « Tremplin », la plate-forme d'innovation de la Ville de Paris et que je parlais aux gens de sport et digital, sport et startups ou tout simplement de sport et d'innovation, on me regardait avec de grands yeux. Il n'y avait quasiment aucun résultat à la requête « sport et startup » sur Google ! Ces deux domaines n'étaient pas si facilement liés. Tout le monde reconnaissait qu'il y avait une économie du sport, mais on ne savait pas bien de quoi il s'agissait. C'était pourtant déjà 2 % du PIB, mais ce n'était pas identifié. Depuis 5 ans, il y a eu une accélération de l'histoire avec la création de l'Union Sport et Cycle, un syndicat professionnel fort issu de la fusion de plusieurs syndicats liés aux métiers du sport ; il y a eu la création d'une filière économique du sport à part entière par le Président actuel lorsqu'il était ministre des Finances avec le ministère des Affaires étrangères et le ministère des Sports. On a vu l'émergence de startups, dont 70 environ regroupées au sein du collectif SporTech, qui recense les startups du sport qui soit ont levé plus de 300 k€, soit font plus de 100 k€ de chiffre d'affaires par an. Par ailleurs, notre pays va accueillir et a accueilli de nombreux grands événements sportifs. Il y a donc eu une prise de conscience de l'intérêt de l'économie du sport, de l'intérêt d'innover dans le sport. Il y a une vague nouvelle autour de l'économie du sport dont il faut profiter et sur laquelle il faut surfer.

Mais le cœur du sujet ne se situe pas du côté du sport traditionnel. S'il y a une nette accélération dans l'économie du sport notamment grâce à l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de 2024, le cœur du sujet, ce n'est pas 2024, c'est 2025. Est-ce qu'en 2025 la place du sport aura évolué sur le territoire ? La place du sport, ce n'est pas la place de la compétition ni du sport qui se regarde, mais bel et bien celle du sport qui se pratique. La pratique sportive est essentielle parce que c'est un outil de santé publique, de cohésion sociale, et pour bien d'autres raisons encore. Le vrai vecteur, c'est la pratique sportive. Et la véritable innovation dans le sport, c'est de permettre aux gens de faire plus facilement du sport, et plus souvent ! On a vu ces dernières années une transformation complète de la consommation du sport. On était auparavant dans un sport centré sur la cellule « club », on est aujourd'hui dans un sport qui évolue : les gens veulent lever les freins à la pratique sportive et pratiquer quand ils veulent, où ils veulent et avec qui ils veulent.

Le domaine du sport a connu une vague d'ubérisation.

Benjamin Carlier explique sa vision des évolutions récentes : de la pratique en club ou association sportive, nous sommes passés depuis plusieurs décennies à une pratique libre. Ces 10 dernières années, la pratique libre a été rattrapée, au niveau commercial, par l'installation en nombre de salles de sports. Ces salles de sport ont dû faire face au partage, grâce à des applis, des tickets d'entrée : les consommateurs ne veulent plus aller dans une salle, mais dans plusieurs salles de sport à prix cassé. Le modèle de la salle de sport est lui aussi ubérisé. Maintenant, c'est le coaching individuel qui a pris le pas avec des startups comme Trainme qui permettent de faire du sport avec un coach individuel. Ce coaching personnalisé est lui-même ubérisé par le coaching vidéo et le coaching en ligne. On voit donc qu'il y a une évolution rapide de la façon dont on fait du sport - où et avec qui - grâce à la puissance du digital.

Mais là où l'innovation, notamment digitale, est la plus forte, c'est quand elle lève les freins au « pourquoi » nous faisons du sport. La motivation est un levier essentiel. L'aspect ludique du jeu est une des bases de la pratique sportive. Or la plupart des gens qui vont simplement nager, courir ou faire du vélo seuls – pratique la plus répandue à partir d'un certain âge –, préfèreraient peut-être largement y introduire une dimension ludique…

Qu'ils soient un phénomène de mode, des gadgets ou des objets durables, les objets connectés ont instauré une tendance lourde et durable dans la pratique sportive : la gamification. Même si je pratique seul dans mon coin, grâce à la mesure de la performance, je vais pouvoir faire partie d'une communauté, me comparer aux autres, participer à des challenges, communiquer avec d'autres et échanger sur ma performance. Même en faisant du sport seul, on fait du sport ensemble. Une des principales startups françaises dans le domaine du sport, Sport Heroes, s'appuie sur le concept : « courrez, vous serez récompensés » et aspire vos données en termes de course à pied, mais aussi de vélo, natation, ski de fond, ski de piste… Plus vous pratiquez, plus vous avez de cadeaux. Les marques sont ravies de payer pour ces cadeaux qui leur permettent de toucher des communautés spécifiques.

Sport Heroes est capable de qualifier par exemple les hommes qui ont entre 25 et 31 ans et qui courent 3 fois par semaine. Comme pour Facebook ads, Google ads, les entreprises sont prêtes à payer pour le ciblage ultra précis d'une communauté, pour avoir une bonne image auprès de celle-ci.

Le principe d'une startup est basé sur l'investissement : souvent elle n'est pas rentable tout de suite, surtout quand elle fait du B To C ou quand elle travaille sur le besoin d'avoir une communauté la plus large possible et le plus grand nombre d'utilisateurs. En l'occurrence, Sport Heroes fait partie des startups qui ont réussi à générer du cash très vite, mais d'autres startups qui ne génèrent pas de cash au bout de 10 ans continuent à lever des fonds… Cela peut être une bulle, mais ce qui est sûr c'est qu'au cours des premières années, une startup qui se base sur l'utilisateur ne peut pas raisonner uniquement en termes de monétisation directe. Il y a des seuils d'utilisateurs à atteindre pour que la startup puisse devenir intéressante.

> **« Le lien entre sport, réalité virtuelle et e-sport est bien en train de se concrétiser. »**

Du fait que la gamification de la pratique est un enjeu très fort dans le sport, il serait dommage de ne pas s'intéresser à l'e-sport, à savoir la pratique en compétition de jeux vidéos. D'un point de vue strictement légal, du point de vue du Conseil d'État, l'e-sport peut être défini comme un sport. En effet, il réunit les 3 conditions pour être un sport : il y a compétition (un vainqueur, un perdant), des règles, et une forme de mobilité – on peut débattre de ce dernier point, mais il faut au moins des réflexes pour pratiquer l'e-sport. Ce qui est certain, c'est que pour le monde du sport en général, c'est une grande chance que l'e-sport s'appelle e-sport parce que c'est un secteur extrêmement porteur ! Si le monde du sport peut en profiter, tant mieux.

La réalité virtuelle fait une entrée de plus en plus forte dans le secteur du sport. Au Japon, de nouveaux sports existent, qui sont des mix entre sport et e-sport… D'ici 5 à 10 ans, c'est inéluctable, ces nouveaux sports s'imposeront dans notre paysage. Il y aura des équipes avec des joueurs sur le terrain et d'autres derrière leurs ordinateurs. Deviendront-ils des sports majeurs, deviendront-ils des sports olympiques ? Difficile à dire.

Les principaux champs économiques du sport, demain, ce sont l'industrie de la mobilité, l'industrie touristique et l'industrie de la santé.

Pour Benjamin Carlier, le vrai marché économique du sport n'est ni dans les sports traditionnels ni dans les innovations qui permettent de faciliter la pratique sportive, mais il est en réalité dans le lien avec des industries qui ne sont pas les industries du sport :

▪ **Mobilité :** nous avons vu 2 grandes révolutions ces dernières années : l'arrivée des vélos en libre-service, avec des succès impressionnants et l'arrivée du vélo à assistance électrique, qui devient majoritaire dans l'économie du cycle et change la perception du plaisir cycliste. Il y a des champs colossaux pour l'industrie du sport autour de la mobilité.

▪ **Tourisme :** sur les 3 secteurs appelés or blanc (montagne), or bleu (mer), or vert (campagne), le sport est clé : sports d'hiver, sports nautiques et sports de pleine nature. De plus, le sport devient une des raisons principales du choix des destinations de vacances.

▪ **Sport-santé :** c'est peut-être le champ le plus important en termes de potentiel. La prescription médicale du sport a été reconnue officiellement depuis 2 ans. Le train est en marche et ne s'arrêtera plus. C'est une tendance lourde : le sport comme médicament, le sport à la place des médicaments. Le sport-santé bien-être prend énormément d'ampleur et est en train de bouleverser nos sociétés, avec un potentiel économique infini.

A la question « comment innover, pourquoi innover ? », Benjamin Carlier répond en premier lieu : ne gardez pas vos idées pour vous ! Arrêtons avec le mythe de Mark Zuckerberg qui aurait réussi à créer Facebook en volant l'idée à quelqu'un. C'est faux ! Il y avait des milliers de gens qui voulaient créer un réseau social à ce moment-là dans le monde. Son génie entrepreneurial c'est d'avoir fait de Facebook une réussite économique, ce n'est pas d'avoir eu l'idée de créer un réseau social sur internet. L'idée ne fait pas la startup, elle ne fait pas l'économie d'une entreprise. Ce qui fait la réussite c'est le partage, c'est l'échange, ce sont les collaborations avec les grands groupes, avec les institutions publiques, avec les collectivités. Se projeter dans le partage autour de son idée est indispensable pour qu'elle ait des chances d'éclore.

Des infos sur la Global Sports Week en février 2020 à Paris ?

Davos du sport, qui remplace les TOA goals, la Global Sports Week doit nous aider à nous saisir de l'avant et de l'après 2024. Pendant 3 ou 4 jours, tous les décideurs économiques et institutionnels mondiaux du sport du domaine seront réunis. Autour de la Global Sports Week, il y aura un séminaire de la filière économique du sport, il y aura les rencontres internationales des grands événements sportifs et bien d'autres choses encore. C'est une très forte initiative très forte, qu'il faut soutenir, c'est le rendez-vous international des acteurs économiques du sport. Espérons qu'elle puisse avoir lieu chaque année en France.

Quel est l'impact de l'ubérisation des pratiques sportives pour les associations sportives ?

On voit aujourd'hui que le nombre de licenciés n'est pas forcément en hausse. Par exemple, les clubs de foot n'ont pas vu venir le «five» il y a 10 ans (hangar transformé en terrain de foot et loué à l'heure). La fédération a mis 5 ou 6 ans à réagir. Mais il y a aussi des startups qui permettent aux clubs sportifs d'entrer dans ces nouvelles phases : cotisation en ligne, gestion d'équipe en ligne, réseau social en ligne (SportEasy), vie des bénévoles et des dirigeants. Grâce à la digitalisation et au numérique, les clubs sportifs ont une opportunité de revoir leur offre de valeur, de revoir leur proposition aux licenciés. À eux de s'en saisir !

Beaucoup de territoires se positionnent aujourd'hui sur le sport, et cette journée a une dimension régionale. Que faire pour que la Nouvelle-Aquitaine se démarque ?

De plus en plus d'élus locaux et régionaux s'intéressent à la thématique du sport. Il y a donc beaucoup d'initiatives de clusters, d'incubateurs, de filières écorégionales… Ceux qui réussiront, selon Benjamin Carlier, ce sont ceux qui parviendront à rassembler autour d'eux les collectivités, les entreprises… Ce qui a marché au « Tremplin » et ailleurs, c'est la co-construction, qui n'est pas seulement un mot de communicant. C'est une vision partagée avec les acteurs économiques, politiques et industriels du territoire, et c'est cela qui fera que l'initiative ponctuelle de la collectivité se transformera en une dynamique durable et pertinente pour le territoire.

YouTube
INTERVIEW

PIERRE NERGUARARIAN

CCI PAU Béarn

Au nom de la CCI Pau Béarn, Monsieur Nerguararian se félicite de l'organisation de cette journée sur le sport, l'innovation et le numérique, et la combinaison de ces mots lui semble très porteuse. La CCI est là pour organiser, pour mettre en commun, pour faire en sorte que les acteurs, qui sans elle ne se connaitraient pas, puissent se rencontrer. Il salue les étudiants du CNPC, qui ont une superbe école. La CCI est très fière d'avoir réalisé avec l'agglomération cette école du sport exceptionnelle, qui va donner un essor à l'innovation et au sport, et permettre de créer des liens avec les autres industries présentes sur le territoire. Le premier bâtiment, situé près du stade d'eau vive, sera une opportunité d'intégrer le sport à d'autres activités industrielles.

En tant qu'ancien patron de Total notamment à Moscou, mais aussi sur notre territoire, Pierre Nerguararian a accompagné un certain nombre de startups. C'est très difficile, car il y a beaucoup d'idées et qu'il faut faire des choix d'investissement. Mais il faut avoir de l'audace, oser parier sur une startup pour que les choses avancent !

À Lacq, des sociétés comme Arkema mettent en avant de nouveaux matériaux biosourcés, à partir de la thermoplastique. Il y a certainement des liens à faire entre les startups du sport et la chimie pour demain développer du sens et des innovations.

Pierre NERGUARARIAN est le Vice-Président de la CCI Pau Béarn, notamment en charge de l'attractivité. Il est également président de Chemparc, qui œuvre pour la réindustrialisation du bassin de Lacq.

"Que l'on fasse du sport, de l'innovation, ou encore du numérique, il y a 3 mots essentiels : oser, croire (en ce que l'on fait), donner (se donner beaucoup pour réussir). C'est avec ces 3 verbes que l'on peut réussir."

CCI PAU BÉARN

MATHIEU HAZOUARD

YouTube INTERVIEW

Conseiller régional en charge de l'économie numérique et du déploiement du très haut débit.

Mathieu Hazouard supplée Mme Anne Laure Bedu, conseillère régionale déléguée au transfert, à l'innovation et à l'accélération qui n'a pas pu se rendre disponible pour cette manifestation. Il est en charge de la démarche « sport et numérique » du Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine.

Les étapes de l'innovation, organisées en lien avec l'agence de développement et d'innovation Nouvelle-Aquitaine (ADI NA) permettent de valoriser les savoir-faire et de partager des retours d'expériences d'innovations sur l'ensemble de la région. **Ces « étapes de l'innovation » tentent de faire le tour de l'ensemble des enjeux sociétaux et environnementaux.** La prochaine étape, à Dax, traitera du bien-être et de l'innovation managériale. Nos collectivités territoriales n'ont pas attendu que Paris leur dise comment mettre tout le monde autour de la table, les grands groupes, les collectivités, les startups, les incubateurs, les technopôles (comme ici Hélioparc) pour faire de la croissance et insuffler de la vitalité économique sur le territoire.
La Nouvelle-Aquitaine compte un certain nombre d'acteurs phares : une belle école du sport ici à Pau, un centre du droit et de l'économie du sport à Limoges, un CRITT à Poitiers, une Maison régionale des sports à Talence (gérée par le Comité régional olympique et sportif et représentée aujourd'hui par sa directrice Stéphanie Poujade), etc.

Avec tous ces acteurs, le Conseil Régional a décidé d'aller plus loin sur cette dimension « sport et innovation » : un incubateur vient d'être créé début septembre au sein de cette Maison régionale des sports. 5 entreprises y sont déjà incubées. Et le Conseil Régional ira plus loin, en faisant en sorte d'accompagner les startups sur tous les territoires de la Nouvelle-Aquitaine. Très prochainement, la Région se rendra au CES* à Las Vegas avec une très belle startup béarnaise. Au-delà des startups, cette dynamique peut être profitable aux PME, aux grands groupes. De nombreuses PME dont le marché actuel n'est pas celui du sport pourraient dans le futur s'orienter vers ces marchés du sport-santé, de la performance sportive, de la sécurité.

RÉGION Nouvelle-Aquitaine

Il est fondamental de faire en sorte que le numérique soit un outil de développement de ces nombreux clubs sportifs.

Mathieu Hazouard, très attentif aux nouvelles modalités de pratique sportive, est également attaché à la dimension fédérale et associative du sport. Le Conseil Régional fait en sorte que l'ensemble des comités et des ligues soient présents lors des réunions. En ce qui concerne les clubs professionnels, les besoins sont nombreux, et ils sont similaires d'un club à l'autre, d'une discipline à l'autre. C'est la raison pour laquelle le Conseil Régional a souhaité réunir le 18 décembre 2019 des entreprises et des clubs professionnels à la Maison régionale des sports. Les clubs pros vont pouvoir pitcher pour présenter leurs besoins. Par cette mise en relation, des synergies vont émerger, ouvrant de nouveaux marchés. L'idée, c'est ensuite de faire en sorte que ce type de rencontres se passent partout en Nouvelle-Aquitaine.

Notre région a à la fois une dimension touristique très forte et beaucoup d'équipements de grande qualité, comme le stade d'eau vive de Pau. **C'est pour valoriser ces équipements dans le cadre de la préparation olympique que l'association Ambition 2024 a été créée.** Elle vise à permettre à de jeunes sportifs qui souhaitent préparer les Jeux olympiques de 2024 d'être en capacité d'y participer, mais aussi à pouvoir accueillir des délégations étrangères. Avec les richesses du territoire, la dimension sport et innovation trouvera une vraie vitalité et, à long terme, une vraie pérennité.

** Consumer Electronics Show, le salon mondial de l'innovation*

VINCENT BOST

Directeur d'ADI Nouvelle-Aquitaine

ADI Nouvelle-Aquitaine
Agence de Développement et d'Innovation

YouTube INTERVIEW

En plus d'accompagner les entrepreneurs au quotidien, ADI Nouvelle-Aquitaine a une mission de diffusion de la culture de l'innovation dans les territoires. Cette mission s'incarne dans le réseau « Innover en Nouvelle-Aquitaine » qui tient un certain nombre de cycles de rencontres appelées les étapes de l'innovation. La journée d'aujourd'hui en est une belle illustration. L'objectif est de faire rayonner l'innovation dans tous les territoires de la Nouvelle-Aquitaine en s'appuyant sur les forces et les spécialisations territoriales de chaque bassin économique.

> **Le sport est une belle illustration d'un domaine où il s'agit de décloisonner des mondes qui ne se connaissent pas bien.**

ADI Nouvelle-Aquitaine est l'agence régionale de développement et d'innovation de la Nouvelle-Aquitaine. Cette agence agit aux côtés de la Région pour accompagner le développement des entreprises et des territoires à travers plusieurs leviers, dont l'innovation.

ADI agit comme un facilitateur, un catalyseur de projets. Elle se situe au croisement des dynamiques d'entreprises, de filières et de territoires. C'est de plus en plus un « réseau de réseaux », qui essaie de faire travailler ensemble les entreprises (startups, PME, grands groupes) avec le monde de la connaissance, avec le mouvement sportif, avec le monde de la technologie et de l'innovation. L'innovation, pour ADI, est technologique (matériaux, objets connectés…), mais elle est aussi non technologique (innovation sociale, managériale…).

L'agence est donc amenée à accompagner les territoires dans la capitalisation de leurs forces, comme c'est le cas avec cette journée. ADI permet aussi de connecter les territoires avec d'autres territoires de la région ou, ponctuellement, en dehors de la région. Beaucoup de territoires veulent aujourd'hui se positionner sur le sport. Mais tous ont intérêt à conduire cette stratégie en partenariat avec d'autres territoires pour enrichir les compétences, massifier les communautés d'acteurs et in fine construire des projets au service des entreprises et du territoire.

Décloisonner ces mondes-là, c'est la raison d'être d'ADI, qui mène des actions très concrètes comme cette journée de travail. Ce moment fort devrait être fructueux et permettre l'émergence de solutions et de projets. ADI Nouvelle-Aquitaine est à votre service pour faire éclore et grandir vos entreprises, pour les développer sur vos territoires.

PHILIPPE SINAPIAN

Directeur attractivité et développement économique de la Communauté d'agglomération Pau Béarn Pyrénées

Cette journée est un événement important pour l'agglomération parce que **Pau est une ville de sports.** En témoignent les clubs sportifs de premier plan (Section Paloise, Élan Béarnais, Billère Handball, Rugby féminin à Lons, Pau FC…), les labels (notamment le label « ville européenne du sport » récemment obtenu), les équipements significatifs pour une ville de notre dimension (stade d'eau vive, stade du hameau, hippodrome…).
Tous ces éléments permettent d'accueillir des événements d'envergure nationale et internationale (championnats du monde de kayak…), qui sont des vecteurs d'image, de développement, de notoriété, mais aussi de chiffre d'affaires pour les entreprises. Car le sport est un secteur économique en plein essor, avec de nouveaux métiers émergents. Et compte tenu de cette identité sportive de Pau, il est clair que **le territoire béarnais a une carte à jouer dans l'économie du sport.**

Notre territoire ne part pas de rien, car nous avons déjà des filières dominantes (énergie, aéronautique, agroalimentaire). Ces industries peuvent paraître assez éloignées du monde du sport, mais elles montrent qu'il y a, localement, beaucoup de « matière » pour les entreprises qui souhaitent se développer : des ressources humaines qui peuvent être formées dans nos universités et écoles d'ingénieurs dans les métiers du numérique, de l'intelligence artificielle, des matériaux…
Il y a également l'accompagnement prodigué par le technopole Hélioparc depuis 30 ans : grâce au savoir-faire de ces équipes, on sait accompagner la croissance des entreprises, avec des démonstrations de succès retentissants. Grâce à tout cela, demain, l'économie du sport peut se développer sur un terreau favorable.

PAU BÉARN PYRÉNÉES
Communauté d'Agglomération

C'est plus qu'une journée aujourd'hui, c'est la conjonction de beaucoup de paramètres : un terreau favorable, des acteurs engagés et un terrain de jeu qui offre beaucoup de perspectives pour l'avenir.

Le quartier des Rives du Gave offrira à ces acteurs économiques un terrain de jeu à proximité immédiate du centre-ville de Pau. Le partenariat qui a été noué entre la CCI, la SEM Pau et l'Agglomération autour du réaménagement de cette zone urbaine démontre que quand on veut, on peut aller très vite sur des projets ambitieux. Ce quartier est en pleine expansion : en plus du CNPC, il accueille le master tourisme de l'UPPA, l'espace formation, et bientôt d'autres acteurs économiques à travers un programme immobilier ambitieux porté par la SEM Pau Pyrénées.

Depuis l'entrée en vigueur de la loi NOTRe, le champ de compétence de l'agglomération s'est élargi. Elle apporte aujourd'hui 3 types de soutien aux chefs d'entreprises qui souhaitent s'implanter :

- Des aides financières : entre 30 et 100 k€ sur des projets de développement (bien entendu soumis à l'examen des élus communautaires), accompagnés de mise en relation avec des acteurs locaux.

- Des solutions de portage immobilier, de cession de foncier, d'accompagnement à toutes les étapes de la vie de l'entreprise sur les aspects logistiques, foncier, immobilier ; en amont, un accompagnement en synergie avec Hélioparc.

- Des possibilités d'expérimentation dans notre collectivité et dans nos équipements, comme nous l'avons fait pour des startups (ST37, Prof en Poche...)

YouTube INTERVIEW

FRANCK LEPLANQUAIS

Directeur du CRITT Sports Loisirs de Châtellerault (86)

De formation universitaire, Franck LEPLANQUAIS dirige depuis plus de 20 ans le CRITT Sport et loisirs, véritable structure d'interface entre la recherche, les entreprises, les institutions publiques et le secteur sportif, où l'innovation fait partie du quotidien.

Le CRITT Sports et Loisirs est un centre de ressources technologiques situé à Châtellerault, financé à la fois par les prestations qu'il facture et par son partenaire principal : la Région. 34 personnes y travaillent, avec un rôle d'interface entre le monde des entreprises et le monde de la recherche. Le CRITT propose des prestations d'études sur mesure, mais aussi des prestations sur catalogue. Parmi celles-ci, la délivrance d'autorisations de mise sur le marché européen de produits, notamment des équipements de protection individuelle pour assurer la sécurité des sportifs. Le CRITT imagine et met en œuvre des bancs d'essai pour tester les nouveaux équipements, et fait partie de nombreux comités de normalisation. Doté de plusieurs laboratoires, le CRITT a le plaisir de compter parmi les membres de son Conseil d'Administration Madame Édith Cresson, qui a publié un ouvrage intitulé « innover ou subir ».

Le milieu du sport est le monde de la performance, voire de l'ultra performance, avec une priorité absolue donnée à l'efficacité. C'est aussi le monde du design, avec une approche plutôt conservatrice : la norme est la même entre un casque de VTT et un casque de vélo sur route, mais jamais on ne fera porter un casque de VTT à un coursier et réciproquement. Et les casques de coursiers ont des réminiscences du casque à boudins de l'époque…

Pour bien comprendre les performances sportives, il faut les sortir du stade. Quand un athlète réalise un triple saut de 18,2 m, il « pèse » 1 tonne et demie pendant 1 millième de seconde. On comprend là pourquoi il faut réfléchir sur le sportif et son environnement matériel de pratique.
Le CRITT a fait une restitution à l'échelle 1 du saut extraordinaire de Bob Beamon en 1968 : les chercheurs - dont certains issus de laboratoires du Futuroscope – travaillent avec une vingtaine de caméras sur un athlète en 3D. Ces études serviront à mieux comprendre les phénomènes pour optimiser les conseils de l'entraineur. Ces expérimentations intéressent aussi les roboticiens du laboratoire RoBioSS, qui commencent à apprendre la marche debout à des robots.

Le CRITT est aussi dans le « sport-santé » : fini le sport « culte du corps », voilà une nouvelle appréhension de l'économie du sport. Les sportifs sont maintenant des interlocuteurs avertis. Il y a 40 ans, il y avait un peu moins de 400 inscrits au départ du marathon de Paris. Aujourd'hui, ils sont 40 000. Ces 40 000 personnes sont des gens qui se renseignent, qui savent, qui connaissent les marques. Quand on pense que la fédération d'athlétisme avait refusé de faire une licence sports-loisirs en disant « le sport c'est dans les stades » !

Ce qui est intéressant aujourd'hui, c'est de travailler sur des prestations de services cumulés, comme le vélo à assistance électrique jumelé avec des assurances (contre le vol..). En 2004, nous avions eu l'idée, avec le CRITT informatique, de diffuser en direct des matchs de basket féminin. Un directeur de fédération sportive m'avait affirmé que la vidéo n'avait aucun avenir sur internet…

Dans le sport-santé, l'usager n'a plus la notion de classement. Ce qui intéresse le marathonien, c'est son temps, c'est d'améliorer son propre temps. À un moment donné, il va falloir qu'il ait des outils pour enregistrer, comparer ses temps, recueillir des données sur sa physionomie, notamment par des objets connectés.

Le CRITT développe et met en place ses propres bancs d'essai grâce à son réseau de sous-traitants locaux. En effet, Châtellerault est une ville industrielle, c'est le 2e bassin industriel de la région Nouvelle-Aquitaine, avec notamment la présence de l'industrie automobile et aéronautique. Grâce à ce tissu de sous-traitants très réactifs, le CRITT peut disposer dans des délais très courts d'équipes aux compétences transverses, qui travaillent par exemple sur des automates programmables, des caisses mécaniques… et sont à même de monter un banc d'essai en 3 semaines.

Le CRITT comprend aussi un laboratoire de chimie : les mordants qui font tenir les colorants sur les casques de boxe en cuir contiennent souvent des particules de métaux lourds. Par conséquent, le CRITT Sport et Loisirs a embauché un ingénieur chimiste et un ingénieur textile pour trouver des solutions alternatives pour les boxeurs.

Le CRITT travaille avec l'ITERG (Institut Technique des Corps Gras) à Bordeaux, un laboratoire spécialisé dans les corps gras (cires, huiles…), notamment biosourcés. Aujourd'hui, les farts de ski sont très polluants, tout comme l'ambre solaire utilisée pour pouvoir enfiler plus facilement les combinaisons de plongée. Le sportif n'est pas encore écoresponsable. Le CRITT mène donc une réflexion avec ce laboratoire pour inventer des produits biosourcés qui puissent remplacer les produits chimiques utilisés à ce jour.

Côté équipements de protection individuelle, on voit de plus en plus d'airbags. Cela a commencé avec les motos, et vient maintenant dans l'équitation, le ski cross… Avec une vraie amélioration de la sécurité. Il y a même le projet de faire fabriquer les percuteurs de ces airbags par des entreprises mécaniques à Châtellerault.

Le CRITT travaille également sur la métrologie, car pour faire des essais Sports et Loisirs, il faut des capteurs. En partenariat avec l'université de Limoges (CISTEME et Xlim), le CRITT va installer des capteurs 6 axes sans fil sur des pédales de vélo, permettant à l'entraineur de travailler sur l'optimisation du rendement du cycliste en situation grâce à des données en temps réel, et plus seulement en laboratoire. Ces capteurs intéressent aussi le monde de l'industrie, ce qui est porteur en termes de transfert de technologie.

> **« Le spectre de l'innovation dans le monde du sport est quasiment infini ! »**

Le CRITT intervient aussi pour l'aide à la recherche de financement. Il met en place des réseaux de compétences, comme avec le CRAIN (CRITT nautique à La Rochelle), qui est le centre mondial des navires électriques. Côté financement, ses centres de ressources technologiques sont éligibles au crédit impôt recherche. De plus, avec ses interlocuteurs, le CRITT sait monter des appels à projets ou des dossiers de financement et peut accompagner l'entreprise jusqu'à la commercialisation de ses produits.

Le CRITT a un partenariat avec la Chine, qui est incontournable dans le domaine du sport. La Chine, qui jusqu'à présent faisait du low cost est en train de faire, non plus seulement du copiage, mais aussi véritablement de la R&D. Le CRITT a donc des apporteurs d'affaires en Chine, et le CRITT aide ses partenaires chinois à trouver des solutions pour produire des produits de qualité dans le domaine du sport notamment, tout en continuant à promouvoir la fabrication en France et les faibles distances.

PITCHS DE 6 ENTREPRISES RÉGIONALES

PARTAGE DE BONNES PRATIQUES

YouTube INTERVIEW

ST37

VIDÉO ARBITRAGE INTELLIGENT ET ROBOTISÉ

Carolina Riquelme

ST37 développe une solution de vidéo arbitrage avec robotisation et intelligence artificielle pour 37 sports olympiques (d'où le nom : Sport et Technologie 37). Carolina Riquelme est responsable du développement de cette société créée il y a un an et demi et basée au technopôle Hélioparc à Pau. Le fondateur de l'entreprise, Carlos Pineda, est avant tout un sportif de très haut niveau en escrime. Dans son parcours, il a vécu la souffrance de l'arbitre pour la prise de décision, du fait du manque d'information, de paramètres et d'outils. Le rôle de l'arbitre est d'être impartial, juste, objectif. Il y a 10 ans, Carlos a participé à la mise en place du 1er système de vidéo arbitrage pour la fédération internationale d'escrime. C'était l'une des premières fédérations à réfléchir à l'utilisation de la vidéo pour l'arbitrage. Carlos Pineda est également ingénieur, et il a très vite constaté que pour permettre une prestation de vidéo arbitrage, l'image ne suffit pas, car l'arbitre interprète l'image à travers son regard, sa subjectivité. La question qu'il s'est alors posée, c'est comment intégrer de l'objectivité, comment améliorer l'impartialité à l'aide de briques technologiques ?

Qu'est-ce que le vidéo arbitrage ?
Ce sont des images captées par une technologie audiovisuelle type télé. La VAR est très coûteuse, car elle mobilise - comme la télé - beaucoup de ressources. Par exemple, pour un match de ligue, le coût est de 5500 € (pour 20 caméras, 20 caméramans, une salle de VAR, des experts...)...
Avec ce type de prix, l'arbitrage vidéo n'est réservé qu'aux sports les plus populaires, aux grands moments, aux équipes de haut niveau. Par exemple, une semaine de compétition de tennis a un budget Hawk-Eye de 30 k€. Ce que ST37 veut faire, c'est démocratiser le vidéo arbitrage pour le sport en y intégrant l'IA et la robotisation. ST37 est née autour de l'idée d'utiliser des caméras autonomes pilotées par des réseaux de neurones. Les caméras vont aller chercher dans l'action sportive les éléments du règlement sportif qui sont utiles pour assister l'arbitre en temps réel. La solution développée par cette startup est intégrée dans la dynamique sportive : on ne coupe pas les flux sportifs. Le système ST37 capte et interprète les images pertinentes en fonction des paramètres définis et les envoie sur la montre ou un autre dispositif écran de l'arbitre, qui peut alors prendre une décision. C'est une base objective et impartiale, qui permet plus d'équité.

Vision à 5 ans

ST37 souhaite développer des solutions pour l'entrainement, avec des paramètres liés aux performances sportives. Les caméras pourraient interpréter le geste sportif performant, à chaud. ST37 se projette dans une solution « tout en un », accessible à tous, à tous les niveaux de pratique (d'amateur à pro) et 7 jours sur 7 pour tous les sports, et non plus seulement pour les grands moments des grands sports populaires. Pour cela, la solution développée doit être abordable. Elle doit permettre une diffusion en streaming en mode plug and play. Entreprise française, ST37 souhaiterait que toutes les structures françaises soient équipées de cette technologie. En effet, il y a aujourd'hui un problème de relais générationnel, car il manque de sportifs licenciés en France. Les sportifs de demain, ce sont de nouvelles générations qui parlent un langage différent. Le numérique va être le point de connexion qui leur donnera envie de pratiquer un sport.

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

Aujourd'hui ST37 travaille dans le domaine de l'escrime, du canoë-kayak et de l'équitation, et souhaite élargir sa palette avec des sports collectifs et des sports de raquette. Ce que souhaite cette startup, c'est le soutien des sportifs bien sûr, mais aussi de tous les acteurs économiques et institutionnels pour pouvoir poursuivre son développement.
Carolina Riquelme est aussi ambassadrice de l'innovation, et représentera le territoire béarnais (avec la startup Prof en poche) lors du CES de Las Vegas. Avec les autres ambassadeurs, elle coache également des entrepreneurs pour les accompagner dans les méandres de l'administration.

VALUE FEET

FERS À CHEVAL SUR MESURE

YouTube INTERVIEW

Maxime ROORYCK

La société Value Feet a été créée en 2014 par deux frères qui étaient alors étudiants. Le constat de départ, c'est que les maréchaux-ferrants travaillent aujourd'hui comme il y a des siècles, à l'enclume et au marteau. **Value Feet a été créée pour apporter de l'innovation dans ce secteur qui y était plutôt hermétique en mettant les nouvelles technologies et les nouveaux matériaux au service de l'optimisation de la performance et de la santé des chevaux.**

Le retard qu'avait pris le secteur équestre est en train d'être très vite rattrapé, avec l'air-bag, la sellerie avec capteurs intégrés, et Value Feet en maréchalerie… L'innovation est maintenant présente, et le marché est en pleine explosion. L'équitation est un domaine très vaste, et la filière est compliquée : il y a plusieurs secteurs (courses, dressage, saut d'obstacles, western…), et chaque discipline a des besoins particuliers. Pour ce qui concerne les courses par exemple, les galopeurs et les trotteurs ont des besoins très différents et des mentalités très différentes. Value Feet doit donc à la fois adapter ses produits et ses discours commerciaux.

Vision à 5 ans

Value Feet va se développer sur le marché européen, puis créer une filiale aux États-Unis, viser les marchés des pays du golfe, et d'Asie. En termes de compétences, tout est fait en interne – conception, fabrication, développement – et Value Feet a donc besoin :

- de développeurs web et soft pour les logiciels de conception et d'optimisation,
- d'opticiens pour le système de scanner permettant de prendre les mesures et d'optimiser la conception,
- de personnel en production,
- d'ingénieurs matériaux, car Value Feet développe sa propre matière,
- de compétences en assurances, en financement…

Value Feet a besoin de toutes ces compétences pour pouvoir offrir un service global au cavalier. Membre du cluster inter-régional SO-Horse-Alliances, Value Feet est une équipe de 12 personnes environ. Son modèle de croissance est assez particulier : la société rachète des fournisseurs et des clients. Jusqu'à présent, Value Feet était un fabricant de fers à cheval. Aujourd'hui, cette startup veut proposer un service global en rachetant plusieurs types d'entreprises et notamment les maréchaux-ferrants qui ont le savoir-faire technique, mais rencontrent souvent des difficultés de gestion de leur entreprise. En les rachetant, Value Feet n'est plus tributaire de leurs problèmes d'organisation.

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

Cette année, Value Feet clôture sa levée de fonds. Après 5 années très compliquées de recherche de financements, des investisseurs d'envergure soutiennent Value Feet, qui va avoir besoin de leur expérience. Un fer à cheval se change toutes les 6 semaines. Ce qui veut dire qu'il faut bien anticiper en termes de logistique et de production. Ainsi, Value Feet a certes besoin de soutien financier, mais aussi d'un accompagnement opérationnel fort pour faire face à l'accélération qui arrive.

MINPULSE

CEINTURE CARDIAQUE CONNECTÉE

YouTube INTERVIEW

Pierre GILFRICH

Startup de l'incubateur Sportech de Bordeaux, Minpulse développe une ceinture cardiaque connectée pour le suivi de la charge d'entrainement des sportifs de haut niveau, avec pour objectif d'optimiser leur performance. Ce projet est issu des travaux de recherche de Pierre Gilfrich, qui vient de terminer une thèse sur l'analyse du rythme cardiaque. À partir de cette analyse, on peut avoir des mesures de récupération entre les entrainements qui permettent au coach de mettre le curseur au bon endroit entre surentrainement et possibilité de pousser encore plus l'entrainement. Ainsi, on évite les blessures et on optimise les entrainements. Ingénieur généraliste de formation, sportif amateur, Pierre Gilfrich évolue dans le milieu du sport depuis plusieurs années, car il a fait sa thèse au STAPS de Bordeaux, en contact avec de nombreux préparateurs physiques, spécialistes du sport et de la récupération. En étant plongé dans cet univers, il a constaté qu'il y avait un besoin de suivre la récupération et que ce besoin n'avait pas à ce jour obtenu de réponse satisfaisante : les coachs évaluent la charge de fatigue des sportifs « à l'œil », ou à travers des questionnaires… Et ses travaux de recherche lui ont montré qu'il est maintenant possible **d'analyser suffisamment précisément le rythme cardiaque pour pouvoir en tirer des informations sur le besoin de récupération des sportifs**. Il y a eu rencontre entre un besoin et le développement technologique d'une réponse adaptée à ce besoin.

Vision à 5 ans

L'objectif pour 2020 est déjà de faire le plus de tests possible sur le terrain pour valider les usages. D'ici les Jeux olympiques de 2024, Minpulse souhaite suivre les athlètes de très haut niveau dans leur préparation des Jeux olympiques, pour démontrer l'intérêt de la solution pour l'entrainement. Une fois que son efficacité aura été prouvée aux Jeux olympiques, Minpulse pourra se rapprocher des athlètes de haut niveau dans toutes les disciplines, mais aussi des sportifs amateurs dans des disciplines très intenses comme le marathon, le triathlon, etc. Dans ces disciplines en plein essor, il y a beaucoup de passionnés qui sont prêts à investir dans des outils pour bien suivre leurs performances, ne pas se blesser…

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

Le développement du prototype est en cours, et il y a 2 problématiques à ce jour :

- besoin de financement pour la phase de développement : pour faire maturer le produit, pour développer une application proche des besoins du terrain et l'améliorer, l'incrémenter et parvenir à un produit fini
- besoin de testeurs : des personnes prêtes à tester la ceinture connectée dans leur pratique courante.

Il est indispensable d'avoir des retours sur les prototypes pour récupérer les données et mieux cibler l'algorithme de prise de décision

UNOVA

DÉVELOPPEMENT DE SOLUTIONS NUMÉRIQUES

YouTube INTERVIEW

Simon Parré

Unova est une agence digitale créée fin 2016, qui développe des sites web et applications mobiles et qui a connu en 3 ans une belle croissance. Les valeurs du sport sont essentielles dans l'entreprise : le respect, la confiance, l'entraide, le partage, l'esprit d'équipe… sont ce qui permet de prendre les bonnes décisions.

Unova a beaucoup évolué sur son offre de produits, mais avec une constante : l'intérêt pour à la gestion de l'information dans le sport. Unova a d'abord développé une petite application pour gérer les équipes, gérer les clubs. Puis des problématiques plus particulières sont apparues, notamment suite à une discussion avec un directeur de golf, qui souhaitait pouvoir transmettre des informations aux membres du club (météo, état du parcours, voiturettes disponibles, possibilité de réserver son parcours, menu du restaurant, résultat de compétitions) en temps réel et de manière non invasive. Unova a créé une application mobile particulière à ce club de golf, qui propose au golfeur une expérience différente.

En termes de modèle économique, cette application est vendue en « marque blanche », c'est-à-dire qu'Unova accompagne le club dans sa transformation digitale en concevant dans un premier temps une application personnalisée, puis en la faisant évoluer à travers l'ajout de nouveaux modules en fonction des besoins du golf.

Du côté des clubs professionnels, Unova a travaillé avec le club Hand 87 (et également avec le FC Limoges) pour créer une application qui transforme l'expérience du spectateur qui n'est pas dans le stade. Elle transmet à la communauté des supporters les buts et les faits de jeu en temps réel pour générer une e-fanzone, avec des e-supporters. Grâce à cette application, il y a plus de personnes qui suivent le match que de supporters dans le stade. C'est le club professionnel qui maîtrise l'application et qui peut ensuite le monétiser auprès de ses partenaires, auprès d'entreprises qui veulent être associées à l'image, à l'aura de ces clubs et communiquer auprès de leurs fans.

Vision à 5 ans

La startup Unova a fait 200 k€ de chiffre d'affaires, puis 350 k€ et près de 600 k€ en 3 ans… Pour une startup, il est rare de faire autant de chiffre d'affaires aussi vite, et Unova souhaite conserver ce modèle. Dans 5 ans, il faudrait que ce soit toujours Unova qui finance Unova, avec un chiffre d'affaires supérieur à 1 M €. Ce qui fait et qui fera la réussite de cette startup, c'est l'implication des collaborateurs, la co-construction. Le collaborateur est aussi là pour participer à la stratégie.

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

Une seule chose, pour être pragmatique : de nouveaux clients pour vendre les services et le savoir-faire d'Unova et grandir en accompagnant de nombreux clubs dans leur transformation digitale.

KAPP10

SERVICES DIGITAUX POUR LES ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

Gillen GAMIOCHIPI

Kapp10, ce sont 4 personnes basées sur le technopôle Izarbel à Anglet et à Paris qui développent des solutions digitales pour les organisateurs d'événements sportifs d'endurance : suivi live des coureurs, chatbox pour communiquer avec tous les participants à la course, reconnaissance automatique d'images pour envoyer des photos aux coureurs, campagnes d'e-mailing ciblées... Kapp10 intervient notamment sur le Grand Raid de la Réunion, le Transmartinique, et beaucoup d'événements en local (GTVO, Montanaspe...)

En parallèle, la société **centralise tous les résultats sportifs publiés sur la région Nouvelle-Aquitaine pour les sports d'endurance** (running, trail, triathlon, swim-run...). Depuis 3 ans, elle a donc créé une base de données unique, individu par individu. Pour récupérer les données, Kapp10 a un process de traitement de données qui permet de standardiser tous les résultats sportifs et les réinjecter dans sa base de données. Il y a un gros travail de collecte des données, mais cela a une vraie valeur ajoutée pour les coureurs. Cette activité se développe en partenariat avec les médias locaux : grâce à un partenariat avec la société, le journal Sud Ouest a pu capter l'audience des événements running et trail sur son site web.

Kapp10 projette maintenant de proposer des services en direct aux coureurs.

Vision à 5 ans

Gillen Gamiochipi a une conviction profonde, c'est que la génération des 18-25 ans est plus sensible à l'écologie et va souhaiter, sur certaines pratiques bien identifiées, se déconnecter du digital. Les futurs pratiquants de la course à pied vont chercher à courir en local, d'autant plus qu'il y a des expériences incroyables à vivre tout près d'ici. Il y a des services à proposer aux coureurs pour leur permettre d'identifier les bons événements sportifs, respectueux de l'environnement et de la pratique sportive, près de chez eux.

De plus, quel sens cela a-t-il de paramétrer sa montre pendant 15 min pour une séance de fractionné de 30 min ? Les outils digitaux doivent avoir pour objectif de passer moins de temps sur ces outils. Kapp10 va donc proposer des services digitaux aux coureurs qui permettront de passer moins de temps sur le digital !

D'ici 5 ans, Kapp10 voudrait arriver à 10 salariés, s'ouvrir au-delà de la Nouvelle-Aquitaine en centralisant les résultats des sports d'endurance au niveau national ou européen. Avec cette base de données, Kapp10 pourra constituer une vraie communauté running. Aujourd'hui, il y a 20 000 abonnés sur la plate-forme. L'objectif est de passer à 200 000 d'ici 5 ans, avec un modèle économique à l'appui, tout en se développant sur les événements sportifs.

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

2 développeurs et de nouveaux clients (organisateurs d'événements sportifs et annonceurs).

VILLACAMPA

ÉQUIPEMENTS DE SPORT EN BOIS FABRIQUÉS DANS LES PYRÉNÉES

YouTube INTERVIEW

Il faut faire la distinction entre la marque Villacampa, qui est un patronyme qui n'a pas vocation à gagner de l'argent, et la Manufacture à Félix, qui fabrique des équipements de glisse écoconçus. Comme il y a eu des fabricants de ski dans les Pyrénées, la Manufacture à Félix a d'abord commercialisé des skis en bois, car le bois a de bonnes propriétés mécaniques et permet de belles performances. **Mais l'esprit de la marque Villacampa, c'est le partage à travers le sport. C'est le « made in France », avec des matériaux organiques.**

Jacques Fauvel, fondateur

La technicité des skis, c'est un bois avec des fibres très droites, très denses, et l'ajout de matériaux composites, avec de la fibre de carbone fabriquée à Lacq, de la fibre de lin, du bois, et le seul élément plastique : la semelle en p-tex.

La manufacture à Félix est une société artisanale qui veut faire revivre un métier disparu depuis la fin des années 1990 dans les Pyrénées, et qui travaille sur 2 axes de recherche et développement :

>> le digital (en lien avec des chercheurs de l'ESTIA) : ski ou skate connecté. Notre TPE rurale est capable de mettre de la technologie dans un ski, avec de l'électronique pour le suivi de fabrication. Mais Villacampa veut aller plus loin et utiliser le digital pour créer du service.

>> les matériaux : montrer comment les matières organiques peuvent apporter des choses. Par exemple, si on met du lin dans les skis, c'est pour sa capacité à absorber les vibrations. Par ailleurs, le ski en bois pèse moitié moins lourd qu'un ski industriel. La manufacture à Félix cherche à utiliser des matériaux nobles, éventuellement de réusage (en lien avec la société Canoë). C'est là que l'on espère aboutir à de l'innovation.

L'idée de cette entreprise, c'est d'abord de créer de l'emploi. Mais aussi de prouver qu'une marque peut porter des valeurs d'écoconception et de partage. Aujourd'hui, Villacampa compte 4 associés en plus de Jacques Fauvel et 2 personnes à l'atelier.

La communication est importante, à travers les réseaux sociaux notamment, mais il n'y a pas de « stratégie » de communication à proprement parler, c'est plutôt spontané. Jacques Fauvel refuse de faire comme toutes les autres marques, du sponsoring, des photos avec un champion connu qui deviendrait ambassadeur de la marque… Chez Villacampa, chaque client est un ambassadeur de la marque et de ses valeurs !

Liste au père Noël / Souhaits pour l'avenir proche

Jacques Fauvel voulait montrer qu'il est possible de créer une entreprise en milieu très rural. Mais il se heurte à la difficulté de trouver des compétences (un commercial et une 3e personne à l'atelier), de recruter des gens motivés pour travailler au milieu des champs de maïs, à 45 minutes de Pau, 50 minutes de Mont-de-Marsan.

Laurent Poublan,

président du Cluster Tourisme

Le cluster tourisme est un regroupement de professionnels du tourisme en Béarn au sein de la CCI Pau Béarn.
Il comprend plusieurs familles (loisirs, hôtellerie, restauration, musée…). Laurent Poublan a pu tester les Villacampa, et a été convaincu par ces skis artisanaux, qui sont légers et réagissent bien. Villacampa est une entreprise qui sait communiquer, qui commence à se faire connaitre au niveau international. Quant à l'atelier de production, c'est une équipe de passionnés !

Pierre Lavigne,

directeur du complexe de pelote

Le complexe de pelote de Pau est la seule entité en France (et l'une des 3 seules au monde) où toutes les aires de jeux de la pelote basque sont réunies. Cette enceinte sportive qui émane de la Ville de Pau met à l'honneur la pelote basque : un sport qui, en plus d'être marginal, comprend 22 disciplines sur 4 aires de jeux différentes (mur à gauche, Jai alai, trinquet, fronton). Depuis 2 ans et demi, Pierre Lavigne et son équipe gèrent cet équipement sous la forme d'une délégation de service public. Bien qu'étant lui-même ancien joueur de pelote, sa volonté est de faire que des gens non avertis puissent découvrir la pelote, afin de « vulgariser » cette pratique sportive et d'ouvrir cet édifice à tous. Le complexe de Pelote doit servir l'intérêt général, il trouve tout son sens quand les salles sont remplies. De plus en plus, le complexe développe une offre séminaire, une offre découverte du complexe. Les grandes entreprises du territoire accueillent énormément de clients étrangers qui viennent en séminaire, et qui sont heureux de découvrir la pelote basque. Les atouts du complexe sont nombreux (accessibilité, plaine des sports en plein développement, offre de restauration avec des produits locaux, frais et de saison…). C'est un lieu public, qu'il faut s'approprier !

SYNTHÈSE DES ATELIERS

CES 3 ATELIERS COLLABORATIFS AVAIENT POUR BUT DE FAIRE ÉMERGER DES IDÉES EN RÉPONSE À DES PROBLÉMATIQUES D'USAGE ET DE GÉNÉRER DU BUSINESS SUR LE TERRITOIRE BÉARNAIS.

ATELIER SPORT ET MATÉRIAUX

YouTube INTERVIEW

Animé par
Babette Schily, SOTwiin-Coaching et animatrice du cluster SO-Horse-Alliance
Teddy Fournier, ingénieur spécialiste en matériaux chez la plateforme CANAOE
Gaëtan JACOB, Consultant - ICI Facilitateur

Le tour de présentation des participants a déjà été très riche en lui-même. De plus, au moins 2 objectifs ont été atteints lors de cet atelier : chacun a appris quelque chose (différence entre biodégradable, biosourcé et recyclable par exemple), et beaucoup de contacts ont été noués entre les participants.

Après avoir posé quelques énoncés sur la RSE, les enjeux de performance, le sport-loisir, les participants s'en sont détachés pour laisser le champ des possibles ouvert. Les problématiques qui ont émergé sont :

- les questions d'usage aujourd'hui, dans le sport
- les opportunités d'usage d'ici 5 ans (prospective)

Sur l'aspect RSE, ce qui est apparu de façon très forte, c'est **l'écoconception** : la responsabilité de concevoir des produits écoresponsables. In fine, le groupe est arrivé à la conclusion que **ces enjeux sociétaux s'opposent aux enjeux industriels.** Il a été discuté de la **nécessaire prise en compte du cycle de vie des produits, depuis leur conception jusqu'à leur fin de vie et leur recyclage.** Grâce à la présence d'industriels, il est apparu que l'un des principaux points de blocage dans le domaine du recyclage, ce n'est pas la technique, c'est l'organisation : la manière de récupérer les produits pour les recycler. Pour faciliter cette organisation, il faut une volonté des industriels de s'engager dans la démarche.

Mais le changement fait parfois peur… Peut-être faut-il laisser la place aux jeunes générations, qui ont déjà une vraie conscience environnementale, qui ont grandi avec la nécessité de recycler, pour organiser ce changement ? Ce sera sûrement plus facile pour la génération « zéro déchet »… Mais peut-on encore attendre que cette génération arrive aux postes de direction ?

Le débat s'est aussi porté sur le plastique. Il semble que les industriels n'aient pas forcément la volonté de faire baisser les prix des plastiques biosourcés pour les substituer aux plastiques pétrosourcés. Néanmoins, un autre type de matériau, la fibre de carbone, largement utilisée dans le domaine du sport et élaborée à partir de matériaux pétrosourcés, trouvera peut-être prochainement une alternative biosourcée : la plateforme CANOE travaille sur l'élaboration d'une nouvelle fibre élaborée à partir de bois.

En utilisant la cellulose du bois, il est possible de faire des fibres aux propriétés mécaniques intéressantes. Elles ne répondent pas pour le moment aux exigences de l'aéronautique, mais sont bien assez performantes pour concevoir des produits de grande consommation ou des produits un peu techniques dans le domaine du sport. D'ici 5 à 10 ans, ces fibres seront proposées à des entreprises locales. CANOE dispose d'un petit pilote de production à Lacq. Si cela fonctionne bien, leur souhait est de démocratiser ce matériau.

Hervé Turpin ajoute que les consommateurs peuvent aussi solliciter les industriels et faire remonter leurs nouvelles demandes. Le changement peut venir du marché, il n'est pas envisageable d'attendre que les nouvelles générations aient pris les rênes des entreprises. C'est un sujet qui a été travaillé avec le Conseil Régional sur le projet Néoterra, et qui deviendra demain une donnée d'entrée générale à toute l'innovation et au développement. En tant que consommateurs, nous pouvons tous être acteurs !

www.neo-terra.fr

ATELIER SPORT ET NUMÉRIQUE

YouTube INTERVIEW

Animé par **Marion Oudenot Piton**, chargée de mission Industries des loisirs (ADI Nouvelle-Aquitaine) et **Philippe Maury** (Hélioparc)

Cet atelier collaboratif s'est déroulé en plusieurs temps :

- Présentation des participants
- Brainstorming sur le thème « sport et numérique »
- Apport de connaissances à partir d'exemples choisis au vu des profils des participants. L'objectif était d'élargir le champ des possibles avec des exemples qui touchent des cibles différentes et apportent des solutions complémentaires
- Travail en petits groupes sur des canevas avec réflexion sur des problématiques en tant qu'usager, consommateur, spectateurs.

Thème n°1 : la médiatisation numérique des épreuves sportives

Avec les réseaux sociaux, les moyens de diffusion se sont développés, et sont peut-être une forme efficace d'incitation à la pratique sportive.

Mots clefs liés au thème :

- Ouverture/accessibilité : au niveau géographique et temporel, on peut avoir accès à toutes les épreuves sportives
- Augmentation et diversité des contenus : sur les réseaux sociaux, il y a l'idée de diffuser, au-delà de l'épreuve elle-même, d'autres types d'informations en parallèle. Par exemple, lors d'une épreuve de voile, ou de sport mécanique, vous pouvez diffuser, en complément à l'image, des données collectées en temps réel (le classement, évolution des pneus de la voiture...)

Limites et avantages :

- L'afflux de données est tel qu'une des difficultés principales est de faire le tri pour ne garder que l'information pertinente

- Il y a un problème d'inégalité dans le traitement des sports. Même si on a accès à des championnats de sports assez méconnus qui se passent à l'autre bout de la terre, on ne peut que constater la surmédiatisation de certains sports comme le football, qui par conséquent éclipsent les autres.

- Avantages : de plus en plus de sensationnel, avec des caméras embarquées qui véhiculent de l'émotion

=> Idée : créer des applications mobiles à l'échelle locale, qui puissent faire vivre des communautés de proximité autour d'un sport.

Thème n°2 : la digitalisation des enceintes sportives

Une enceinte sportive est à la fois un lieu d'entrainement et de match. Par extension, ce sont aussi les complexes sportifs en extérieur (terrains de basket, de foot, skatepark...). Dans l'enceinte sportive, le client va pouvoir vivre une expérience, une aventure. Les fanzones lors de l'Euro ont par exemple très bien marché, en lien avec le digital. Côté clubs sportifs, l'enceinte sportive est un marqueur de la communauté, un patrimoine. Il y a un sentiment d'appartenance qui peut se développer quand on va voir ses enfants, ses amis, etc. Enfin, l'enceinte sportive est une structure adaptable. Par exemple, le complexe de Pelote basque sert aujourd'hui de salle de conférence et d'ateliers !

La digitalisation des enceintes sportives peut servir à :

- Optimiser la gestion des équipements

- Communiquer de l'information sur la structure (quand la piscine est fermée au public du fait d'une compétition ou autre)

- Avec la gestion des ressources humaines mutualisée au sein des groupements d'employeurs, de nouveaux métiers émergent comme celui de community manager, chargé de communication auprès des clubs sportifs.

=> Idées :

- Digitaliser au service de la customisation (configuration, agencement, son et lumière...)

- Transformer les enceintes sportives en tiers lieux, avec une mixité d'usage

- Digitalisation des accès aux enceintes sportives (par exemple accéder à l'aide de badges aux gymnases scolaires)

- Pilotage de la structure grâce à l'automatisation de l'électricité, du chauffage, de la lumière.

Thème n°3 : digitalisation de la performance sportive

Les mots clefs liés à ce thème : big data, analyse des données, capteurs, indicateurs de performance. Mais aussi, du côté de la perception de cette digitalisation par les acteurs eux-mêmes : source de stress, anxiogène. Du côté sécurité : maîtrise des données, sécurité des individus et des données, risques de falsification, protection des données… La discussion a mis en exergue l'idée que la digitalisation de la performance sportive est un concept positif, mais qu'il faut faire attention à son utilisation et surtout bien l'utiliser comme un outil, un support, et pas comme une fin en soi. En fonction de nos pratiques et de nos tempéraments, on peut avoir envie ou pas d'utiliser la digitalisation pour améliorer nos performances…

=> Idées :

- un robot-coach ou robot-arbitre. Ceci pose la question de la « subjectivité » de ces robots.

- Des équipements totalement connectés : par exemple au tennis, des lunettes qui calculent la trajectoire de la balle et donnent des informations en temps réel sur comment réagir à partir d'intelligence artificielle et de machine learning.

- Terrains totalement connectés qui pourraient fournir des données sur l'arbitrage, les performances des joueurs, etc.

ATELIER SPORT ET SANTÉ

Virginie Rosa, consultante innovation et **Laurent Sié,** professeur à l'ESC Pau

Cet atelier a fait appel à des outils interactifs (outil de brainstorming numérique, jeu de dés…) afin de recueillir dans un premier temps les attentes des participants vis-à-vis de cet atelier puis d'afficher ce qui leur vient à l'esprit sur le sujet « sport et santé ». Cela a permis de mieux connaitre les participants et initier des contacts entre certains. Puis un temps de travail en groupe a été organisé. Chaque groupe a réfléchi à une problématique obtenue en croisant une thématique précise (sélectionnée au hasard via un jeu de cartes) et le sujet « Sport Santé ». Chaque groupe a fonctionné en mode « brainstorming » pour générer des idées puis décider d'un projet permettant d'apporter les solutions à la problématique initiale. Le résultat de chaque groupe est le suivant :

Comment donner du sens et de l'envie à la génération Z pour faire du sport dans une optique de santé publique ?

Projet : créer un capteur qui se mettrait dans le bonnet, le T-shirt ou les chaussures. En fonction de l'activité physique détectée, on gagnerait, un peu à l'image de Sport Heroes, des points de cotisation pour la retraite, des avantages dans l'écosystème de santé et de sport local (réductions dans les salles de sports, auprès des assureurs, des kinés, des ostéopathes…), ce qui motiverait un grand nombre de personnes à faire du sport.

Comment utiliser la réalité virtuelle et la réalité augmentée au bénéfice du sport-santé ?

Projet : un kit de réalité virtuelle pour favoriser l'accès à la pratique sportive auprès de jeunes éloignés du sport ou pour stimuler la génération actuelle (enfants-ados) qui bouge de moins en moins du fait de l'impact des écrans. Il permettrait, en association avec les fédérations, de faire découvrir des disciplines sportives, en intégrant des lieux de pratique comme les stades, en jouant virtuellement des matchs contre des sportifs de haut niveau (exemple : un match de tennis contre Federer…). Cet outil serait conçu pour donner envie d'aller vers un sport, vers les clubs qui les encadrent.

Comment associer différentes compétences en relation avec le sport et la santé ?

Projet : une plate-forme de conseil sport et santé pour orienter les sportifs vers un réseau utile pour leur pratique (coachs) et/ou pour leur récupération physique et/ou des soins si nécessaire (médecins, kinésithérapeutes…).
Cette plate-forme serait un collectif de personnes et permettrait en même temps de valoriser les attraits touristiques du territoire.

Comment utiliser le concept d'ubérisation dans le domaine du sport et de la santé ?

L'ubérisation est un phénomène économique récent qui détourne les circuits économiques classiques en mettant en relation directe de façon quasi instantanée et simplifiée (le plus souvent via une plate-forme numérique ou une application mobile) des prestataires et des utilisateurs d'un service.

Projet : une plate-forme avec des entrées multiples :

- Une entrée pour les professionnels de santé et professionnels d'encadrement du sport, pour qu'ils puissent communiquer facilement via une messagerie
- une entrée grand public pour mettre en relation les personnes qui veulent tester plusieurs sports ;
- une entrée pour les professionnels de santé et les patients qui veulent partager du matériel ;
- utilisation de la géolocalisation pour pouvoir se rendre chez le professionnel de santé le plus proche.

Remerciements aux personnes qui ont participé à l'organisation de cette journée régionale « Sport et Innovation »

Isabelle Leblan (ADI-NA), Marie Emmanuelle Fréour(ADI-NA), Marion Oudenot Piton (ADI NA), Béatrice Robin (ADI NA), Isabelle Garraud (ADI NA)

Eric Dien (Conseil Régional Nouvelle Aquitaine), Jocelyne Grangé (CCI Pau Béarn), Elodie Merville (Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées),

Laurent Sié (ESC Pau), Virginie Rosa (entrepreneur), Philippe Maury (Hélioparc), Babette Schily (So Horse Alliance) Teddy Fournier (Canoe) André Pierre Bonamy (CNPC),

Nous tenons également à remercier les collaborateurs de la CCI Pau Béarn et les étudiants du CNPC **qui ont contribué au succès de cette journée**

Cette manifestation s'inscrit dans le cadre du Réseau INNOV et du partenariat entre ADI -Agence de Développement et d'Innovation Nouvelle-Aquitaine et la Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn. Porté et animé par ADI Nouvelle-Aquitaine, le Réseau INNOV Nouvelle-Aquitaine rassemble plus de 265 partenaires qui œuvrent collectivement pour favoriser l'accès à l'innovation des TPE et PME régionales. La CCI Pau Béarn assure la mission de référent du Réseau INNOV Nouvelle-Aquitaine sur le territoire du Béarn.

Contact réfèrent Béarn
Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn

Hervé TURPIN
Manager Attractivité et filières
21 rue Louis Barthou
64000 Pau
0559825111

h-turpin@pau.cci.fr
www.innovez-en-nouvelle-aquitaine.fr