



## COMMENT ACCROÎTRE L'AUDIENCE EN SPORT ?

### GÖRAN PETERSSON

Représentant FI • ISAF – International Sailing Federation



TEXTE ORIGINAL EN ANGLAIS

Les Jeux de Beijing ont élargi les horizons du public olympique. Notre défi est maintenant de bâtir sur cette réussite en renforçant l'ampleur de notre action et en sachant conserver notre audience en dehors de la période des Jeux.

Selon les estimations, deux milliards de personnes dans le monde ont regardé la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de 2008. Plus de 28 000 journalistes se sont rendus à Beijing, formant le plus grand contingent médiatique jamais vu lors d'une manifestation.

De nouveaux médias ont également élargi la portée des Jeux, que ce soit par le biais des sites Web, des téléphones portables ou de la chaîne du Comité International Olympique (CIO) disponible sur YouTube. Quelle que soit la mesure quantifiable publiée, Beijing a consolidé la revendication des Jeux d'être le plus grand spectacle au monde.

Comment allons-nous bâtir à partir de là ? Pendant les Jeux, l'audience sportive est immense. D'une édition des Jeux à l'autre, nous devons rendre nos sports plus attractifs pour tenter de conserver cette audience, voire la développer.

Le marché est plus concurrentiel que jamais, mais n'oublions pas que nous avons deux avantages clés. D'abord les Jeux en eux-mêmes, qui, en tant que manifestation majeure à l'échelle planétaire, constituent le meilleur outil de marketing. Ensuite, les nouvelles technologies numériques, grâce auxquelles les possibilités de cibler un public spécifique, d'offrir un contenu sur mesure et d'atteindre de nouveaux marchés sont de loin beaucoup plus grandes qu'autrefois.

J'aimerais me pencher sur quatre thèmes :

#### 1. RESSOURCE CENTRALE – PARTAGER LES DONNÉES CONCERNANT TOUS LES SPORTS

Si nous voulons élargir notre audience, nous devons trouver des moyens de rendre notre produit – c'est-à-dire nos sports – plus attirant, plus

adapté, plus accessible, plus compréhensible. Or, quel est le point fort de notre produit ?

Ce sont nos athlètes.

Après chaque édition des Jeux, ce sont les olympiens dont on se souvient, car ce sont eux qui en définissent le déroulement. Pour accroître notre audience sportive, nous devons trouver des moyens de forger des héros en dehors des Jeux.

Voici un exemple illustrant parfaitement comment les nouveaux médias peuvent nous aider à bâtir sur la réussite des Jeux. Tous les quatre ans, le Comité d'organisation des Jeux Olympiques (COJO) vérifie, en collaboration avec les Comités Nationaux Olympiques (CNO) et les Fédérations Internationales (FI), un vaste recueil de données afin de procurer à tous les médias du monde les informations sur nos athlètes et ce, en un seul clic. Mais dès que les Jeux se terminent, ces informations s'évaporent. Une base de données d'informations partagée par toute la famille olympique nous fournirait une composante clé pour élargir l'audience sportive. Si nous pouvons constituer cette base de données durant les Jeux, pourquoi ne pas le faire en dehors des Jeux ? Non seulement nous donnerions à chaque CNO et à chaque FI des informations considérables, mais nous déchargerions également chaque comité d'organisation d'une tâche lourde et coûteuse.

#### 2. EXPLORER DE NOUVELLES DONNÉES POUR RENDRE LES SPORTS PLUS VIVANTS

Si la collecte de données est un domaine où nous pouvons nous améliorer, leur production en est un autre. Les données statistiques représentent un immense outil en mesure de mieux faire comprendre nos sports et de les rendre plus vivants aux yeux du public. Regardez un Grand Prix de Formule 1 sans voir les écarts de temps entre les coureurs et vous comprendrez ce que je veux dire. Il est impossible de dire si une voiture prend de l'avance ou si elle est rattrapée. Et essayez de suivre un match de tennis sans un tableau d'affichage. Le simple ajout d'un petit graphique en haut de l'écran à gauche permet de commencer à regarder un match à tout moment en sachant instantanément où en est le jeu.

La révolution numérique nous donne des outils favorisant, comme jamais auparavant, une meilleure perception des éléments-clés de la compétition sportive, non seulement en termes de classement ou de points, mais aussi quant au déroulement du jeu, match après match. Nous devrions offrir à notre public la possibilité de voir chaque élément de la compétition en temps réel. Par exemple, lors d'une course à la voile, pourquoi ne pas lui montrer un soudain changement de vent dès qu'il se produit ? Cet aspect de la course ne doit pas être l'apanage exclusif des spectateurs au bord de l'eau et n'être dévoilé au public international que lors du changement de bord. Il doit être visible pour tous.

#### 3. AUGMENTER LA TRANSPARENCE DES RÈGLES

Nombre de sports ont réussi à augmenter la transparence de leur arbitrage. Au lieu des simples déclarations justifiant les décisions prises après l'épreuve sportive, nous pouvons maintenant entendre les explications données aux joueurs sur le terrain. La transparence de nos sports exige certes une planification rigoureuse et une bonne formation, mais elle apporte aussi un autre élément de la compétition au public. Aujourd'hui, avec des innovations telles que le système d'arbitrage électronique « Hawk-Eye », celui-ci peut participer à la compétition au



même titre que les concurrents et les arbitres. Tous connaissent la décision finale au même moment.

#### 4. TIRER PARTI DES RÉSEAUX SOCIAUX

La participation est un autre élément des nouveaux médias en mesure de mobiliser et d'élargir notre audience. Les jeux en ligne et les forums interactifs offrent au public la possibilité d'être entièrement actif : il peut non seulement choisir le contenu et les données du jeu, mais il bénéficie aussi d'un moyen de communication interactif. Quant au sport que je pratique, c'est-à-dire la voile, les récents jeux en ligne qui ont accompagné la course «Volvo Ocean Race» ont attiré plus de 200 000 joueurs virtuels. Durant la dernière étape de la course, les équipes concurrentes elles-mêmes ont entrepris de dialoguer directement avec les joueurs en ligne, les invitant à réfléchir sur des questions tactiques clés durant la course.

L'intérêt du jeu était basé non seulement sur le jeu en soi, mais aussi sur l'aspect social de la participation. Avec plus d'un million de pages consultées chaque jour, les Jeux ont créé une immense communauté en ligne. Durant ces deux ou trois dernières années, nous avons vu le formidable impact des réseaux sociaux. Les jeux et les forums interactifs apportent une nouvelle dimension aux communautés de fans, qui ont toujours joué un rôle essentiel dans le sport. Ils les aident également à s'investir dans le jeu au-delà du cadre traditionnel d'une équipe ou d'une nation, attirant un nouveau public qui ne se reconnaît pas forcément dans ce cadre parfois restrictif.

La technologie peut souvent être synonyme d'exclusion, mais la révolution numérique est avant tout un phénomène d'inclusion. Pour les Jeux de Beijing, le CIO a lancé sa chaîne en ligne afin de permettre aux spectateurs du monde entier de voir l'action en direct, même si leur territoire n'avait pas acquis de droits de diffusion. C'est le type d'objectif que nous devons continuer à poursuivre si nous voulons accroître notre audience, mais nous devons être plus avisés et mieux organisés dans notre façon de procéder.

Mes recommandations ne sont pas révolutionnaires. Elles constituent de simples démarches pour partager les informations, mettre en commun nos ressources et essayer de rapprocher le public de nos sports. Comme les membres de la famille olympique, nous devons collaborer davantage pour relever les défis liés à un marché toujours plus concurrentiel et saisir les opportunités offertes par les médias.

Pour résumer, j'aimerais conclure ma présentation par quatre recommandations spécifiques basées sur les thèmes que je vous ai présentés.

#### 1. METTRE EN PLACE UNE NOUVELLE BASE DE DONNÉES CENTRALE CONTENANT DES DONNÉES ACCESSIBLES À TOUS

En collaboration avec les FI, les CNO, les COJO et la commission des athlètes du CIO, le CIO devrait créer une base de données d'informations sur les athlètes et les sports du CIO. Cette base de données serait à la disposition de tous les membres du CIO, des CNO, des FI et des COJO pour stocker des informations sur les athlètes, les sports et les résultats clés. Tous les membres devraient pouvoir apporter des mises à jour à la base de données, en utilisant par exemple le langage standard XML tel qu'il a été mis au point pendant la période des Jeux.

#### 2. SAISIR DAVANTAGE DE DONNÉES SUR LES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

Nous cherchons de nouveaux moyens technologiques pour rendre nos sports plus vivants en suivant l'exemple de leaders de marché tels que la Formule 1. Les membres de notre public bénéficieraient ainsi de meilleurs services. Pourquoi ne pas installer des moniteurs de rythme cardiaque sur les tireurs et les archers ? Ou peut-être même sur chaque membre d'une équipe d'aviron. Équiper les cyclistes de détecteurs... Doter les navigateurs de systèmes de localisation...

Nous devrions effectuer une analyse détaillée de chaque sport dans le but de découvrir leurs données clés et de chercher des moyens de les contrôler et de les présenter de façon judicieuse.

#### 3. RENDRE NOS RÈGLES ET NOTRE ARBITRAGE PLUS TRANSPARENTS

La technologie peut permettre de mieux comprendre le rôle des arbitres en sport. Grâce à elle, le public peut connaître leurs décisions en direct. Nous devrions équiper tous les arbitres de façon à ce qu'ils puissent informer simultanément le public et les concurrents de leurs décisions. Pour les sports où les décisions ne sont pas prises lors de l'épreuve éliminatoire, nous devrions garantir la transparence et la clarté de la communication dans l'énoncé oral des règles.

#### 4. CONTRIBUER À LA DIMENSION SOCIALE DU SPORT

La révolution numérique a contribué de façon considérable au développement des réseaux sociaux. Si la communauté est au cœur du sport et du Mouvement olympique, le CIO est le noyau central autour duquel ces communautés peuvent évoluer et dialoguer ; c'est pourquoi nous devons mener une étude approfondie sur les opportunités offertes par les réseaux existants, et le CIO doit mettre au point une stratégie pour développer la communauté olympique.

J'aimerais conclure en remerciant toutes les FI qui ont contribué à cette présentation par des idées et des exemples ou qui ont été source d'inspiration. J'aimerais également remercier tous les membres pour les nombreuses suggestions et commentaires qu'ils nous ont soumis par le biais du Congrès olympique virtuel. En dernier lieu, j'aimerais adresser mes sincères remerciements au CIO, qui m'a invité à m'exprimer devant vous aujourd'hui. Ce fut un réel plaisir et je vous en suis très reconnaissant.