

Observatoire du Sport 3.0

(Ré)engager les fans de sport grâce aux nouvelles technologies

EXECUTIVE SUMMARY

Introduction

Aujourd'hui, l'industrie du sport est à un **point d'inflexion** en termes de consommation, de commercialisation, d'amplification marketing et de fan engagement. Grâce aux nouveaux moyens de communication, aux évolutions technologiques et face aux nouvelles attentes des consommateurs, l'industrie du sport est rentrée pleinement dans le **spectre du divertissement**. Dans cette course à l'armement, les ayants droits, instances, équipementiers, marques et médias sportifs tentent de se **transformer en vaisseaux d'innovation** pour se faire une place dans un paysage ultra-concurrentiel.

Au cœur de ce virage numérique sans précédent, se trouvent les **nouvelles générations de fans** qui représentent des nouvelles cohortes de consommateurs aux caractéristiques bien particulières. Possédant un pouvoir d'achat proche de 150 milliards de dollars (Business Insider, 2020), ces populations **digital natives influencent les contours des nouvelles offres sportives** et incitent les professionnels du sport à penser des stratégies qui prennent en compte leur culture mais aussi leurs besoins d'authenticité, de divertissement, d'exclusivité et de proximité. Également, les acteurs du sport business se doivent d'innover afin de **trouver de nouveaux business models** et ainsi pouvoir continuer de développer leurs disciplines et leurs droits marketing.

+1000 fans de sport interrogés

12 témoignages inédits de

décideurs de sport business

30 use cases

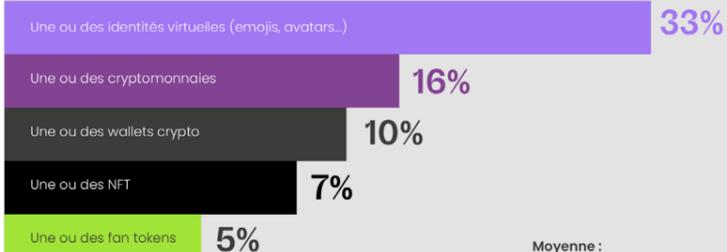
10 conseils pratiques

« Le Web3 enrichit l'expérience fan grâce à une personnalisation ultime. Elle ouvre de nouvelles perspectives business de collecte de Data & CRM et de monétisation »



Amélie Canet,
Directrice de la diversification des revenus et de la marque, Team Vitality

Adoption des fans de sport concernant les principaux usages Web3
Question : détenez-vous ?



Le Web3 n'est plus le futur, c'est désormais un présent à capturer. Doors3 et SPORSORA vous ouvrent les portes de ce nouveau monde.



« Le Web3 offre un nouveau terrain de jeu incroyable en termes d'audience, de fan engagement et de business associé, qu'il faut maintenant apprivoiser et intégrer à nos réflexions. »

Valentin Toulemonde,
Key Account Manager,
Allianz Riviera

Objectifs

L'Observatoire du Sport 3.0 propose une entrevue sur les grandes évolutions du sport business à l'aube des transformations digitales et **comment s'en saisir concrètement**.

Nous identifions le rôle du **Web3**, du **Metaverse**, du gaming et de l'**IA** dans cette transformation plurielle, l'intérêt de ces nouvelles technologies pour les professionnels du sport et les **résultats concrets** déjà observés à travers des cas d'usages réussis, ainsi que 10 conseils pratiques pour ne pas rater ce virage majeur.

- Programme de Fan Engagement / Membership 3.0
- Programme de Fan Engagement / Support to Earn 3.0
- Digital Collectibles (NFT's)
- Expériences Virtuelles / Metaverse / Digital Twin
- Collaborations 3.0
- Communauté et gamification sur Discord
- Commerce Immersif - Boutique 3D
- Sponsoring Digital 3.0
- Hub Rencontres B2B
- Co-création & DAO communautaires
- CRM 3.0 & New Data
- Ticketing 3.0 et billetterie blockchain
- Projets à impact et soutien à une cause
- Jumeaux numériques & puces NFC (maillots connectés...)
- Intelligence Artificielle - Création de contenu
- Play to earn / Fantasy league
- Fan Token

Chiffres clés Sport 3.0

80 milliards de dollars
la valeur estimée du Metaverse du Sport à l'horizon 2030

3 milliards
le nombre de gamers dans le monde

64%
des fans de sport sont ouverts à en savoir plus sur les NFT et envisageraient d'en acheter un à l'avenir

56%
des fans de sport pensent que les univers virtuels permettront de vivre l'émotion ressentie lors d'un événement sportif physique comme s'ils y étaient

36%
des fans de sport ont déjà expérimenté des solutions d'Intelligence Artificielle

26%
des fans de sport âgés entre 25 et 34 ans possèdent des cryptomonnaies

Sources : Web3 Studio
National Research Group
Etude Fan Experience, Observatoire du Sport 3.0, Doors3, SPORSORA, Athlane

LE TOP 3 DES PROMESSES 3.0 POUR LES FANS DE SPORT



- Personnalisation et récompenses :**
Environ 8 fans de sport sur 10 aimeraient qu'on leur propose des récompenses, des avantages ou une expérience innovante davantage en phase avec leurs centres d'intérêt.
- Considération et proximité :**
75% d'entre eux veulent être davantage considérés et privilégiés et aimeraient qu'on leur propose des expériences exclusives et uniques lors d'événements sportifs ou un accès privilégié à certains sportifs pour se rapprocher de leurs idoles.
- Immersion :**
78% des répondants à notre étude sont intéressés par les expériences immersives pour profiter de leur sport, leur marque ou leur club favori.

Prêt(e) à ouvrir de nouvelles portes ?

DOORS

SPORSORA
Agir ensemble pour l'économie du sport

Scannez le QR code pour accéder à l'étude >

