

# Football et numérique, mais où est l'arbitre ?

Anangan Vallipuram, Luka Stojanovic, Joé Favre.

*Etudiant-e-s en ingénierie des médias, 1<sup>ère</sup> année, HEIG-VD*

***La digitalisation envahit progressivement le terrain de football, introduisant une nouvelle ère pour ce sport emblématique. Découvrons comment cette vague technologique commence à transformer les interactions traditionnelles dans le monde du football.***

Le football, un des sports les plus aimés au monde, est profondément transformé par la numérisation. Cette évolution redessine les aspects traditionnels du jeu, de la diffusion des matchs à l'interaction avec les supporters, tout en révolutionnant la gestion des performances des joueurs grâce aux avancées en données détaillées et en intelligence artificielle. Ces innovations technologiques redéfinissent non seulement les stratégies sur le terrain mais posent également de nouveaux défis éthiques et sociaux.

## I. LES DROITS DE DIFFUSION

Les diffuseurs traditionnels, fers de lance historiques de la retransmission des rencontres footballistiques, voient désormais leur position remise en cause par l'arrivée de puissants acteurs du streaming en ligne. Des plateformes renommées aux USA se positionnent désormais comme des concurrents redoutables dans la course à l'acquisition des droits TV, qui ont évidemment pris l'ascenseur. En effet, la plateforme américaine Amazon Prime Video a déboursé près de 250 millions d'euros afin de pouvoir diffuser sept matchs de championnat Français par journée [1]. Il y'a également des plateformes qui s'associent pour pouvoir diffuser plus de matchs. C'est d'ailleurs le cas de DAZN et Sky qui paient ensemble 900 millions d'euros pour les droits de diffusion du championnat Italien [1].

C'est donc bien une nouvelle manne financière pour les clubs et les ligues qui bénéficient des redistributions, et peuvent ainsi développer leurs infrastructures, améliorer les conditions de formation ou augmenter les salaires de joueurs. Mais comme les diffuseurs traditionnels rencontrent quelques difficultés à s'aligner, les fans peinent à suivre leur équipe favorite sur leur plateforme habituelle.

D'autre part, avec la fragmentation des droits, les supporters doivent jongler entre différentes plateformes pour suivre les matchs, en contractant plusieurs abonnements onéreux. Rien qu'en France, pour regarder la ligue des champions qui est la plus grande compétition européenne, il faut se soumettre aux conditions de Canal +, RMC Sport et Bein SPORTS [2]. Pour les fans qui désirent suivre leurs clubs favoris dans plusieurs pays, cela devient vite problématique. Certains des plus gros championnats sont seulement disponibles sur une seule plateforme [3]. Les diffuseurs payent, les supporters suivent.

L'Angleterre a partagé les droits de son championnat entre trois plateformes : Sky Sports, BT Sport et Amazon Prime Vidéo [3]. Il faut donc souscrire à plusieurs services pour visionner l'ensemble des matchs du championnat.

Dans ces conditions, comment garantir un accès abordable et universel au football pour tous les passionnés, quels que soient leurs lieux de résidence ou leurs moyens financiers ?

## II. DATA ET SUPPORTERS

On assiste à l'explosion de la collecte de données sur les supporters. Les clubs et les ligues recensent les habitudes de consommation, les préférences en matière de joueurs, de matches et les comportements sur les réseaux sociaux [4]. Ces données précieuses leur permettent de proposer des offres marketing et commerciales personnalisées, susceptibles de renforcer l'engagement des fans. Par exemple, la Juventus Turin, prestigieux club italien propose un service disponible sur le web qui permet aux supporters qui sont allées voir un match au stade d'accéder à des photos d'eux-mêmes, prises sur place. Ceci est possible grâce à un service italien nommé GetPica. Pour accéder aux photos dans le stade, il leur suffit de transmettre une simple photo de leur visage avec un code qui correspond au match en question et à la saison durant laquelle il a eu lieu (« JUVNAN2223 » pour le match Juventus contre Nantes lors de la saison 2022-23) [5]. Un tel service proposé par un tel club lui permettrait d'observer le comportement de ses supporters et par conséquent d'adapter l'expérience « match au stade » de ses fans. De plus, l'analyse des réseaux sociaux permet de décrypter les tendances et les attentes des supporters, permettant aux clubs d'adapter leur communication et de créer une relation plus interactive avec leur public.

De plus, l'analyse des réseaux sociaux permet de déchiffrer les tendances et les attentes des supporters. Par exemple, le Paris Saint-Germain (PSG) surveille activement les interactions sur Twitter et Instagram pour comprendre les sujets qui intéressent le plus leurs fans, que ce soient des discussions sur les performances des joueurs ou des réactions aux annonces du club. Ces informations permettent au PSG d'adapter sa communication en temps réel et de créer des campagnes plus ciblées et engageantes, renforçant ainsi la relation interactive avec son public [6].

Grâce à la digitalisation, les supporters peuvent désormais suivre leur équipe et leurs joueurs préférés à tout moment, où qu'ils soient. Les clubs, de leur côté, bénéficient de l'analyse des données des fans pour proposer du contenu personnalisé, optimisant ainsi l'engagement et la satisfaction des supporters. Cette interaction renforcée et continue marque une nouvelle ère

dans la relation entre les clubs de football et leurs fans.

### III. DATA ET JOUEURS : OPTIMISER LES PERFORMANCES, MAIS À QUEL PRIX ?

La transition vers le numérique dans le football a révolutionné la manière dont les équipes optimisent les performances des joueurs. Grâce à des technologies telles que les capteurs GPS et les analyses vidéo, les clubs peuvent suivre chaque mouvement et effort physique en temps réel, permettant ainsi de personnaliser les entraînements et de prévenir les blessures [7].

Cette approche permet d'apprendre des aspects nouveaux du jeu et des performances des joueurs. Les données révèlent des schémas subtils ou des faiblesses physiques auparavant invisibles à l'œil humain. Par exemple, les clubs ajustent leurs stratégies basées sur des informations précises obtenues grâce aux technologies numériques, améliorant ainsi les performances globales [8] [9].

Des cas concrets, comme l'équipe de Brighton & Hove Albion, illustrent bien ces changements. Utilisant des analyses de données avancées pour le recrutement, Brighton améliore ses performances et démontre comment les données peuvent transformer une équipe. Ces exemples offrent des insights précieux pour comprendre les meilleures stratégies à adopter [10].

L'impact des données sur le football est immense. Elles influencent non seulement les performances individuelles des joueurs, mais aussi les décisions stratégiques des entraîneurs. Cependant, cette dépendance accrue aux données peut augmenter la pression sur les joueurs, qui se sentent constamment surveillés et évalués [7] [11].

La numérisation a fondamentalement changé le football. Elle a introduit une précision et une personnalisation autrefois inimaginables dans l'entraînement et la stratégie. Toutefois, elle a également accentué les disparités économiques entre les clubs, les plus riches pouvant investir dans ces technologies coûteuses. Bien que la numérisation apporte des avantages indéniables, elle pose aussi des défis importants qu'il convient de gérer pour préserver l'équité et l'intégrité du sport [12] [13].

### IV. L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : UN NOUVEAU COMPAGNON POUR L'ENTRAÎNEUR

L'intelligence artificielle (IA) révolutionne le monde du football en offrant des outils innovants pour analyser et optimiser les performances. Par exemple, Liverpool FC utilise des techniques avancées d'IA pour analyser les performances des joueurs et ajuster les stratégies en conséquence. Cette technologie permet de prédire comment une équipe réagira dans des situations spécifiques, comme l'illustrent les travaux de Liverpool en collaboration avec DeepMind qui est une propriété de Google [14]. Cette approche, appelée "ghosting", superpose des trajectoires alternatives aux actions réelles pour visualiser différents scénarios tactiques.

D'autres clubs, comme Chelsea, exploitent des applications d'IA pour le scouting. L'application aiScout permet aux joueurs de charger des vidéos de leurs performances, qui sont ensuite analysées par des algorithmes pour détecter des talents

potentiels. Cela a permis à des clubs de découvrir des joueurs qui autrement seraient passés inaperçus. Par exemple, lors d'un test initial en 2018, Chelsea a identifié Ben Greenwood, un joueur de collège local qui avait abandonné l'idée de jouer professionnellement. Greenwood a passé dix semaines avec l'académie de Chelsea et a marqué lors de ses débuts en U18, ce qui a finalement conduit à son recrutement par Bournemouth [15].

### V. QUELLE SUITE ?

La digitalisation du football a donc transformé profondément le sport ainsi qu'une grande partie de son environnement. Premièrement, en ce qui concerne la diffusion, l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché a intensifié la concurrence et rendu l'acquisition des droits de diffusion plus complexe. Les institutions sportives réorganisent leurs compétitions pour multiplier les matchs à enjeux, visant ainsi à vendre les droits à des prix toujours plus élevés. Cela entraîne une baisse d'intérêt chez certains fans et suscite leur mécontentement.

Par ailleurs, les supporters sont désormais connectés à leur club, compétition ou joueur favori même en dehors des matchs. Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans ce suivi constant. Autrefois, il fallait regarder le match à la télévision ou au stade pour suivre son équipe préférée ; aujourd'hui, il est possible de tout savoir sans même regarder les matchs. Les clubs, compétitions et joueurs produisent ainsi du contenu ciblé pour leurs supporters.

Ce suivi omniprésent a également un impact significatif sur les joueurs. Ces derniers sont devenus des personnalités publiques extrêmement reconnues, scrutées en permanence par les médias. Les clubs surveillent de près leurs performances, entraînements et hygiène de vie, notamment avec l'aide d'intelligences artificielles. Cette surveillance, qui dépasse souvent la sphère privée, soulève des questions éthiques.

Cette digitalisation offre également de nouvelles opportunités de revenus : les jetons non fongibles (NFT), les jeux vidéo interactifs, les albums de vignettes Panini, et bien d'autres innovations technologiques et commerciales.

En nous tournant vers l'avenir, plusieurs questions se posent quant à la poursuite de cette digitalisation. Comment les clubs et les organisations géreront-ils l'équilibre entre la monétisation accrue des droits de diffusion et la préservation de l'intérêt des fans ? Les supporters continueront-ils à accepter cette hyperconnectivité ou finiront-ils par se détourner du football, saturés par l'information et la publicité ? De plus, quelle sera l'évolution de la relation entre les joueurs et les médias à mesure que la surveillance numérique s'intensifie ? Ces interrogations restent ouvertes et dessineront les contours du football de demain.

## RÉFÉRENCES

- [1] Droits TV : Une alliance DAZN-Amazon pour la L1 ?, Orange [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://sports.orange.fr/football/ligue-1/article/droits-tv-une-alliance-dazn-amazon-pour-la-l1-exclu-CNT00000290GDg.html> [consulté le 2 juin 2024]
- [2] Les droits TV Ligue 1 et la diffusion de la Ligue des Champions en France, Selectra [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://selectra.info/telecom/guides/comprendre/droits-tv-foot> [consulté le 5 mai 2024]
- [3] Fragmentation des droits médiatiques : le paysage changeant de la diffusion sportive, LaSource [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.lasource.io/news/media-rights-fragmentation-the-shifting-landscape-of-sports-broadcasting> [consulté le 5 mai 2024]
- [4] L'engagement des fans au coeur de l'industrie du sport, Qualifio [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://qualifio.com/fr/blog/engagement-fans-au-coeur-industrie-sport/> [consulté le 14 mars 2024].
- [5] How Juventus will entertain fans at Allianz Stadium ahead of Roma clash - Football Italia, 2022 [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://football-italia.net/how-juventus-will-entertain-fans-at-allianz-stadium-ahead-of-roma-clash/> [consulté le 20 mai 2024].
- [6] Le pouvoir des réseaux sociaux : comment le PSG a révolutionné ses stratégies de communication, Club Legacyz [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://clublegacyz.com/fr/blogs/news/the-power-of-social-media-how-psg-revolutionized-their-communication-strategies> [consulté le 31 mai 2024].
- [7] Using Technology To Heighten Performance, Myerson [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.myerson.co.uk/news-insights-and-events/tech-changing-football#:~:text=Using%20Technology%20To%20Heighten%20Performance,the%20data%20can%20be%20invaluable> [consulté le 22 mai 2024].
- [8] Le big data : une révolution dans le monde du football, MBA MCI [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://mbamci.com/2022/01/big-data-revolution-football/> [consulté le 25 mai 2024].
- [9] Mercato : « un formidable moyen de gagner du temps » pour les clubs de foot, TF1 Info [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.tf1info.fr/sport/interview-mercato-un-formidable-moyen-de-gagner-du-temps-pourquoi-la-data-est-de-plus-en-plus-utilisee-par-les-clubs-de-foot-2281472.html> [consulté le 24 mai 2024].
- [10] The role of data analytics in football recruitment - Brighton's strategy, We Are Brighton [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.wearebrighton.com/newsopinion/the-role-of-data-analytics-in-football-recruitment-brightons-strategy/> [consulté le 27 mai 2024].
- [11] Big Data dans le domaine du football, Ertheo [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.ertheo.com/blog/fr/big-data-domaine-football/> [consulté le 30 mai 2024].
- [12] 4,5 millions de données par match de football, Balises [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://balises.bpi.fr/data-et-football/> [consulté le 1 juin 2024].
- [13] Comment la data a envahi le foot, Konbini [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.konbini.com/sports/comment-la-data-a-envahi-le-foot/> [consulté le 5 juin 2024].
- [14] Comment le Liverpool FC est à la pointe de l'intelligence artificielle dans le football, This is Anfield [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.thisisanfield.com/2023/06/liverpool-fc-artificial-intelligence-ai/> [consulté le 25 mai 2024]
- [15] Entraîneurs virtuels et applications de dépistage : Comment la révolution de l'IA transforme l'avenir du football, The Standard [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.standard.co.uk/sport/football/how-ai-revolution-changing-football-future-b1122369.html> [consulté le 26 mai 2024]