Globant

IA APPLIQUÉE : SPORTS

L'IA EST EN TRAIN DE CHANGER LA DONNE

L’IA transforme radicalement

L’INDUSTRIE DU SPORT

en offrant de nouvelles opportunités commerciales aux organisations sportives, en optimisant les opérations et en plongeant les fans dans l’action comme jamais auparavant.

Le marché mondial du sport devrait dépasser les 700 milliards de dollars américains d’ici 2026.

INTRO

EN TIRANT PLEINEMENT PARTI DES **CAPACITÉS DE L'IA,** LES MARQUES DE SPORT BÉNÉFICIERONT

d'informations précieuses extraites des abondantes données fournies par l'IA, garantissant ainsi un processus décisionnel accéléré et optimisé, des équipes encore plus performantes et des expériences de fans ultra-personnalisées.

La capacité de l'IA à transformer les opérations en amont et en aval façonnera durablement l'avenir du sport, en réinterprétant la façon dont nous nous impliquons et percevons cette industrie dynamique.

Le marché mondial de l'IA dans le sport devrait atteindre les 19,2 milliards de dollars d'ici 2030, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) à 30,3 % de 2021 à 2030.

Ce rapport se penche sur les multiples applications de l'IA dans l'univers du sport, qui vont du développement des performances des équipes en passant par l'optimisation des opportunités de sponsoring, jusqu'à la rationalisation des opérations sportives et à la transformation de l'expérience des fans grâce à de parfaites interactions omnicanales.

RENFORCER LA **MOBILISATION DES FANS :**

une expérience sportive sur mesure

Globant

L’IA élimine

les intermédiaires entre les organisations sportives, leur permettant de réinventer la façon dont les fans interagissent avec leurs équipes et athlètes préférés.

Les organisations peuvent s’affranchir des barrières linguistiques et captiver les fans du monde entier grâce à des solutions basées sur l’IA, telles que la traduction de sous-titres en temps réel.

Les vidéos de temps forts générées automatiquement et personnalisées en fonction des intérêts de chaque fan offrent une expérience attrayante, qui les maintient captivés et en demande.

Les résumés de match inclusifs répondent à un large éventail d’intérêts, diffusant des aperçus succincts pour les adeptes occasionnels tout en permettant aux passionnés d’explorer en détail des événements et des vidéos spécifiques.

L’IA facilite la création de contenus hautement personnalisés, tels que des vidéos, du texte et des images, en analysant les préférences individuelles, en offrant aux fans une expérience plus pertinente et captivante. Secteur moins sensible que ceux de la santé ou de la pharmacie par exemple, l’industrie du sport offre un contexte optimal à ce type de production de contenus.

Gonzalo Zarza

Directeur des données (CDO) chez LaLiga Tech et Globant

« Une partie importante de l’industrie du sport évolue autour de la narration. Aussi, l’IA adopte une approche naturelle permettant de l’appliquer à la génération de contenus suscitant l’intérêt de bases de fans toujours plus nombreuses. »

L'IA fournit également des informations précieuses

pour les discussions sur les réseaux sociaux et les commentaires des utilisateurs, permettant aux organisations de mieux comprendre leur public et d'interagir avec lui. **Cette technologie favorise l'engagement en temps réel sur les canaux non numériques, comblant ainsi le fossé entre l'action sur le terrain et l'interaction avec les fans.**

L'IA offre la possibilité d'améliorer de multiples activités de marketing au sein des entreprises. Des études montrent que

57 %

des spécialistes du marketing B2B

utilisent des chatbots alimentés par l'IA pour générer de la demande, afin de mieux comprendre leur public cible.

Par ailleurs, les recommandations basées sur l'IA présentent aux fans de nouveaux sports ou joueurs en adéquation avec leurs intérêts. Ainsi, un passionné de baseball australien pourra être incité à regarder le match d'une équipe de cricket mettant en vedette un athlète australien.

L'IA peut également concevoir des scénarios de compétitions et prévoir des résultats en fonction de diverses conditions, offrant aux fans un moyen toujours plus captivant et interactif d'explorer plus encore le monde du sport.

Gestion des performances :

tirer pleinement parti du **POTENTIEL DES *ATHLÈTES*** grâce à l'IA

L’IA peut prévoir avec précision la probabilité que

certains joueurs soient absents du terrain la saison prochaine avec un **taux de réussite de 96 %.**

Des programmes d’entraînement basés sur des données à l’analyse des matchs en temps réel, la gestion des athlètes passe au niveau supérieur grâce à l’IA.

- **En regroupant et en étudiant des données hétérogènes**, les coaches et les entraîneurs peuvent prendre des décisions éclairées, en temps réel, en matière d’entraînement et de nutrition, afin de s’assurer que les athlètes exploitent pleinement leur potentiel.
- **L’identification des actions et de l’attention gérée par l’IA** met l’accent sur les domaines nécessitant une amélioration, comme la concentration d’un athlète pendant un match.
- **Grâce à la vision assistée par ordinateur,** les dénicheurs de talents peuvent identifier la prochaine génération d’athlètes qualifiés et débusquer les superstars potentielles.
- **Cette même technologie facilite et affine les évaluations** des performances des joueurs et les suggestions générées par l’IA de manière à adopter des stratégies d’entraînement personnalisées.
- **Les simulations de jeu permettent aux équipes** d’anticiper leurs performances face à leurs adversaires et de développer ainsi des stratégies axées sur les faiblesses de leurs adversaires.
- **Les outils de recrutement gérés par l’IA évaluent** la compatibilité des recrues potentielles avec les membres de l’équipe existante et émettent des recommandations optimales en matière de négociations commerciales de façon à constituer une équipe victorieuse.

Le projet « Le tir parfait »

Globant a mis en évidence la puissance de l'IA dans la gestion des performances. Grâce à l'IA, l'analyse biomécanique et les données issues des meilleurs footballeurs, nous avons conçu un modèle appliqué au tir au but. Nous avons ensuite testé ce modèle dans le cadre d'un scénario réel, de façon à démontrer comment la technologie peut améliorer les performances sportives et à mettre en avant le potentiel révolutionnaire de l'IA appliquée au sport.

L'intégration de l'IA dans le sport devrait optimiser les performances de chaque athlète et des équipes, entraînant une amélioration moyenne de 17 % des performances individuelles et de 28 % de celles des équipes. L'IA peut également améliorer de 9 à 32 % la valeur de la formation croisée par rôle ou poste dans l'équipe.

L’avenir

du sport est stimulé par l’IA. La prochaine génération d’athlètes et d’entraîneurs bénéficiera d’outils révolutionnaires.

Leur progression est telle que les systèmes d’IA sont capables d’évaluer les performances avec un degré de précision hors d’atteinte pour l’homme. Face à cette transition, les équipes qui s’abstiennent d’adopter la technologie de l’IA risquent de subir un désavantage concurrentiel. **Grâce à l’utilisation de l’IA, il est possible d’éviter jusqu’à 65 % des dysfonctionnements cognitifs à long terme provoqués par les commotions cérébrales.**

Ernesto Luna Madrid

Responsable des sports
chez Globant

« Au final, je pense que les organisations sportives devront utiliser l’IA car elles seront désavantagées par rapport aux équipes et organisations qui l’exploitent déjà pour analyser leurs performances et obtenir des informations. »

Néanmoins, lors de la mise en œuvre de l’IA, les organisations sportives doivent tenir compte de la sécurité des données, en se concentrant sur la conformité et en respectant les droits à la confidentialité des données des athlètes et des individus. Une fois cette difficulté surmontée, les avantages potentiels de l’utilisation d’outils alimentés par l’IA pour augmenter les performances deviendront rapidement perceptibles.

OPTIMISATION DU **SPONSORING :**

capitaliser sur **l'IA** pour bénéficier de retours optimaux

Le domaine du sponsoring sportif utilise l'IA pour créer des opportunités inédites de partenariats **plus efficaces et gratifiants.**

- Les tests A/B des messages marketing formulés par l'IA affinent les campagnes, de façon à bénéficier d'un retour sur investissement maximal.
- La segmentation optimisée du public utilise des first-party, third-party et zero-party data pour produire des expériences ciblées et significatives, à la fois à la maison et sur site.

D'ici cinq ans, plus d'un quart des tâches effectuées par

74 %

des professionnels du marketing

sera automatisé grâce à l'utilisation de l'IA.

- Le suivi en temps réel de l'opinion sur les réseaux sociaux permet aux sponsors de réagir rapidement et de s'adapter aux préférences en constante évolution de leur public.
- Selon la position sur le terrain et la probabilité de visionnage, les modèles de tarification alimentés par l'IA garantissent aux sponsors un retour sur investissement optimal.
- L'IA aide en outre à concevoir la campagne idéale en proposant les données démographiques cibles et les canaux disponibles les plus appropriés, de sorte que les campagnes trouvent un écho favorable auprès du public visé.
- En préconisant des acteurs « complémentaires » de sponsoring, l'IA favorise les partenariats mutuellement avantageux entre marques et sportifs.

OPÉRATIONS **SPORTIVES :**

améliorer l’efficacité et la mobilisation grâce à l’IA

LA TRANSFORMATION subie par les opérations sportives est spectaculaire

et l'IA joue un rôle central dans l'amélioration des expériences des fans et l'optimisation des flux de travail opérationnels. Elle s'applique à l'ensemble des opérations, de la gestion des sites à la programmation des matchs et même à l'amélioration des protocoles de sécurité.

Gonzalo Zarza

Directeur des données chez LaLiga Tech et Globant

« **L'IA est un outil incroyablement performant dans le domaine des opérations sportives : ses applications vont bien au-delà des usages traditionnels comme la gestion des foules et la sécurité, et prennent désormais en charge des domaines tels que l'évaluation environnementale et la programmation des matchs.**

Chez Globant, nous utilisons l'IA pour concevoir des stratégies de mobilisation des fans centrées sur les données relatives à l'impact environnemental, social et de gouvernance (ESG), renforçant ainsi la réputation des marques de sport. »

Simulations des mouvements de foule

Les simulations de mouvements de foule alimentées par l'IA améliorent l'attribution des ressources, optimisent la gestion des foules et offrent aux participants des expériences agréables. L'IA permet également d'élaborer des stratégies de sortie et de coordination plus efficaces : les fans peuvent ainsi quitter le site en douceur et en toute sécurité après les événements.

Sécurité

Les technologies de vision industrielle identifient les dangers potentiels et y réagissent, renforçant ainsi les capacités de planification et de réponse. Les niveaux de collaboration du public sont surveillés en temps réel, ce qui permet au personnel de repérer et résoudre rapidement les problèmes.

Planification

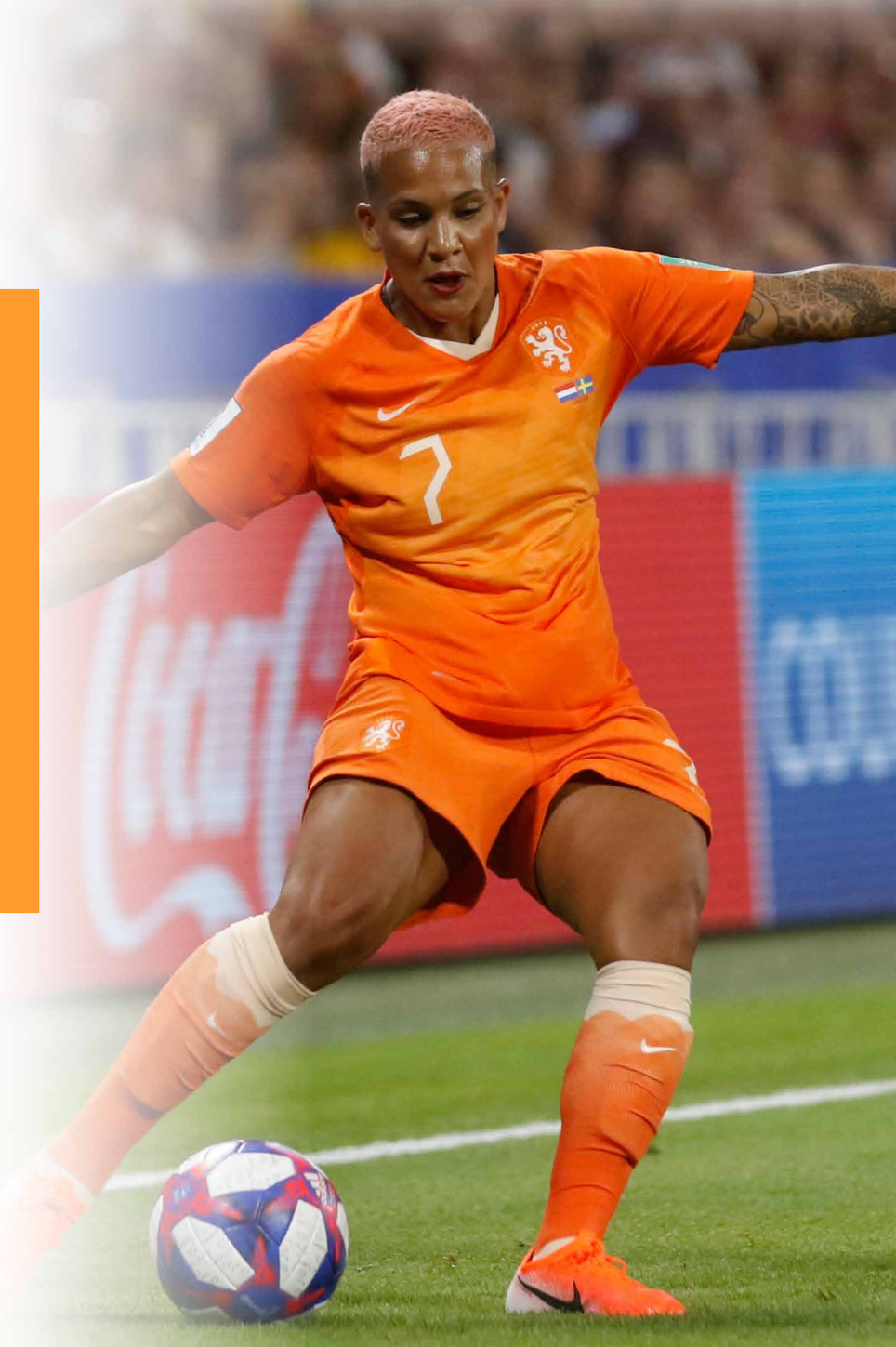
Le **LaLiga Tech Calendar Selector** s'appuie sur l'IA pour sélectionner les heures et les dates les plus appropriées pour les matchs, en tenant compte de facteurs tels que la météo, les déplacements et les autres événements concurrents de manière à optimiser le remplissage des stades et les audiences TV.

Vente au détail

Globant innove avec de nouvelles méthodes d'entrée dans les stades et de transactions sans espèces, en faisant appel à des technologies telles que la biométrie et la reconnaissance faciale. Tout comme Amazon Go, ces nouveaux outils permettent aux fans d'entrer dans les stades, de faire des achats et de faire valider et traiter automatiquement leurs transactions.

Afin d'améliorer l'expérience client,

60 % des spécialistes du marketing **utilisent l'IA de manière à prévoir et anticiper le comportement et les exigences des clients.**



Opérations

l'IA est déployée de façon à créer des doubles numériques des stades, générant des données en temps réel sur la densité de la foule, le trafic et les procédures événementielles afin d'aider les sites à gérer efficacement leurs événements.

Avec la solution SustAIn de Globant, un module de notre **plate-forme Navigate d'extraction de processus,** cette technologie de double numérique s'applique même aux émissions de CO2. SustAIn exploite les analyses avancées et l'apprentissage automatique pour générer des données sur l'impact environnemental d'une organisation, lui permettant d'optimiser ses processus de chaîne d'approvisionnement et de respecter ses objectifs de durabilité.

STRATÉGIE **GAGNANTE :**

conseils pour la mise en œuvre de l'IA

Les pionniers de l'IA sont les maîtres du jeu et il est encore temps pour les organisations sportives d'exploiter toutes les possibilités offertes par l'IA.

En adoptant une approche systématique, les organisations peuvent réussir à intégrer des solutions d'IA adaptées à leurs besoins, tout en limitant les risques potentiels.

Martin Nanni

Directeur technique
Europe chez Globant

« **En matière de transformation numérique, l'industrie du sport doit avant tout parvenir à faire face à la sensation de vertige provoquée par cet immense bouleversement. Contrairement à certains secteurs, l'industrie du sport est en retard en matière de progrès technologiques car elle y a rarement recours dans les aspects essentiels de ses opérations. Tout repose sur le suivi d'une série d'étapes bien précises, une problématique qui n'est guère différente de celle des autres industries. »**

Ces conseils permettent aux organisations sportives de concevoir et de mettre efficacement en œuvre une stratégie d'IA adaptée à leurs besoins et objectifs spécifiques, tout en limitant les risques potentiels. **Cette approche stratégique permet aux organisations d'exploiter le plein potentiel de l'IA de façon à accroître la mobilisation des fans, à optimiser les performances sportives et, au final, à remodeler l'industrie du sport.**

1.

Définir les objectifs commerciaux :

commencez par détailler les objectifs stratégiques de l'organisation, tels que l'expansion de la part de marché, l'amélioration de l'efficacité ou la production de davantage de mesures. Abstenez-vous de mettre en œuvre l'IA à la hâte, sans parfaitement comprendre les problématiques que vous avez l'intention de résoudre.

2.

Étudier les différentes options d'IA :

une fois vos objectifs commerciaux déterminés, examinez les solutions d'IA qui s'offrent à vous pour atteindre ces objectifs. Dans certains cas, vous pouvez découvrir des solutions existantes, facilement intégrables, alors que d'autres options peuvent nécessiter le développement de solutions sur mesure.

3.

Collaborer avec des spécialistes de l’industrie :

appuyez-vous sur les connaissances des professionnels du secteur pour évaluer la viabilité des solutions d’IA proposées. Par exemple, lors de l’évaluation des opportunités de sponsoring, consultez des experts qui comprennent les angles de prise de vue, la diffusion audiovisuelle et les exigences contractuelles.

4.

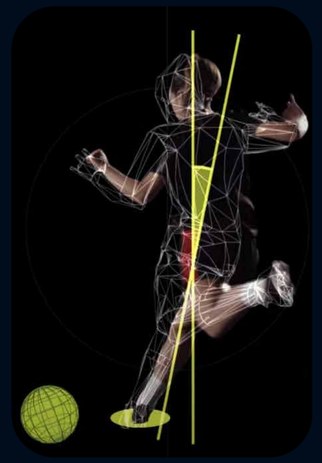
Évaluer les risques et les problématiques :

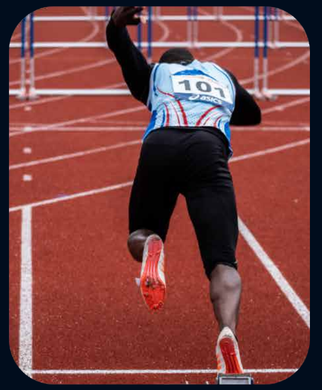
ne négligez pas les risques potentiels associés à la mise en œuvre de l’IA, tels que les problèmes juridiques, la propriété intellectuelle et la responsabilité liée aux résultats générés par l’IA. Tenez également compte des coûts impliqués, car les solutions d’IA ne resteront pas toujours gratuites.

5.

Constituer une équipe compétente :

pour être sûr de réussir, formez une équipe constituée d’experts pour vous aider à mettre en œuvre votre stratégie d’IA et choisissez les meilleurs partenaires du marché.





La voie à suivre :

l’avenir de l’IA dans le sport

L’avenir des applications de l’IA dans le sport est particulièrement radieux.

L’hyper-personnalisation permettra aux organisations d’identifier et de saisir ces moments particuliers où les fans sont les plus sensibles au contenu personnalisé. Cette démarche implique donc de fournir aux fans précisément ce dont ils ont besoin en temps réel, en appliquant des techniques avancées de personnalisation et de contextualisation.

En outre, l’IA facilitera l’intégration de divers points de contact au sein de l’écosystème sportif. Au fil des interactions des fans avec divers périphériques et plates-formes, les informations cumulées peuvent être fusionnées de manière à produire un contenu hautement personnalisé, adapté à leurs préférences. Les marques peuvent ensuite utiliser des solutions d’IA génératives, comme le GPT d’OpenAI, pour générer automatiquement du contenu basé sur ces entrées, offrant ainsi aux fans une expérience captivante et totalement immersive.

L'IA proposera aux athlètes une analyse de leurs performances et des commentaires en temps réel beaucoup plus élaborés. En collectant des données à l'aide de caméras et d'autres capteurs, l'IA peut évaluer les capacités d'anticipation, les mouvements et le gameplay d'un athlète, offrant ainsi des informations exploitables pendant un match. Cette méthode basée sur les données permettra d'optimiser les performances et de limiter les risques de blessures.

L'IA possède également les capacités de révolutionner le marketing et le degré d'exposition des organisations sportives. En enregistrant et en améliorant les images des joueurs à des moments cruciaux, les équipes peuvent utiliser l'IA pour créer un contenu captivant pour les réseaux sociaux et les autres canaux de marketing.

Ernesto Luna Madrid

Responsable des sports
chez Globant

« **L'accélération des progrès de l'IA a atteint un stade où même ceux qui sont à la pointe de la technologie sont surpris par son évolution. L'avenir est donc imprévisible mais l'IA a démontré sa capacité à transformer l'industrie du sport dans son ensemble. »**

Tout comme les premiers téléphones portables ont évolué de façon à devenir les puissants smartphones hyperconnectés d'aujourd'hui, la technologie de l'IA suit une trajectoire difficile à prévoir. **Par conséquent, les organisations sportives doivent suivre le rythme des progrès de l'IA, car tout retard pourrait avoir de graves conséquences.**

LE RÔLE DE GLOBANT

En tant que conseiller stratégique, Globant aide à identifier les besoins spécifiques d'une entreprise et à proposer les meilleures solutions d'IA pour son activité. Nous développons également des solutions personnalisées, adaptées aux besoins spécifiques d'une organisation, ou nous tirons parti des produits et solutions existants pour accélérer le processus de développement et réduire les délais de mise sur le marché.

Partenaire de confiance, nous guidons nos clients au gré des subtilités de l'adoption de l'IA, en les aidant à tirer pleinement parti du potentiel de cette technologie révolutionnaire. Nos partenariats mettent l'accent sur la simplification du processus de mise en œuvre de l'IA et le ciblage des domaines à forte valeur les plus viables et les moins sensibles aux risques.

Le rôle de Globant dans l'accompagnement des marques de sport qui cherchent à transformer leurs opérations grâce à l'IA est divisé en trois domaines principaux :

- **Le conseil stratégique :** Globant peut agir en tant que conseiller stratégique ou directeur de l'IA à la demande, de façon à guider la stratégie d'IA adoptée et son impact potentiel sur l'organisation.

- **La mise en œuvre personnalisée de l'IA :** Globant peut proposer des services de conseil et de mise en œuvre traditionnels aux marques de sport qui ont déjà identifié un objectif commercial spécifique et qui ont besoin d'aide pour développer une solution d'IA sur mesure.

- **L'exploitation des produits existants :** Globant propose des solutions d'IA prédéfinies liées au sport et au divertissement, permettant aux marques de sport de réduire les délais de mise sur le marché et de bénéficier d'une proposition de valeur éprouvée, tout en intégrant ces solutions de manière transparente dans leurs opérations existantes.

Martin Nanni

Directeur technique Europe chez Globant

« La technologie offre aux organisations sportives la possibilité d'optimiser les revenus issus des sponsors, de nouer des liens avec les fans du monde entier et de développer de nouveaux produits comme les plateformes OTT. Chaque organisation possède ses propres valeurs que l'expertise de Globant en matière de technologie d'IA permet de présenter de façon à les rendre accessibles. »

À propos de **Globant**

Nous sommes une entreprise née avec le numérique qui aide les organisations à se réinventer et à libérer leur potentiel. Nous sommes le lieu où l'innovation, la conception et l'ingénierie se rencontrent.

- Nous avons plus de 27,000 employés et nous sommes présents dans 21 pays travaillant pour des entreprises comme Google, Electronic Arts et Santander, entre autres.

- Nous avons été nommés leader dans l'IDC MarketScape : Worldwide AI Services 2023 Vendor Assessment doc #US49647023, May 2023) et Worldwide leader in Customer Experience Improvement Services 2020 Vendor Assessment (doc # US45658220 , September 2020).

- Nous avons également fait l'objet d'une étude de cas à Harvard, au MIT et à Stanford.

- Nous sommes membre de la Green Software Foundation (GSF) et du Cybersecurity Tech Accord.

Pour plus d'informations, visitez **www.globant.com**

Clause de non-responsabilité

Ce rapport est publié à titre d'information uniquement et se base sur des informations qui relèvent du domaine public. Bien que les informations fournies proviennent de sources réputées fiables, ni Globant ni ses filiales, administrateurs, dirigeants ou agents ne peuvent garantir leur exactitude ou leur exhaustivité.

Aucune déclaration ou garantie, expresse ou implicite, n'est faite concernant l'exhaustivité, la précision, l'exactitude ou la pertinence de tout ou partie des informations et des données contenues dans le rapport. Globant ne peut en aucun cas être tenue responsable des éventuels dommages ou pertes directs, indirects, fortuits, spéciaux ou consécutifs (y compris, sans toutefois s'y limiter, toute perte de bénéfices) résultant ou dérivés directement ou indirectement de l'utilisation de ou de la foi accordée aux informations contenues dans ce rapport. Toutes les informations contenues dans ce rapport sont sujettes à modification par Globant sans préavis. L'autorisation écrite préalable de Globant est requise pour réimprimer ou reproduire ce rapport en tout ou partie. L'intégralité des contenus, textes, données, informations et autres éléments affichés, y compris les marques commerciales ou droits d'auteur de Globant, appartient à Globant ou au détenteur désigné, et est protégée par les lois en vigueur.

Globant