

Héritage et ambitions
La sportech en France

Édition 2025

Édito

Marie Barsacq

Ministre des Sports, de la Jeunesse
et de la Vie Associative



“

Un an après les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, notre pays peut être fier.

Fier de ses athlètes, qui ont hissé la France parmi les cinq premières nations olympiques et dans le top 8 paralympiques.

Fier de son peuple, qui a fait vivre des Jeux populaires, festifs et engagés. Fier, enfin, de son ambition : faire du sport un levier de transformation pour la société tout entière.

Mais cet héritage ne se décrète pas. Il se construit, il se soutient, il se réinvente. C'est tout le sens de la dynamique portée aujourd'hui par l'écosystème de la SportTech française.

Car derrière chaque performance, chaque progrès, il y a des femmes et des hommes, des startups et des entrepreneurs, qui imaginent les usages de demain. Il y a des technologies qui rendent le sport plus moderne, plus accessible, plus durable. Il y a un tissu d'initiatives qui irriguent tous les territoires et relient le sport à la santé, à l'éducation, à l'emploi, à la citoyenneté.

La SportTech française a enregistré une magnifique année 2024, sans aucun doute stimulée par les Jeux Olympiques et Paralympiques organisés à Paris. En effet, le montant des fonds levés durant l'année a plus que doublé par rapport à l'an passé. Ces résultats confirment la vitalité de notre écosystème et la confiance renouvelée des investisseurs dans le potentiel du sport français.

Cette étude réalisée par le Collectif SportTech et Deloitte illustre avec précision et lucidité, cette vitalité. Elle montre un secteur en pleine croissance, structuré, soutenu, et surtout porteur d'avenir. Elle met en lumière les défis à relever : parité, financement, internationalisation ou encore la transition écologique. Elle donne aussi à voir des réponses concrètes, des projets inspirants, l'implication des athlètes et des trajectoires exemplaires.

À l'heure où se préparent de nouveaux rendez-vous sportifs, nationaux et internationaux, la France a une carte à jouer. Celle d'un pays qui fait du sport une priorité, de l'innovation un moteur d'inclusion, et de sa jeunesse un acteur du changement.

Mais aller plus loin suppose aussi un changement d'échelle. Pour faire émerger des champions européens de la SportTech, il nous faut structurer des filières régionales solides, mieux connecter nos acteurs à l'international et renforcer la culture de l'investissement dans le sport. Cela implique des efforts conjoints : de l'Etat, des collectivités, des entreprises, des fédérations, mais aussi des investisseurs privés.

Cette étude, la plus exhaustive jamais menée sur l'écosystème SportTech en France, est un outil précieux pour guider notre action collective et inspirer les décisions stratégiques

Je veux saluer ici l'engagement de toutes celles et ceux qui y ont contribué et construisent, au quotidien, le sport de demain. Ensemble, poursuivons cet élan. Pour que l'héritage de Paris 2024 ne soit pas qu'un mot, mais une véritable dynamique durable et partagée.

”



Le sport révèle ce que nous avons de plus humain

David Dupont-Noel

CEO de Deloitte France
& Afrique francophone



“

Le sport parle à chacun de nous. Il émeut, rassemble, transcende et énergise. Dans un monde fragmenté et agité, il reste l'un des rares langages universels. Il est fait d'efforts, d'émotions, de persévérance et de liens. Et c'est précisément pour cela qu'il nous touche si profondément : parce qu'il révèle ce que nous avons de plus profond et de plus humain.

Mais derrière cette puissance symbolique, organiser un événement planétaire comme les Jeux Olympiques n'a rien d'évident. Il faut concilier des enjeux colossaux – logistiques, technologiques, environnementaux, éthiques et financiers. Être à la hauteur de ce que le monde attend. Chez Deloitte, nous sommes fiers d'avoir accompagné les Jeux Olympiques de Paris 2024, aux côtés de celles et ceux qui ont relevé ce défi hors norme.

Aujourd'hui, plus que jamais, la performance ne se construit pas sans technologie. Données en temps réel, infrastructures connectées, IA appliquée à l'arbitrage, à la santé, à l'expérience spectateur : le numérique est devenu un levier décisif, sur le terrain comme en dehors. Grâce à nos partenariats avec AWS, Google GCP ou Snowflake, nous avons contribué à faire entrer le sport dans une nouvelle ère, plus précise, plus fluide, plus responsable et plus agile.

Au-delà des outils, n'oublions pas l'essentiel : l'esprit d'équipe et la combativité. La discipline collective. L'engagement partagé. La performance est une célébration, mais elle n'est jamais individuelle. Elle naît du travail aligné de tous – sportifs, entraîneurs, organisateurs, partenaires. C'est cette même dynamique qui anime les plus belles réussites entrepreneuriales.

C'est pourquoi, chez Deloitte, nous affirmons que l'entreprise est un sport, exigeant, collectif et rigoureux mais profondément humain.

”

La sportech française face au défi de la transformation



Depuis sa création en 2019, la SporTech n'a cessé de progresser, de fédérer, d'innover. Année après année, ce collectif s'est imposé comme l'étendard d'une filière à part entière : celle des startups et scale-ups du sport qui transforment le quotidien des sportifs, des clubs et des entreprises..

Nous avons assisté en 2024 à une année exceptionnelle, portée par l'élan des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris. Cette mobilisation n'était pas un feu de paille, mais un révélateur. Un révélateur d'un écosystème jeune, passionné, structuré, et désormais prêt à changer d'échelle. La SporTech a quadruplé ses membres en deux ans et s'approche du nombre symbolique des 200 entreprises. Cela nous permet aujourd'hui de livrer un état des lieux sans précédent : le plus complet jamais réalisé sur la sportech française.

Cette photographie raconte les levées, les défis de rentabilité, les ambitions internationales, mais elle dit aussi quelque chose de plus profond : notre pays a besoin de réinventer son rapport au sport. La SporTech peut et doit en être le moteur. Dans une France qui se sédentarise, où l'inactivité gagne du terrain, où nos jeunes ont perdu le goût de l'effort (119^e nation sur 146 sur la pratique sportive des adolescents), nos startups imaginent chaque jour des solutions pour replacer le mouvement au cœur des vies. Par l'innovation, la Sportech rend l'effort plus accessible, plus engageant, plus durable et plus fun.. Et c'est sans doute là notre plus grande force : remettre en jeu la promesse d'un sport pour toutes et tous.

Jacques D'Arrigo

Président de la SporTech (2023–2025)
Cofondateur de Footbar



Prendre la présidence de la SporTech en 2025, c'est hériter d'une dynamique forte, et d'une responsabilité : prolonger cet élan en lui donnant encore plus d'impact. Cette étude est une boussole pour celles et ceux qui souhaitent faire du sport un levier de progrès social, environnemental et économique.

Elle met en lumière les tendances technologiques (IA, équipements connectés, data santé), mais surtout les aspirations humaines : mieux inclure, mieux accompagner, mieux transmettre. Les chiffres sont parlants : 70 % des startups sondées sont en recherche active de financement. Seules 30 % bénéficient d'un accompagnement structuré. Pourtant, elles sont 85 % à avoir déjà un produit validé. La maturité est là, l'ambition aussi ainsi qu'un besoin d'innovation urgent, clairement identifié. Il manque parfois les ponts, c'est notre rôle.

Et si nous voulons bâtir une filière pérenne, nous devons aussi nous confronter à une vérité simple : l'impact ne peut être durable sans modèle économique solide. La réussite économique de nos startups est une condition sine qua non pour que leurs innovations essaient, que leur voix porte et que leur rôle s'impose au cœur de la transformation du sport.

Sébastien Bequart

Président de la SporTech (depuis 2025)
Cofondateur de Gymlib

“

C'est tout l'objet de cette étude : dresser un état des lieux, mais aussi tracer des perspectives. Créer les ponts entre entrepreneurs et financeurs, entre territoires et filières, entre la France et le monde. Car nous sommes convaincus d'une chose : la sportech n'est pas un sous-secteur, c'est une filière d'avenir déjà lancée.

Notre souhait est que cette étude inspire et outille tous les acteurs (entreprises innovantes, fonds, institutions et bien d'autres) dans une logique de passage à l'échelle. Un passage qui ne se fera ni seul, ni sans méthode. Mais qui se fera ensemble.

Et si 2024 a prouvé que nous pouvions faire vibrer la planète sport, 2025 doit être l'année où la SportTech française franchit une nouvelle barre, nous y croyons et continuons d'agir en ce sens !

Jacques D'Arrigo & Sébastien Bequart

”



Avant-propos

La sportech s'affirme comme un levier clé pour transformer le sport, non seulement dans sa pratique, mais aussi dans son impact sociétal et économique. Portée par l'élan des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, et en amont des défis des Alpes 2030, notre étude explore comment les startups de cet écosystème transforment l'innovation en moteur de croissance. Nous dévoilons un panorama inédit des investissements, tendances technologiques et dynamiques d'impact, tout en interrogeant les enjeux de parité, de durabilité et de financement. Inspirée par la vision des leaders et investisseurs, cette étude se veut une feuille de route pour accompagner les entrepreneurs, institutions et investisseurs dans la construction d'un sport plus inclusif, innovant et résilient.

Remerciements

Nous tenons à exprimer nos remerciements envers Céline Prévost (Utmb group), Bruno Rivet (Seventure Partners), Jean-Baptiste Guegan (Sciences Po Paris), Guillaume Chabas (Orange), Solène Verdier (Orange), Omar El Zayat (Paris 2024), Ludivine Munos (Paris 2024), Nacer Zorgani (Paris 2024), Habb-Eddine Sebiane (Paris 2024), Jerry Newman et Par Helgesson (PSG), Camille Amar (Manita), Clément Gorce et Pierre Harvey (Osmoz Sport), Stéphane Ruault (Red Bull), Camille Lambert (ADN Group), Tania Griglio (OSV).

Ainsi qu'aux startups : Act for sport, ADN GROUP, AI BRIGHT, AIA SPORTS, AirFit, ALKÉ, ALL SPONSORED, Anybuddy, Apnea sub, Arenamatrix, ATCLUB (app détenue par la société Access World), Augmented Sports Technologies, BEBALLER, BlackTicket, braimia, bsport, BURN CONTROLLERS, CHAMP'S, COOLROOL, Coureurs, Cryo Control, DANGR, Dataxx, Deeptimize, Domaine du Net / Appli en Direct, EVENIZER, Event Factory, EGYM WELLPASS (ex-Gymbib), EXO, FAIR VISION, Fairplayer, Fan XP, FANarZONE, Fiilin, Finishers, Fitness Boost, FizYou, FizzUp SAS, Flit Coach, Flycup, Footbar, Frive, Genezys, GiveVision, GOAT Stadium, HAOMAH SPORTS, Immersiv.io, I-PERCUT, JOOKS, Kalisport, Kinomap, KINVENT, Kmoove, Kobi, Kop Media, LUCKYSIT, Manita, McLloyd, MFL, MICROOLED, Miles Republic, MonClub, MOVE 'N SEE, Movelytics, myBodyMatrix, Mycoach Pro, NATURAL GRASS, NeoXperiences, Nolio, Ochy, ODIHO, ONJOUKAN, ONSSEN, Oppomatch, Oxygen – Solutions (ex-261PI), PLOUFFF, PrediTwins Lab, Pro & Sport, Re.Events, REGENLIFE, Renford, RESILIO.IO, RunMotion Coach, Second Relais, SFEIRA, Sk4b, SkillCorner, SKRINERS, Smatchy, SPART, SPASH, SPORT ET PARTAGE, SportEasy, Sportfield, Sportigo, Sportiwi, Sports Science AI, Sportscore, SportsDynamics, Sporty Peppers, Stadify, Stadium Traveller, StadiumGO, STRIVEE SAS, Studio 4810 Paris, Surlo, Swish Live, TeamPulse, The Sanctuary Group, TiBib, Touch2see, TRAINME, Tricerasport, Tries Sport, United Heroes, Uptrack, Vekta, VIQTORY, VOGO, Weclimb, Weezevent, WETENNIX, WeWard, Xenos Labs.

Leurs échanges et retours précieux ont été déterminants pour offrir un panorama exhaustif de la sportech en France. Grâce à leur contribution, nous avons pu réaliser cet état des lieux complet, constituant à ce jour la plus grande étude sur l'écosystème sportech en France.





Sommaire

●	NOTE MÉTHODOLOGIQUE ET PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON	11
	Note méthodologique	12
	Caractéristiques générales de l'échantillon	13
	Marchés et offres des jeunes entreprises	14
	Trois groupes de startups	16
●	FINANCEMENTS ET TRANSACTIONS DANS LA SPORTECH DANS LE MONDE ET EN FRANCE EN 2024	17
	Panorama des levées dans l'univers de la sportech	18
	Croissance, financement et développement des startups sondées	33
	Perspectives internationales pour la sportech française	36
●	DYNAMIQUES DE LA SPORTECH EN FRANCE : ÉTAT DES LIEUX DES ECOSYSTEMES ET PERSPECTIVES DE TRANSFORMATION	39
	Radiographie de l'innovation dans le sport en France : une filière en mouvement	40
	La dynamique collaborative et l'accompagnement, fer de lance du développement de l'innovation dans le sport	44
●	LES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES, VECTEURS D'UNE TRANSFORMATION PROFONDE DES PRATIQUES ET DE L'ECOSYSTEME	53
	Les grandes évolutions technologiques dans le sport	54
	Les startups de la sportech et les nouvelles technologies	66
	Entre high-tech et émotions, le smart stadium, nouveau temple du sport ?	70
●	SPORT ET SANTÉ, LA SPORTECH AU SERVICE DE LA PRATIQUE SPORTIVE ET DU BIEN-ÊTRE	72
	Après la Grande Cause Nationale et les JOP, quid de la démocratisation du sport et de la pratique sportive ?	73
	Les startups sport et santé à suivre	74
	Le sport et le travail, quand plaisir rime avec productivité et bien-être	75
●	LE SPORT A L'HEURE DE LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE	77
	Les défis environnementaux majeurs pour l'organisation d'événements sportifs	78
	Les startups à suivre	81
	Les événements sportifs à travers le regard de l'UTMB	82
	Vision d'un expert sur les enjeux de durabilité dans le sport en France	83
●	L'INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : UN TOURNANT POUR LE SPORT ACCESSIBLE EN FRANCE	84
	Cap sur l'accessibilité : des Jeux Paralympiques aux innovations sportech	85
	Les startups de la sportech à suivre	86
	Repenser l'avenir de l'accessibilité	88
●	LA PARITÉ DANS L'ÉCOSYSTEME SPORTECH EN FRANCE EN 2024	90
	Un exemple de stratégie féminine en trail running	93
	Face aux disparités, des initiatives refondent l'écosystème	93
	2025 : une année d'opportunités et de grands événements	94
	La parité dans le sport, le point de vue de la startup Manita	95
	BIBLIOGRAPHIE	97
	FICHES D'IDENTITÉ DES STARTUPS DE LA SPORTECH	105

NOTE MÉTHODOLOGIQUE ET PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON



NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Collecte des données

L'étude s'appuie sur une approche mixte combinant des données quantitatives et qualitatives :



1. Questionnaire structuré

Un questionnaire de 91 questions uniques a été administré en ligne du 14 janvier au 21 mars 2025 à un échantillon de 124 startups sportech¹ opérant en France. Le questionnaire était structuré en plusieurs parties : une première section recueillait des informations générales (taille, localisation, stade de développement), suivie de sections thématiques approfondies : proposition de valeur de l'entreprise, produit et technologies (maturité technologique, scalabilité), stratégie et développement (priorités, expansion géographique), financement (levées de fonds, subventions), dispositifs d'accompagnement, parité et inclusion dans le sport, développement durable, et rapport aux Jeux Olympiques et Paralympiques (impact des JOP 2024 et attentes pour Alpes 2030). Les réponses ont été collectées via une plateforme numérique sécurisée, garantissant l'anonymat des participants.



2. Entretiens qualitatifs

Une série d'entretiens semi-directifs a été menée auprès d'acteurs centraux de l'écosystème sportech, incluant des grandes entreprises, des fonds d'investissement, des organisateurs de grands événements sportifs internationaux (GESI), des startups, et des athlètes professionnels. Ces entretiens ont permis d'approfondir les dynamiques de collaboration, les attentes des parties prenantes, et les opportunités perçues, notamment en lien avec les JOP 2024 et Alpes 2030.

¹ Le nom « SporTech » se réfère au collectif de startups, tandis que « sportech » désigne le secteur dans sa globalité.

Traitement et analyse des données

Les réponses au questionnaire ont été consolidées dans une base de données et analysées à l'aide de méthodes statistiques.

Les variables numériques (ex. : montant des levées de fonds, nombre d'utilisateurs) ont été standardisées pour les analyses comparatives, et les variables catégoriques (ex. : sous-secteurs, business models) ont été codées en binaire pour faciliter les calculs. Des analyses descriptives (moyennes, proportions) ont été réalisées pour évaluer les tendances globales, tandis que des tests statistiques (Chi², Mann-Whitney U, Fisher) ont été utilisés pour examiner les relations entre variables (ex. : impact de l'accompagnement sur le financement). Une analyse de clustering, présentée ci-dessous, a été effectuée pour segmenter les startups en groupes homogènes, en s'appuyant sur des variables telles que le montant des levées, le stade de développement, et les sous-secteurs d'activité.

Les entretiens semi-directifs ont été retranscrits et analysés via une approche thématique que la structure de l'étude reprend, permettant d'identifier les enjeux récurrents, mais également de contextualiser les résultats quantitatifs.

Cette méthodologie mixte a permis de brosser un portrait nuancé de l'écosystème sportech français, en combinant une analyse quantitative rigoureuse avec des insights qualitatifs issus d'acteurs clés. Les résultats offrent une base solide pour des recommandations stratégiques, notamment pour optimiser l'accompagnement des startups et maximiser leur contribution au développement du tissu entrepreneurial dans le sport.

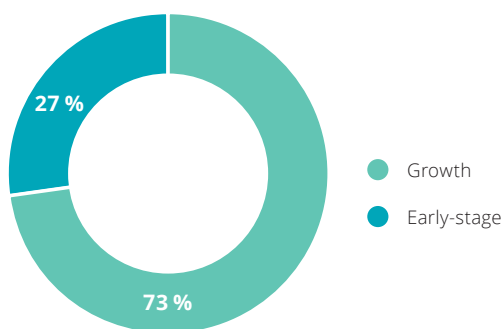
CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DE L'ÉCHANTILLON

L'échantillon de l'étude est composé de 124 startups sportech, dont 119 sont membres du collectif SporTech, reflétant une forte représentativité de ce réseau au sein de l'écosystème français. L'âge moyen des startups est de 5 ans, avec une médiane de 3 ans et 10 mois, indiquant une population majoritairement jeune mais touchant une certaine maturité.

Géographiquement, 41 % des startups sont basées en Île-de-France, confirmant la concentration de l'innovation dans cette région, suivies par Auvergne-Rhône-Alpes (13%), Occitanie (8%), PACA, Hauts-de-France, et Bretagne (7% chacune), Grand Est (4%), Nouvelle-Aquitaine et Pays de la Loire (3,5% chacune), et enfin Centre-Val de Loire, Bourgogne-Franche-Comté, et Normandie (2% chacune).

En termes de maturité, 73 % des startups se déclarent en phase de croissance, tandis que 27 % sont en phase early-stage ; parmi ces dernières, 85 % ont un produit validé, mais 15,2 % en sont encore au stade d'idées, illustrant une diversité de stades de développement au sein de l'échantillon.

Stade de développement

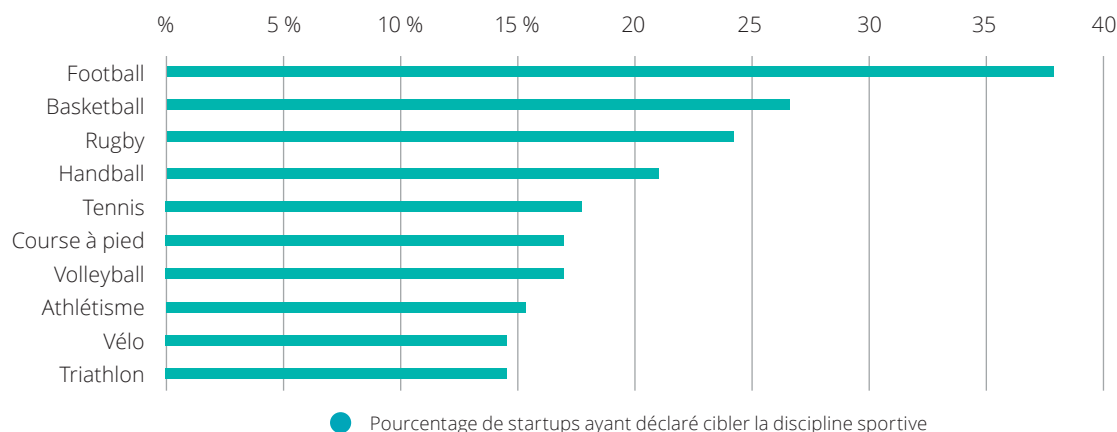


MARCHÉS ET OFFRES DES JEUNES ENTREPRISES

Disciplines sportives ciblées

Les sports collectifs, en particulier le football, prédominent largement. Il est également important de noter que 30 % des startups interrogées ont indiqué couvrir « tous les sports ».

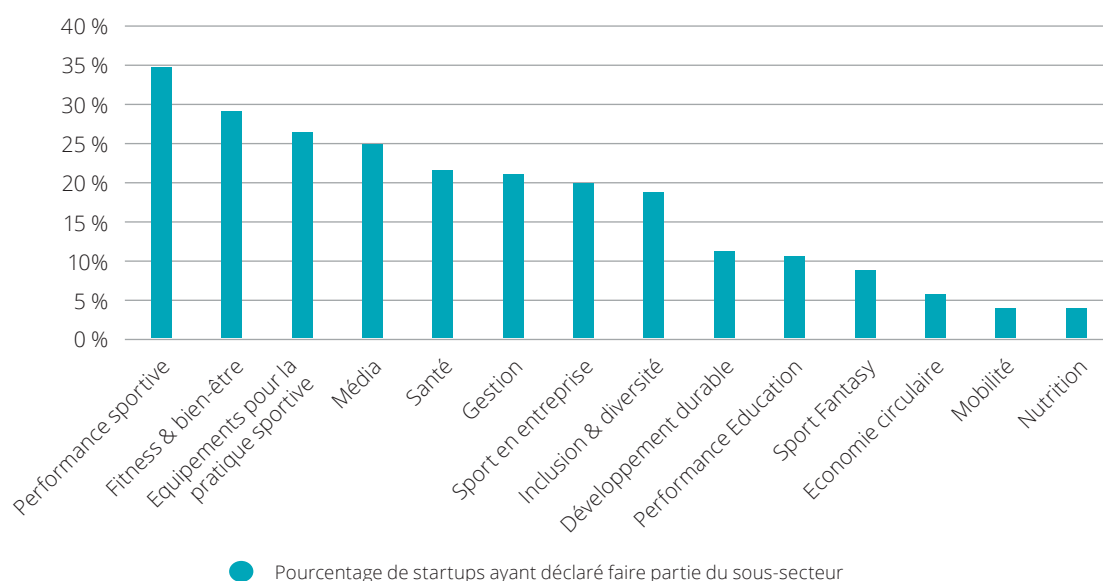
TOP 10 des disciplines sportives



2. Réponse à la question "Dans quelle(s) discipline(s) sportive(s) intervenez-vous principalement ?"

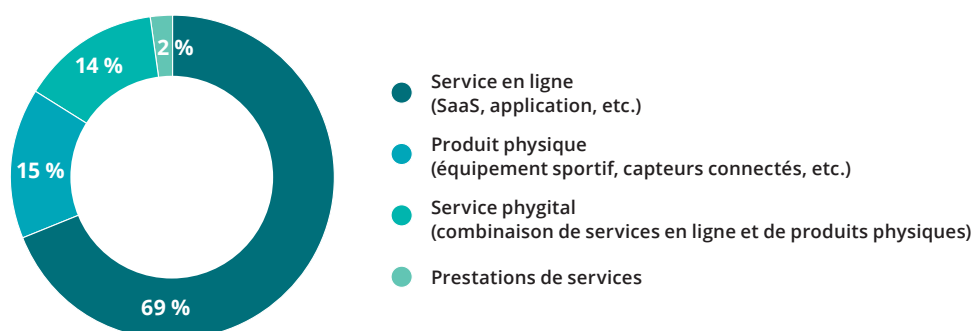
Sous-secteurs et offres des startups

Représentation des sous-secteurs



3. Réponse à la question "Dans quel(s) sous-secteur(s) votre entreprise opère-t-elle ?"

Offres des startups de la sportech



4. En réponse à la question à choix unique « Votre produit est du type : »

Business models et clients cibles

Sur 124 réponses, la majorité des startups (69,4%) ont une activité reposant sur un business model unique.

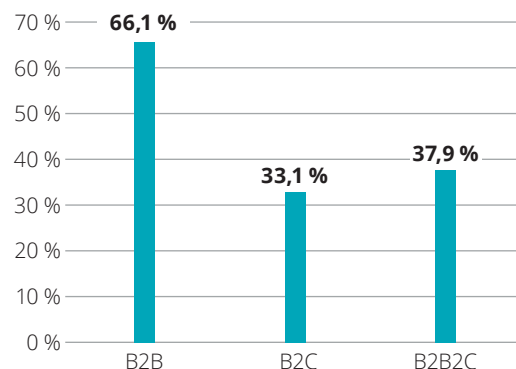
Le modèle plébiscité par les startups de la sportech est le modèle B2B, probablement en raison de la stabilité et prévisibilité des revenus qu'il induit, ainsi que l'optimisation du coût d'acquisition client pour des disciplines sportives structurées autour des clubs, fédérations, etc.

De plus, 30 startups cumulent deux modèles d'affaires, tandis que 8 mentionnent les 3, sûrement encore en quête d'un modèle viable.

26,6 % des startups ciblent un seul type de client.

Dans les sports collectifs comme le football ou le rugby, et ceux avec un écosystème structuré autour des clubs comme le tennis ou l'athlétisme, le modèle B2B est préféré. Les clients ciblés sont principalement les clubs, les fédérations et les entreprises du secteur sportif. Pour les sports individuels comme la course à pied, qui ne nécessitent pas d'infrastructure dédiée, les sportifs amateurs deviennent la cible principale.

Fréquence des business models



Pourcentage de startups de l'échantillon déclarant le business model | Note : une startup peut déclarer plusieurs business models

Principaux clients des startups de la sportech française



TROIS GROUPES DE STARTUPS

L'analyse de clustering a été réalisée sur l'échantillon de 124 startups sportech ayant répondu au questionnaire, en utilisant l'algorithme K-means pour segmenter les startups en 3 clusters distincts². Les variables incluaient des données numériques (montant des levées de fonds, nombre d'utilisateurs, CA, subventions, stade de développement) standardisées pour éviter les biais d'échelle, et des variables catégoriques (business models B2B/B2C/B2B2C et sous-secteurs).

Les résultats ont permis de caractériser chaque cluster par ses moyennes numériques et ses proportions de business models et sous-secteurs, offrant une vision claire des profils émergents (Cluster 1), matures (Cluster 2) et spécialisés (Cluster 3) au sein de l'écosystème sportech. L'analyse met en lumière trois groupes distincts de startups sportech, chacun avec des caractéristiques spécifiques en termes de maturité, modèle économique, sous-secteurs d'activité et profils opérationnels.

Cluster 1

Acteurs émergents et diversifiés

Ce cluster regroupe des startups en phase de démarrage, avec un montant moyen de levées de fonds modeste (664 684 €) et un stade de développement relativement précoce. Elles se focalisent sur un modèle B2B (89,8 %), avec une présence limitée en B2C (18,4 %) et B2B2C (20,4 %)³. Elles dominent les sous-secteurs gestion (38,8 %) et médias (30,6 %), avec une présence modeste dans la performance sportive (18,4 %) et l'inclusion & diversité (18,4 %). Leur base d'utilisateurs est limitée, mais elles comptent une proportion significative d'utilisateurs payants et une forte proportion d'utilisateurs hors France, suggérant une ambition internationale précoce. Les subventions (54 703 € en moyenne) restent modestes, et leur CA moyen (1,45 M€) reflète une activité encore en construction.

Cluster 2

Les innovateurs matures, axés fitness et bien-être

Ce cluster se distingue par des startups plus matures et mieux financées, avec un montant moyen de levées de fonds élevé (4,18 M€) et des subventions importantes (323 135 €). Leur modèle économique est principalement B2B (81,1 %), mais elles explorent aussi le B2C (48,6 %) et le B2B2C (29,7 %). Elles dominent les sous-secteurs Fitness & bien-être (70,3 %) et Santé (67,6 %), avec une forte présence dans le sport en entreprise (40,5 %). Leur base d'utilisateurs est plus développée (majoritairement de 10 000 à 100 000), avec un CA moyen de 1,92 M€ et une forte internationalisation. Ce groupe est bien positionné pour capitaliser sur des tendances comme la digitalisation du fitness et les solutions de santé connectée.

Cluster 3

Les spécialistes B2B2C, orientés équipements et performance

Ce cluster regroupe des startups légèrement moins avancées avec des levées de fonds plus faibles (330 421 €) et un CA moyen de 1,68 M€. Elles se distinguent par une forte adoption du modèle B2B2C (68,4 %), avec une présence limitée en B2B (21,1 %) et un focus sur le B2C (36,8 %). Elles se concentrent sur la performance sportive (52,6 %) et les équipements pour la pratique sportive (63,2 %), avec une présence notable dans les médias (26,3 %). Leur base d'utilisateurs payants est élevée, mais leur portée internationale reste limitée. Ce groupe excelle dans des solutions technologiques pour les équipements et la performance, souvent en lien direct avec les consommateurs finaux.

Le cluster 1 représente des startups émergentes et diversifiées, idéales pour des partenariats exploratoires. Le cluster 2, plus mature, est un moteur d'innovation dans le fitness et la santé, prêt à scaler à l'international. Le cluster 3, orienté B2B2C, se positionne comme un acteur clé pour des solutions d'équipements et de performance, avec un fort ancrage utilisateur et au niveau du territoire français.

² Le nombre optimal de clusters (k=3) a été déterminé via la méthode du coude et l'indice de silhouette, garantissant une bonne cohésion intra-cluster et séparation inter-cluster.

³ Comme présenté précédemment, les questions portant sur le business model ou les sous-secteurs n'étaient pas à choix unique. Certaines startups ont donc pu partager opérer simultanément plusieurs business models, ou au sein de plusieurs sous-secteurs. Pour plus d'informations, voir les données descriptives de l'échantillon.

FINANCEMENTS ET TRANSACTIONS DANS LA SPORTECH DANS LE MONDE ET EN FRANCE EN 2024



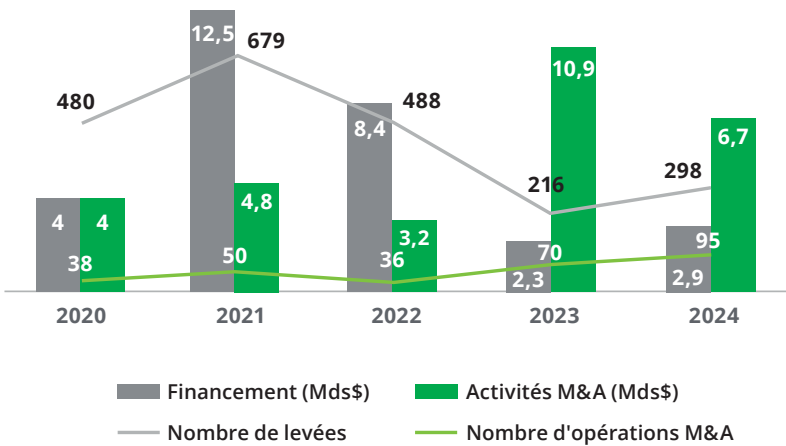
PANORAMA DES LEVÉES DANS L'UNIVERS DE LA SPORTECH

Une année caractérisée par une hausse des levées de fonds et la poursuite de la consolidation.

Les levées de fonds enregistrent un léger rebond

Après une année 2023 en demi-teinte, l'industrie mondiale de la sportech a traversé une année 2024 haussière, à la fois en termes de montants levés qu'en nombre d'opérations. En effet, avec **2,9 Mds\$ levés** au cours de l'année, l'écosystème de la sportech enregistre une hausse de 26% par rapport à l'année précédente.

Les levées de fonds et opérations M&A dans le monde depuis 2020



Source(s) : SportsTechx

La consolidation du secteur à l'échelle mondiale se poursuit, au travers d'importantes opérations M&A

À la suite d'une année 2023 record, les **activités de M&A dans le secteur continuent d'afficher une forme olympique**, s'élevant à environ **6,7 Mds\$**. La consolidation du secteur se poursuit, en témoigne les 95 opérations effectuées pendant l'année 2024.

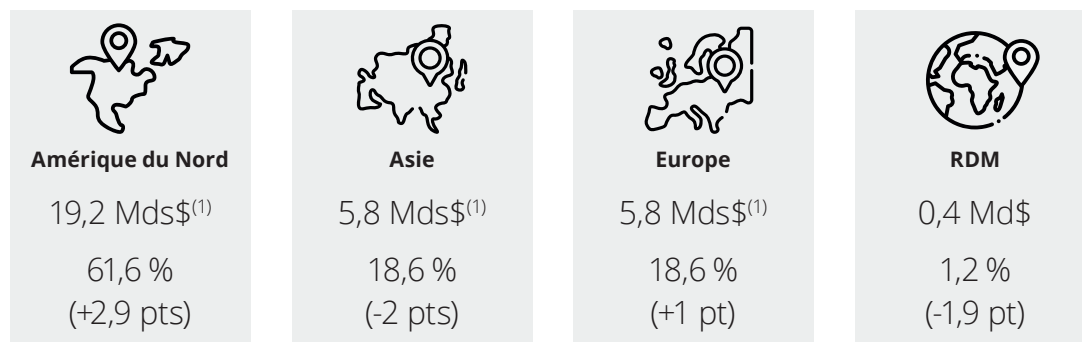
Opérations M&A significatives en 2024

Date	Cible	Description de la cible	Acquéreur	Valeur (M\$)
Sept-24	 	Site de paris sportifs		 2 600
Mai-24	 	Application mobile pour jouer à la loterie	 	750
Avr-24	 	Ligue professionnelle de courses de drones		 250

L'Amérique du Nord creuse l'écart, mais l'Europe rattrape l'Asie

- L'Amérique du Nord continue de s'imposer comme réceptacle majoritaire des investissements dans la SportTech, dynamisée par l'attractivité des startups étasuniennes
- L'Europe égalise et revient à hauteur de l'Asie en termes de fonds levés

Destination des levées de fonds de 2020 à 2024, en % (évolution VS 2019-2023)



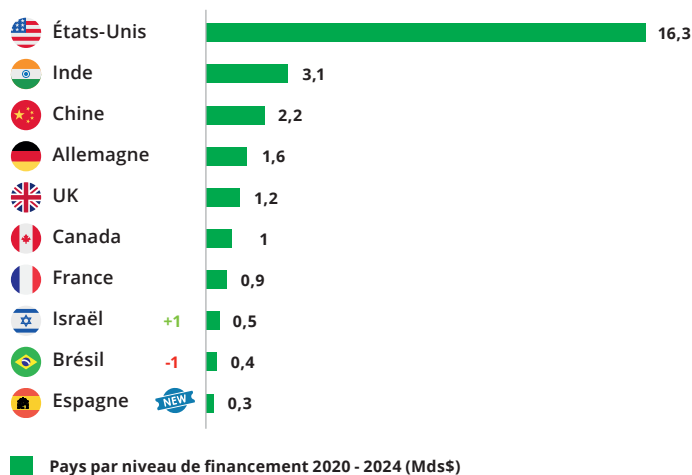
Classement mondial des pays par levées de fonds entre 2020 et 2024

Les États-Unis dominent le secteur de la SportTech avec 16,3 Mds\$ levés en cinq ans, suivis par l'Inde et la Chine qui se distinguent dans les jeux en ligne et l'eSport.

L'hégémonie des US

- Les États-Unis maintiennent leur prédominance en tant que leader dans l'industrie de la SportTech, ayant levé un total de **16,3 Mds\$ au cours des cinq dernières années.**
- Les États-Unis sont attractifs, et sont l'objet d'importants **investissements directs étrangers. De plus**, le pays bénéficie d'une forte présence de **fonds dédiés** au sport et à la SportTech (cf. page 25).
- En 2024, les États-Unis comptaient **15 des 34 licornes mondiales** du secteur.
- Les États-Unis sont les leaders sur les segments **hardware** et les applications d'exercice, au travers de startups comme Whoop, Strava, Peloton, entre autres.

Classement des pays par levées de fonds entre 2020 et 2024 (Mds\$)



L'Inde et la Chine complètent le podium

- L'Inde et la Chine se distinguent par leurs géants dans les **médias sportifs, les jeux en ligne et les plateformes dédiées à l'eSport.**

Le reste du classement demeure quasiment inchangé

- Le reste du marché reste **relativement stable**, les plus gros investissements ayant été réalisés en 2021 et 2022.
- L'Espagne fait son entrée au classement, portée entre autres par la levée de fonds de la **King's League de Gérard Piqué**, tandis qu'**Israël atteint la 8^e place en termes de fonds levés sur 2020-2024.**

Classement mondial des pays par levées de fonds entre 2020 et 2024

L'Allemagne caracole toujours en tête

eGym est devenu une licorne, et a levé **200 M\$** en septembre 2024

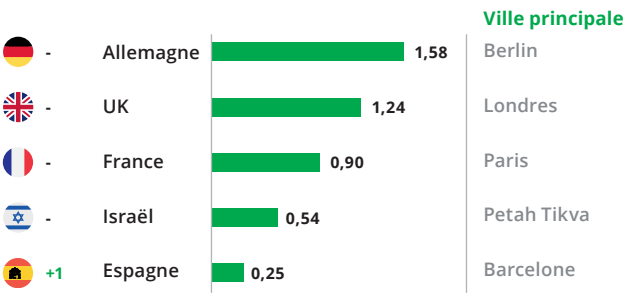
Le Royaume Uni et la France complètent le podium

- Le **Royaume-Uni** a bénéficié de la levée de fonds de **Minute Media**, de l'ordre de **150 M\$** en janvier 2024.
- La France reste à la 3^e place, du fait de la levée de fonds de Sorare de **680 M\$** en octobre 2021.

L'Europe tournée vers les fans et la pratique du sport par les amateurs

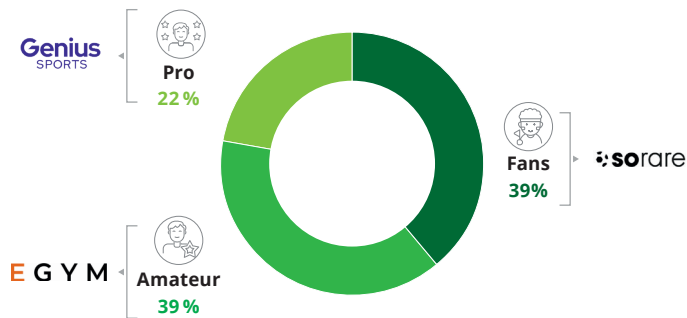
Les plus grosses levées de fonds récentes étaient dédiées à l'écosystème des supporters et à la pratique du sport par des amateurs

Classement des pays européens par levées de fonds entre 2020 et 2024 (Mds\$, à novembre 2024)



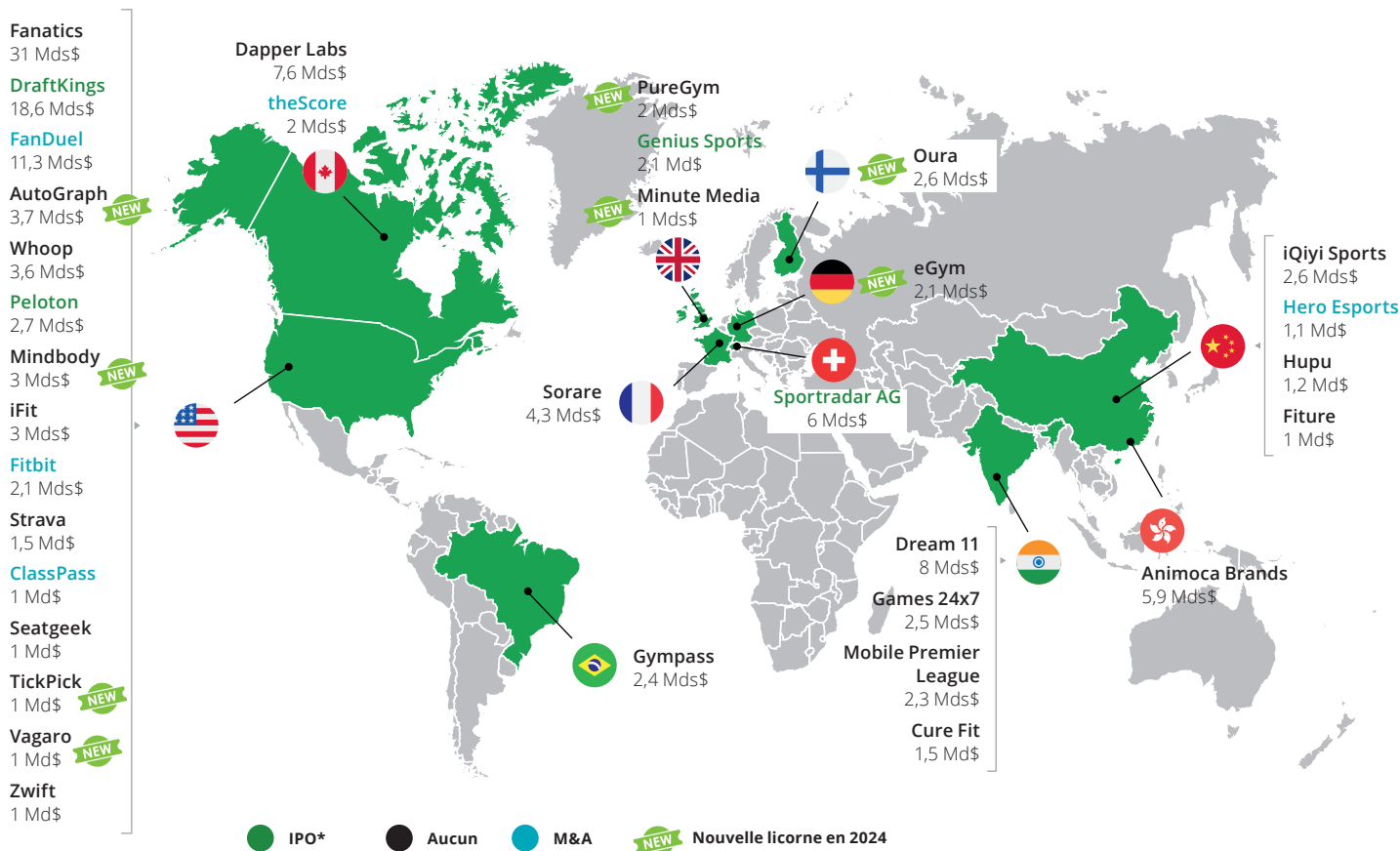
 Pays européens par niveau de financement 2020 - 2024 (Mds\$)

Ventilation des levées de fonds européennes (entre 2020 et 2024)



Les licornes de la sportech dans le monde

34 entreprises dont la valorisation dépasse 1 milliard de dollars



Analyse des plus grosses licornes mondiales

Les Etats Unis comportent 3 des 5 plus grosses licornes mondiales, avec Fanatics, Draft Kings & Fan Duel.

L'engouement envers ces licornes leaders se justifie par l'important marché domestique du sport sur le continent Nord-Américain, porté par les ligues majeures (telles que la NFL, la NBA ou la MLB) ainsi que le sport universitaire. En effet, les 3 licornes ont un business model basé sur l'effervescence autour de l'univers sportif professionnel étasunien.



Aperçu des 5 plus grosses licornes mondiales

Création	Licorne	Valorisation (Mds\$)	Description	Année statut licorne
2002	 Fanatics 	31	Plateforme de vente d'articles de sport	2012
2012	 DRAFT KINGS 	18,6*	Plateforme de paris en ligne de type Ligue fantasy	2015
2007	 FANDUEL 	11,3	Plateforme de paris en ligne de type Ligue fantasy	2015
2008	 DREAM11 	8	Jeux de fantasy dans divers sports	2019
2018	 Dapper 	7,6	Réseau blockchain apportant des NFT et de nouvelles formes d'engagement aux fans	2021

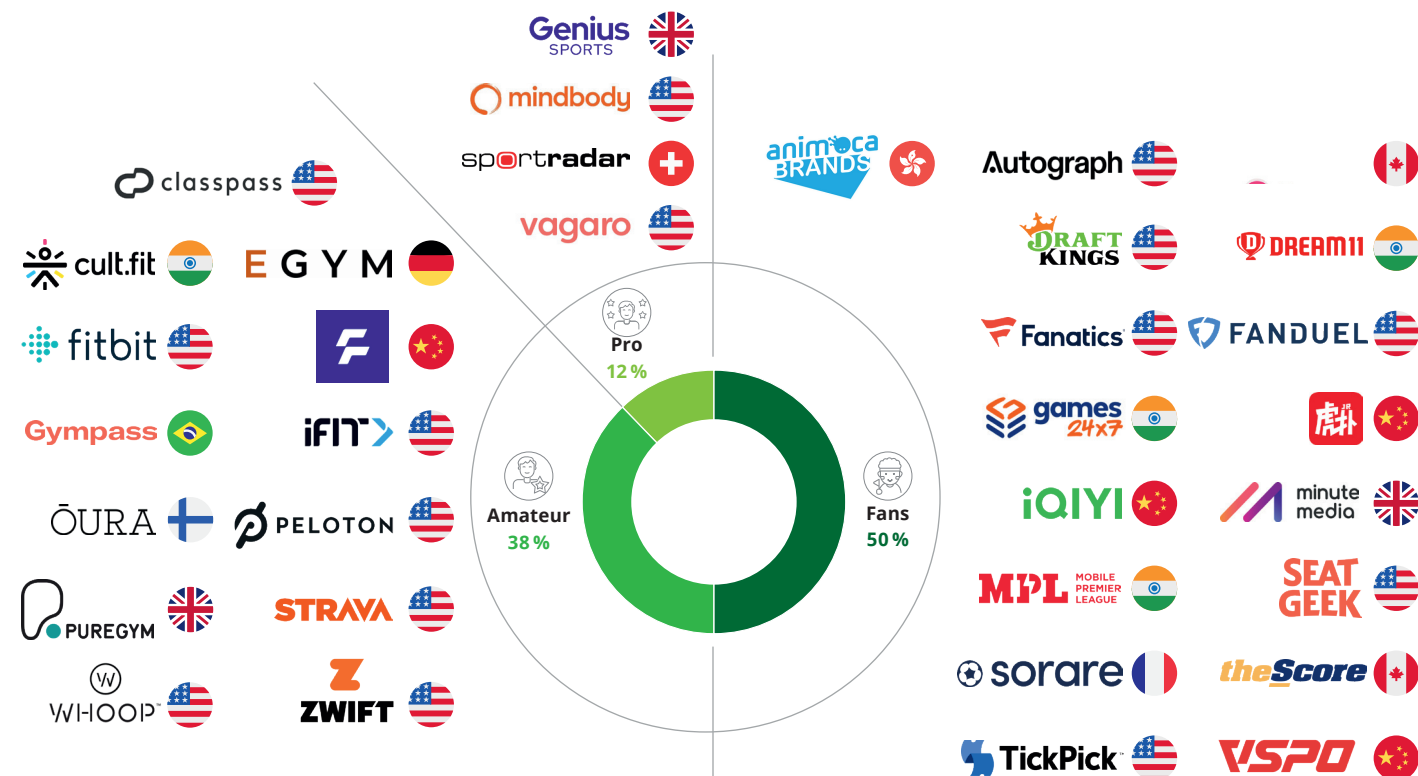
Analyse des nouvelles licornes en 2024

- Parmi les 8 nouvelles licornes en 2024, **4 sont américaines**, contre **4 européennes**.
- 4 d'entre elles, **Mindbody, Egym, Puregym & Vagaro**, sont liées à **l'exploitation ou à la gestion de salles de sport / centres de fitness**.
- Enfin, seule l'une d'entre elles est **dédiée au hardware** : **Oura**, entreprise finlandaise qui propose des **bagues connectées** permettant de suivre des données de santé.

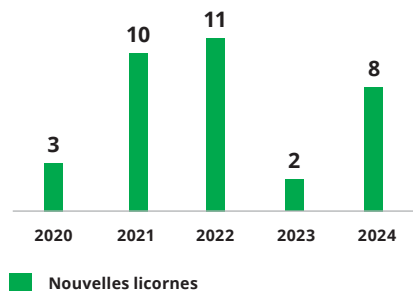
Aperçu des 8 nouvelles licornes en 2024

Création	Licorne	Valorisation (Mds\$)	Description
2021	Autograph 	3,7	Plateforme NFT qui rassemble les marques emblématiques du sport et de la culture pour créer des collections numériques
2000	 mindbody 	3	Fournisseur de logiciels pour les salles de sport et les entreprises de beauté
2013	ŌURA 	2,6	Bagues intelligentes qui suivent la qualité du sommeil et les performances sportives
2011	E G Y M 	2,1	Fournisseur de solutions d'entraînement intelligentes aux centres de fitness
2009	 PUREGYM 	2	Exploitation de salles de sport
2011	 minute media 	1	Média spécialisé dans le sport et la culture
2011	 TickPick 	1	Place de marché pour acheter, enchérir et vendre des billets pour le sport, les concerts et autres événements en direct
2009	vagaro 	1	Plateforme en ligne permettant de localiser des salles des sport et des spas aux alentours

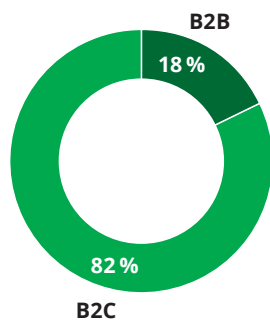
Licornes par typologies de secteur et de clients



Le nombre de nouvelles licornes entre 2020 et 2024

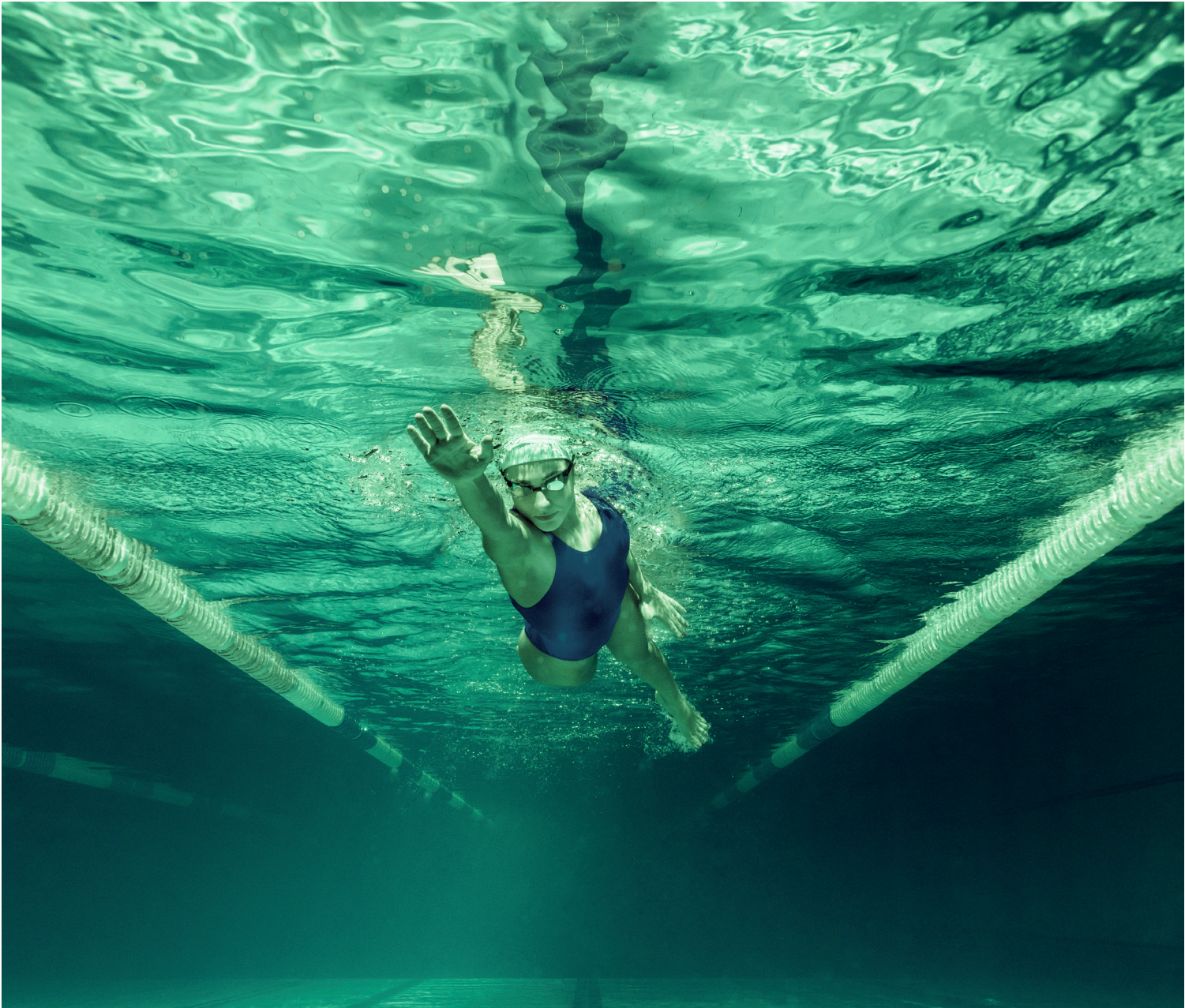


Licornes par typologies de clients



« Soonicorns » : les prochaines licornes de la sportech ?

Startup	Type	Description	Valorisation (M\$)
 	Amateur	Plateforme de fitness à domicile enrichie par l'intelligence artificielle	654
 	Amateur	Plateforme mondiale d'activités de fitness et de randonnées	736
 	Fans	Créateur de contenu, services, événements et expériences en plein air	600-900
 	Pro	Société de logiciels qui fournit des technologies et services de diffusion interactive	452-678



Panorama des investisseurs de la sportech

Les structures d'investissement impliquées dans la sportech

Amérique du Nord

Acles Investments 	Ackerley Sports Group 	Arctospartners 	Avenue Capital Group 	Backswing Ventures 	Beyond the Game Network 	Bluestone Equity 
Bruin Sports Capital 	Bryant Stibel 	Buildog Venture Fund 	Calvert Drive Ventures 	Capital Profulence 	Cardinal Sports Capital 	Cartan Capital 
Causeway Media Partners 	Cerro Capital 	Champion Venture Partner 	Collegiate Athletic Solutions 	Courtside Ventures 	Dicks Sporting Goods Sport Fund 	DRIVE by Draftkings 
Dynasty Equity 	Elysian Park Ventures 	EP Golf Ventures 	Fitlab 	Fitt Insider 	Game Above Sports 	Google Ventures 
Hawks Ventures 	Hbse 	Instudio Ventures 	ISOS 	JAZZ Venture Partners 	JDS Sports 	KB Partners 
Konvoy Ventures 	Lalotte Ventures 	LangLevan Group 	Liquid 2 Ventures 	LivWell Ventures 	LRMR Ventures 	Ludis Capital 
Maple Leaf Sport & Entertainment 	Mark Cuban Companies 	Mindspring Capital 	Monarch Collective 	Mosaic General Partnership 	MSP Capital 	Next 3 
Next Play Capital 	Next Ventures 	North Castle Partners 	Nova Prime Fund 	Old Tom Venture 	Oregon Sports Angels 	Phoenix Sports Partners 
Play Time HoldCo 	Playmaker Capital 	Plus Capital 	Rabil Ventures 	Raine Group 	Red Bird Capital Partners 	RSE Ventures 
RX3 Growth Partners 	Ryan Sports Venture 	Sapphire Sport 	Sapphire Sport Ventures 	SC30 	Scrum Ventures 	Serena Ventures 
SeventySix Capital 	SGIF 	Sharp Capital Advisors 	Sixers Innovation Group 	Stadia Ventures 	The Collectiv 	The Players' Impact 
Thirty 5 Ventures 	Titletown Tech 	TXV Partners 	Velocity Capital Management 	Versus Ventures 	WhiteRock 	Will Ventures 
WISE Ventures 						

Asie

ADvantage SportsTech Fund 	Asics Ventures 	Athletic Ventures 	Centre Court Capital 	Da One Global Ventures 	Dopamine Sports Ventures 	Dream Sports Investments 
Fitness Ventures 	Immutable 	iON Crossover Partners 	Lumikai Ventures 	Play Ventures 	Rainmatter 	Remagine Ventures 
Swing Capital 	Unived Fund 	Varcis Capital 	Wildcard Ventures 	XT Ventures 	XV Capital 	

Europe

24HayMarket 	Alima Sport VC 	Alumni Ventures 	Apex Capital 	Aser Ventures 	Athletico Ventures 	B4 Sports 
BITKRAFT Esport Ventures 	Crowdsport 	Decathlon Pulse 	Gaint Venture Capital 	Guinness Ventures 	Hiro Capital 	Indigo SportsTech 
Inspiring Sport Capital 	Ixia Capital 	Kosmos Holding 	Match Ventures 	Mercuri 	Mercury 13 	Northzone 
Players Fund 	Players Tech 	Pulsar VC 	RUTA VC 	Seventure Partners 	Shorai 	Skin in The Game 
Sparring Sport Capital 	Sport Republic 	Sports Investment Partners 	SRG Capital 	Tekkor Capital Partners 	The Factory Sportstech Fund 	Ve2 Ventures 
Ve2Fund 	Venturerock 	Xarxa Capital 				

Reste du monde (RdM)

Bossanova 	Go4it 	Sports angels 
--	--	--

Les principaux sportifs internationaux investisseurs et entrepreneurs dans la sportech

		Startup	Pays de la startup
Giannis Antetokounmpo	a créé	Improbable Media	
David Beckham	a créé	Guild Esport	
Magnus Carlsen	a investi dans	TOCA Football, SportAI	
Magic Johnson	a créé	Washington Spirit	
Lebron James	a investi dans	StatusPro	
		Startup	Pays de la startup
Harry Kane	a investi dans	TOCA Football	
Alex Morgan	a investi dans	Splash Sports, Classic Football Shirts	 
Rafael Nadal	a investi dans	Playtomic	
Cristiano Ronaldo	a investi dans	Whoop, UFL Soccer Gaming	 
Venus Williams	a investi dans	WeWard	



L'impact des athlètes investisseurs sur le financement

27 startups sur 124 sondées, soit 21,8% de l'échantillon, ont des athlètes investisseurs à leur cap table.

L'analyse de l'impact de la présence d'un athlète investisseur au sein de leur cap table des startups révèle un effet significatif sur les montants totaux levés par ces dernières. En moyenne, les startups bénéficiant d'un athlète investisseur enregistrent des levées de fonds supérieures de 500 000 € par rapport à celles qui ne disposent pas d'un tel investisseur.

Plusieurs explications sont possibles :



Effet de notoriété

Un athlète investisseur, souvent une personnalité publique, peut apporter une visibilité accrue à la startup. Cette notoriété peut attirer l'attention d'autres investisseurs, de partenaires ou de clients potentiels, augmentant ainsi la crédibilité et l'attractivité de l'entreprise.



Confiance des investisseurs

La participation d'un athlète peut être perçue comme un signal positif par d'autres investisseurs. Cela peut suggérer que la startup a été minutieusement évaluée ou qu'elle a un potentiel élevé, incitant ainsi des levées de fonds plus importantes.



Réseaux et connexions

Les athlètes, surtout ceux de haut niveau, disposent souvent de réseaux influents (agents, sponsors, entrepreneurs). Leur implication peut ouvrir des portes à des financements supplémentaires ou à des opportunités stratégiques, ce qui se reflète dans les montants levés.



Impact psychologique ou marketing

La présence d'une figure connue peut renforcer l'image de marque de la startup, facilitant les campagnes de financement ou les négociations avec des fonds d'investissement.



Les athlètes français actifs dans l'écosystème de la Sportech

 Athlétisme • Guillaume Adam • Stéphane Diagana	 Basketball • Tony Parker	 Boxe/Kickboxing/MMA • Jérôme Le Banner • Cyril Gane	 Cyclisme • Tony Gallopin	 Danse • Laure Colmard
 Escrime • Laura Flessel	 Football • Benjamin André • Cédric Bakambu • Jonathan Bamba • Maxime Colin • Patrice Evra • Clément Grenier • Eugénie Le Sommer • Hugo Lloris • Grzegorz Krychowiak • Clément Lenglet • Valentin Rongier • Mohamed Simakan • Grégory Sertic • Aurélien Tchouaméni • Raphaël Varane	 Handball • Nedim Remili • Thierry Omeyer	 Judo • Teddy Riner	 Natation • Alain Bernard • Camille Lacourt
 Pelote Basque • Pierre Etchalus	 Rugby • Benjamin Kayser • Thierry Dusautoir • Marc Liévremont • Thomas Liévremont • François Trinh-Duc	 Ski • Victor Galuchot	 Tennis / Tennis Fauteuil • Quentin Halys • Stéphane Houdet	 Ultra-trail • Mathieu Blanchard • François d'Haene • Courtney Dauwalter

(Données déclaratives issues de l'enquête menée auprès de 124 startups françaises)

Qu'en pensent les startups ?

Lorsque nous demandons aux startups les raisons pour lesquelles ces dernières s'associent avec des athlètes, plusieurs raisons stratégiques et complémentaires sont mentionnées. Tout d'abord, **la notoriété et la visibilité** offertes par ces figures sportives permettent d'accroître la portée de la marque auprès du grand public, des communautés sportives et des investisseurs. Ensuite, **l'expertise métier et la crédibilité** qu'ils apportent renforcent la légitimité des produits ou services, notamment en alignant les solutions sur les besoins réels des utilisateurs, qu'il s'agisse de sports comme la natation, le football ou l'endurance.

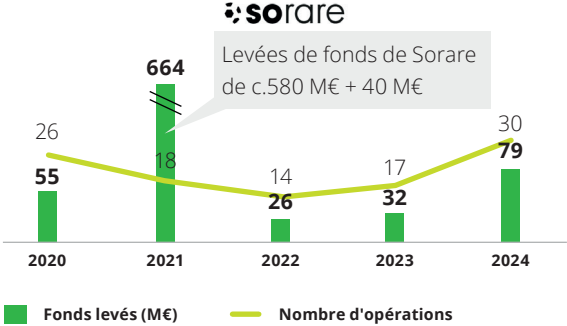
De plus, ces partenariats offrent un **accès à des réseaux influents (athlètes, clubs, investisseurs)**, facilitant le développement et le financement des projets. Certains athlètes vont au-delà d'un simple rôle d'ambassadeur en s'impliquant activement dans la création et la gestion, motivés par une adhésion aux valeurs ou une vision sociétale du projet. Enfin, **des motifs opportunistes, humains ou passionnés** ainsi que l'innovation technologique dans le sport complètent ces collaborations, qui allient impact pratique et image positive pour les deux parties.

Performances de la sportech française en 2024

Une année impressionnante

La sportech française a enregistré une magnifique année 2024, sans aucun doute stimulée par les Jeux Olympiques et Paralympiques organisés à Paris. En effet, le montant des fonds levés durant l'année a plus que doublé par rapport à l'an passé, et un nombre important d'opérations a pu être observé.

Les levées de fonds et nombre d'opérations en France depuis 2020 (M€)



Levées de fonds

Date	Cible	Description de l'opération	Investisseur(s)
Déc-24		Bsport, éditeur d'un logiciel de gestion et de marketing pour les acteurs du sport "bien-être" récolte 30 M€ (15 M€ d'augmentation de capital, et autant de secondaire)	  
Nov-24		Arenamatrix, spécialisée dans les solutions Data et CRM pour le secteur culturel et sportif, a levé 8 M€ afin de s'imposer comme leader européen	  
Oct-24		Fungiball, plateforme innovante de fantasy tennis, a réalisé un financement en pré-seed de 2,2 M€, principalement pour renforcer l'équipe technique	   
Avr-24		Snowleader, startup spécialisée dans la distribution B2C de vêtements outdoor, a levé 7,5 M€ afin de se déployer en Europe	Investisseurs  privés
Jan-24		Climbing district, groupe de salles d'escalade, a levé 10 M€ afin de se développer en Ile-de-France et en Europe	  
Jan-24		Kinvent, leader européen des solutions de kinésithérapie connectée, a levé 16 M€, afin de développer la R&D et de se développer commercialement à l'international	

La consolidation du secteur se poursuit, au travers des acquisitions par les fonds de PE et par les leaders du secteur. Les startups commencent également à se structurer, et font notamment l'acquisition de certains de leurs concurrents.

- Climbing district a fait l'acquisition d'un homologue italien.
- Kinomap a fait l'acquisition de son concurrent Fit Immersion.



Deals M&A/LBO

Date	Cible	Description de l'opération	Acqureur(s)
Nov-24	 urbanwall KUNDALINI SSD	 Climbing District, l'entreprise d'escalade urbaine, à la tête de 6 salles à Paris, initie son internationalisation avec la reprise de l'italien Urban Wall	 climbing district 
Oct-24	 FIT IMMERSION	 La startup héraultaise spécialisée dans les expériences immersives en vélo par la réalité virtuelle est rachetée par son concurrent.	 kinomap 
Juil-24	 PLAYERS ICI, ÇA JOUE	 Le réseau azuréen de foot à cinq et de padel de plus de 30 M€ de chiffre d'affaires passe sous le contrôle de Vendis Capital, qui s'associe aux fondateurs dans le cadre d'une transaction nouée autour de 80 M€ à 100 M€	 VENDIS CAPITAL 
Mars-24	 URBAN SOCCER  URBAN PADEL 	Général 48 M€ de chiffre d'affaires, l'entreprise auvergnate de padel et de foot à cinq rejoint le leader européen des loisirs, Compagnie des Alpes, qui la valorise 157 M€	 Compagnie des Alpes 
Jan-24	 act for sport 	ACT FOR SPORT, société développée au sein de l'entreprise Grinta, devient indépendante. Le management est soutenu par Generis Capital et Bpifrance	 Generis Capital Partners   bpifrance 

Perspectives pour la sportech française : le point de vue de Seventure Partners

Seventure Partners, via sa verticale Sport et bien-être, capitalise sur un positionnement précoce et une stratégie validée, avec un premier fonds de 40 millions d'euros qui touche à sa fin. La phase 2, en pleine préparation, vise une expansion européenne et un accompagnement de scale-ups, dans un secteur en consolidation porté par des entrepreneurs expérimentés et des synergies croissantes. Un enseignement : l'écosystème sportech français est prometteur, mais nécessite encore des investissements massifs et une structuration à l'échelle européenne pour atteindre son plein potentiel.

« Il y a cinq ans, nous avons identifié un potentiel dans la Sportech. Ce n'était pas juste un coup opportun lié aux JOP 2024, dont BPCE est partenaire, mais une réponse à une vraie dynamique : de plus en plus de dossiers sport et santé arrivaient sur notre radar. Avec notre premier fonds de 40 millions d'euros, aujourd'hui en fin d'investissement, nous avons sélectionné 14 entreprises sur 1 500, un taux classique de 1 %. Des pépites comme Kinomap, ou Skillcorner, qui atteint 10 millions d'ARR, montrent que le marché français prend forme. Force est de constater que depuis 2019, les startups de la sportech passent des caps : plus de scale-ups, du chiffre d'affaires qui se consolide, et un effet réseau qui rappelle l'essor du digital ! »

66

Aujourd'hui, la France est dynamique, mais encore focalisée sur elle-même – et nos investissements sont franco-français pour l'instant. Le marché se structure, avec des réussites rentables comme TSG, Freejump ou Hardloop, et des synergies qui émergent avec des corporates comme Adidas, des clubs ou des fédérations. Pourtant, il manque une échelle européenne.

99

Ce premier bilan illustre une montée en puissance significative de l'écosystème sportech en France. Les succès initiaux de ces startups, combinés à une vision stratégique claire, posent les jalons d'un secteur en pleine maturation. Cependant, cette dynamique ne constitue qu'une étape : le véritable défi réside dans la capacité à transformer ces promesses en réussites durables à plus grande échelle.

Cette observation met en lumière une tension clé : si la France excelle dans l'innovation locale, elle doit désormais relever le défi de l'internationalisation. Les partenariats avec des acteurs majeurs et la consolidation des réussites actuelles pourraient servir de tremplin, mais une ambition européenne devient indispensable pour rivaliser sur un marché global de plus en plus concurrentiel.

« À cinq ans, je vois une accélération nette, portée par les repeat entrepreneurs – un besoin criant pour solidifier ce secteur d'ici 2026-2028. Le gâteau Sportech va grossir, mais il faut des fonds capables de mettre 10 à 20 millions d'euros pour faire décoller les scale-ups. Les corporates, de l'agro à la mode, et les acteurs de private equity s'y intéressent déjà, c'est un signal fort. Notre stratégie, c'est de rester en avance de phase, focalisés sur le sport – pas d'e-sport ni de betting – avec une ou deux stars par fonds, comme objectif. La Sportech française a un vrai potentiel, dopée par l'innovation et un recrutement facilité, mais pour peser vraiment, elle doit chercher à se structurer à l'échelle européenne. »

Bruno Rivet
Seventure Partners
le 25/03/2025

Géographie de la Spor Tech en France



CROISSANCE, FINANCEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES STARTUPS SONDÉES

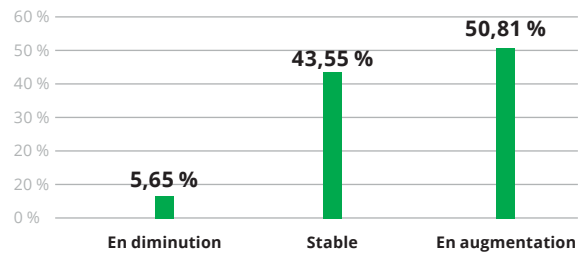
Croissance et état de développement

La moitié des startups sportech enregistrent une augmentation de leurs effectifs

L'année dernière, 70 % des startups sondées comptaient entre 1 et 10 employés. Cette année, ce chiffre demeure stable, à 68 %. Par ailleurs, 8 % des startups ont un effectif situé entre 50 et 250 personnes, tandis que 24 % se situent entre 11 et 50 employés.

En 2024, **51% des startups ont enregistré une augmentation de leurs effectifs**, 43,5% ont maintenu des effectifs stables et 5,5% ont signalé une diminution. Ces chiffres confirment la dynamique positive dans laquelle s'engagent les startups de la sportech en France.

Évolution des effectifs des startups de la sportech en 2024



Chiffre d'affaires

Dans le cadre de notre enquête, 37 entreprises ont consenti à fournir leur chiffre d'affaires exact de l'année précédente.

- Le chiffre d'affaires moyen s'élève à 4 775 051,92 euros.
- Le chiffre d'affaires médian est de 532 000,00 euros.

CA moyen 4 775 051,92 €	CA médian 532 000 €
---	---

Les sources de financement prisées par les startups de la sportech



63 %

des startups de l'échantillon ont levé des fonds



55 %

ont contracté un prêt



10 %

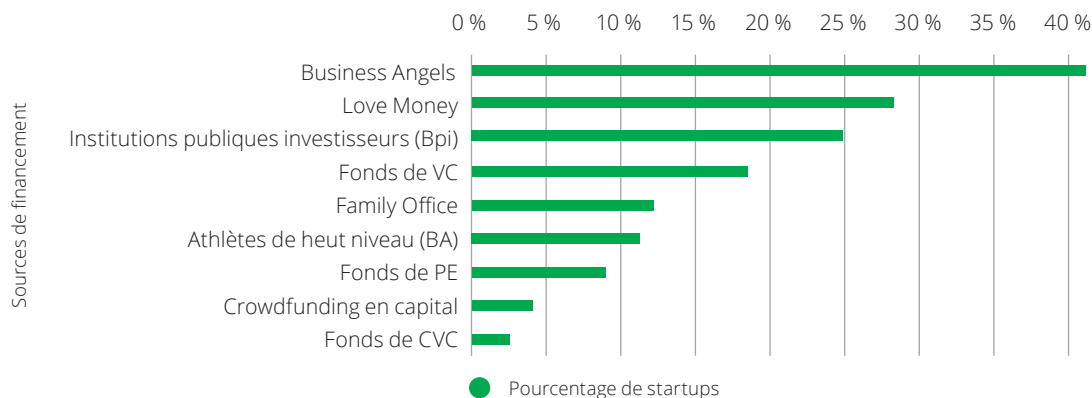
ont procédé à un financement participatif



7 %

ont investi en fonds propres

Auprès de qui les startups de la sportech se financent-elles ?



Bpi France demeure un acteur majeur dans le financement du développement de la sportech, en démontrant particulièrement une forte attractivité envers les startups évoluant dans le sous-secteur de la performance sportive.

Un accès aux subventions principalement à l'échelle nationale

MONTANT MOYEN

des subventions reçues
par les entreprises

312 556.72 €

MONTANT MÉDIAN

des subventions reçues
par les entreprises

50 000 €

L'enquête révèle que 70% des startups sondées ont reçu des subventions. Il convient de noter que la majorité des subventions sont obtenues au niveau national. Malgré l'existence de programmes de financement européens dédiés au sport et à l'innovation, leur utilisation reste limitée : seulement 8% des startups sportech sondées ont tiré parti de cette opportunité.

Une meilleure structuration des candidatures et un accompagnement spécifique pourraient améliorer cet accès au financement. De plus, l'ouverture aux écosystèmes internationaux en créant des ponts entre structures d'accompagnement ou avec les homologues internationaux peut permettre d'élargir les opportunités de financement et d'innovation.

Renforcer ces connexions permettrait :

- une meilleure intégration dans les réseaux sportech européens ;
- une participation accrue aux programmes de financement européens (ex. Horizon 2020) ;
- un positionnement stratégique sur des niches d'excellence pour assurer un leadership sectoriel ;

Les attentes des acteurs de l'écosystème sportech

Les startups sportech en recherche de financements

Parmi les startups interrogées, 69,4%, soit 86 d'entre elles, sont actuellement en quête de financements. Cette recherche de fonds est principalement observée dans le sous-secteur « fitness et bien-être ».

Pour obtenir des informations supplémentaires sur les startups en quête de financement, veuillez consulter l'annexe de cette étude, listant les startups ainsi que les montants recherchés lorsque ceux-ci sont spécifiés.

Les attentes des startups sportech vis-à-vis de leurs investisseurs

En toute logique, les apports financiers sont la priorité numéro 1 pour la majorité des startups. L'accès aux fonds étant actuellement le besoin le plus critique pour soutenir la croissance ou le développement initial des startups sportech.

Visibilité, réseau et communication au marché et apports de compétences : Ces deux attentes ont reçu des scores proches, indiquant une priorité modérée (souvent rang 2 ou 3). Elles sont presque équivalentes, reflétant un besoin d'accompagnement stratégique et de connexions.

Avec le score le plus bas, les apports en nature sont moins prioritaires pour les startups, proposition souvent classée en 3 ou 4, suggérant que ces besoins sont moins essentiels ou déjà couverts.

Les startups sondées valorisent d'abord les ressources financières, suivies par des apports stratégiques (réseau, compétences), tandis que l'accès à des infrastructures physiques est secondaire. Cela reflète un stade encore précoce pour l'écosystème où les fonds liquides sont cruciaux.

Les attentes des investisseurs VC envers les startups

Avoir de la traction et investir personnellement dans sa réussite

Nos résultats soulignent que les startups ayant reçu des fonds de capital-risque ont un chiffre d'affaires plus élevé, ce qui peut s'expliquer évidemment par le fait que les fonds VC permettent d'investir pour la croissance (marketing, R&D, expansion internationale). Cela peut sous-entendre également une sélection opérée par les VC, qui investissent dans des startups à fort potentiel, qui génèrent déjà ou sont capables de générer un chiffre d'affaires important. Une observation en phase avec les propos recueillis par les fonds de capital-risque depuis 2022 en France.

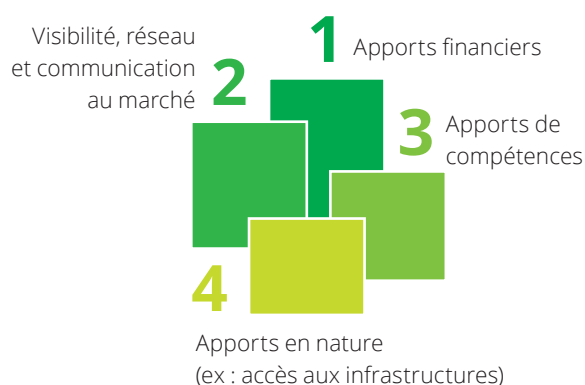
Une autre condition préalable à l'accès aux financements de fonds VC est d'avoir investi personnellement dans le développement de sa startup. Les résultats des analyses montrent un lien significatif entre la réception de financements de fonds VC et l'investissement initial avec ses propres fonds pour développer son entreprise.

Viser l'impact social

Les analyses ont permis d'établir un lien significatif entre le fait de bénéficier d'investissements de fonds de VC et d'opérer dans le sous-secteur « Inclusion & diversité. »

Cela pourrait donc signifier que les startups dans le sous-secteur « Inclusion & diversité » sont plus susceptibles d'attirer des investissements de fonds de VC, et inversement, que les VC ciblent volontairement ce sous-secteur.

En effet, le sous-secteur "Inclusion & diversité" pourrait être perçu comme porteur d'impact social ou de croissance (ex. : inclusion des femmes ou handicap dans le sport – voir notre dossier sur le sujet en fin de cette étude), attirant des VC sensibles à ces thématiques ou cherchant des opportunités dans des niches en expansion.





PERSPECTIVES INTERNATIONALES POUR LA SPORTECH FRANÇAISE

L'attraction des investisseurs internationaux

28,2% de startups sondées ont bénéficié d'investissements étrangers. Le tableau ci-contre met en avant les pays d'origine les plus mentionnés.

Les investisseurs étrangers et la sportech française

Classement	Pays d'origine
1	États-Unis
2	Suisse
3	Royaume-Uni
4	Belgique
5	Luxembourg
6	Allemagne
7	Australie, Grèce, Italie
Autres pays mentionnés	Arabie Saoudite, République Tchèque, Portugal, Pologne, Émirats Arabes Unis, Qatar, Maroc, Espagne

Dominance des États-Unis

Les États-Unis se classent en tête, ce qui reflète leur position de leader mondial en termes d'investissements dans les startups sportech. Cela peut s'expliquer par la présence de fonds d'investissement majeurs (ex. : Base10) et un marché VC très développé.

Forte présence européenne

La Suisse (8 mentions), le Royaume-Uni (6 mentions, incluant les mentions spécifiques à l'Angleterre), la Belgique (5 mentions), le Luxembourg (5 mentions), et l'Allemagne (4 mentions) montrent une forte implication des investisseurs européens.

Investisseurs diversifiés

Des pays comme l'Australie, la Grèce, et plusieurs pays du Moyen-Orient (Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Qatar, Moyen-Orient) apparaissent, indiquant une diversification des sources de financement, bien que moins fréquente.

Le développement de la sportech à l'international

Les pays où la sportech française s'exporte

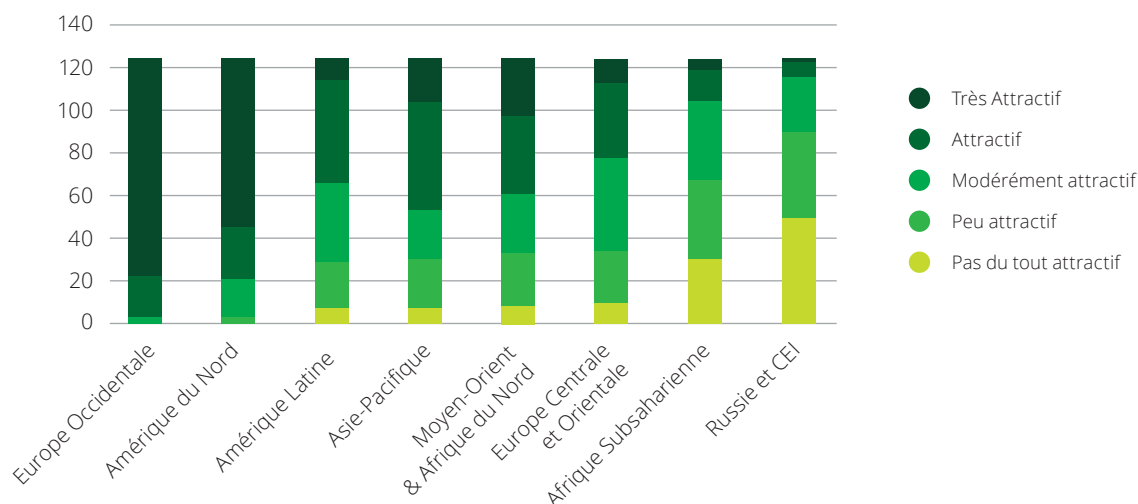
Un total de 14,5 % des entreprises interrogées ont des activités à l'international.

Pays les plus représentés : L'Espagne et le Royaume-Uni concentrent le plus grand nombre de startups sportech, suivis par les États-Unis, ce qui met en évidence une forte présence européenne et nord-américaine.

Pays à forte attractivité : Le Japon se distingue comme un marché clé en Asie, probablement en raison de son intérêt pour les technologies sportives, et renforcé par des événements comme les Jeux Olympiques et Paralympiques de Tokyo 2020, ou encore les championnats du monde d'athlétisme à venir, en septembre 2025.

Région du monde	Pays	Startups
Afrique du Nord	Algérie	NATURAL GRASS
	Maroc	NATURAL GRASS
	Sénégal	FANarZONE
Amérique du Nord	Canada	Weezevent, Arenamatrix
	États-Unis	FANarZONE, Xenos Labs, SkillCorner, WeWard, VOGO, KINVENT
Amérique Latine	Argentine	SkillCorner
Asie-Pacifique	Japon	Cryo Control, Xenos Labs, SkillCorner, NATURAL GRASS
Europe Centrale et Orientale	Moldavie	SkillCorner
Europe Occidentale	Allemagne	ODIHO, SkillCorner, Weezevent, bsport, Arenamatrix
	Autriche	Arenamatrix
	Belgique	NATURAL GRASS, Weezevent
	Espagne	ODIHO, SkillCorner, WeWard, bsport, NATURAL GRASS, Weezevent, Sportiw, SportEasy, United Heroes, KINVENT
	Grèce	KINVENT
	Italie	Sportigo, SkillCorner, Arenamatrix
	Portugal	SkillCorner
	Royaume-Uni	GiveVision, ODIHO, SkillCorner, bsport, NATURAL GRASS, Weezevent, VOGO
	Suisse	FANarZONE, ODIHO, Weezevent
Moyen-Orient	Arabie Saoudite	FANarZONE
	Qatar	Cryo Control

L'attractivité des marchés régionaux selon les startups de la sportech



L'attractivité des marchés régionaux pour les startups sportech varie considérablement selon les zones géographiques, avec des disparités marquées dans les perceptions.

- L'Europe Occidentale (Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Italie...) se positionne logiquement comme le marché le plus attractif, avec 101 startups le jugeant "très attractif" et 20 "attractif", grâce à un écosystème sportif développé et des infrastructures technologiques solides.
- L'Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada) suit de près, avec 78 startups le considérant "très attractif" et 25 "attractif", portée par un marché sportif dynamique et un fort potentiel d'investissement.

- Les régions Asie-Pacifique (Chine, Japon, Australie, Inde... ; 51 "attractif", 20 "très attractif") et Amérique Latine (Brésil, Argentine, Mexique... ; 48 "attractif") offrent également des opportunités, notamment pour des solutions grand public.
- En revanche, la Russie et CEI (49 "pas du tout attractif", 41 "peu attractif") et l'Afrique Subsaharienne (Afrique du Sud, Nigeria, Kenya... ; 31 "pas du tout attractif", 36 "peu attractif") sont perçus comme les moins attractifs, probablement en raison de barrières économiques, géopolitiques ou infrastructurelles.



DYNAMIQUES DE LA SPORTECH EN FRANCE : ÉTAT DES LIEUX DES ÉCOSYSTÈMES ET PERSPECTIVES DE TRANSFORMATION



Cette partie de l'étude s'inscrit dans une démarche d'analyse des écosystèmes d'innovation français catégorisés « Sport », et contribuant au développement des startups de la sportech en France. Notre cadre méthodologique mobilise une analyse documentaire approfondie, un recours aux données accessibles sur les portails publics et une série d'entretiens semi-directifs avec les acteurs clés du secteur.

RADIOGRAPHIE DE L'INNOVATION DANS LE SPORT EN FRANCE : UNE FILIÈRE EN MOUVEMENT

L'économie du sport en France représente un secteur en forte croissance, contribuant à **près de 2,6 % du PIB**, soit plus de **68 milliards d'euros**⁴.

L'innovation et l'entrepreneuriat jouent un rôle clé dans cette dynamique, et l'essor de la **sportech**, porté par les startups, les pôles de compétitivité et l'investissement privé, stimule le développement de nouvelles solutions permettant de faire évoluer le secteur du sport en France.

Il est important de comprendre que ce mouvement s'ancre dans des logiques territoriales de spécialisation, avec la présence d'écosystèmes régionaux portant le développement de la filière à travers divers projets d'innovation. Il semble donc essentiel de les examiner ainsi que de mettre en avant la manière dont ils contribuent à façonner l'avenir du sport.

Mobiliser le prisme analytique des écosystèmes d'innovation

Cadre théorique et approche des écosystèmes d'innovation

Dans les propos qui suivent, l'analyse des écosystèmes d'innovation dédiés au sport mobilise des cadres théoriques complémentaires, en ligne avec les travaux précédents de Deloitte (2018)⁵, notamment la théorie des clusters (Porter, 1998)⁶ et l'approche des écosystèmes d'innovation (Moore, 1996)⁷.

Notons tout d'abord que les écosystèmes d'innovation, souvent appelés « clusters », ne se limitent pas à un simple regroupement d'entreprises d'un même domaine ou d'organisations locales travaillant autour d'une même activité. Leur objectif est la collaboration pour permettre d'accéder ensemble à des marchés qu'ils n'auraient pas pu conquérir seuls.

Classiquement, l'innovation dans un domaine résulte de liens intimes et de la coopération entre les pouvoirs publics, le secteur privé et les institutions académiques. Cependant, en se basant sur la littérature regardant l'innovation ouverte ou l'entrepreneuriat, des éléments supplémentaires jouent aussi un

rôle clé dans le développement d'avantages compétitifs, comme les infrastructures, la gestion de la propriété intellectuelle ou encore les investissements.

Dans la suite de notre analyse, la notion d'écosystème est abordée au sens large comme une concentration d'acteurs, eux-mêmes interconnectés : startups, organisations sportives, structures d'accompagnement, établissements d'enseignement et de recherche, etc.

Typologie des écosystèmes d'innovation dans le sport en France

L'analyse typologique des écosystèmes d'innovation en France révèle quatre configurations distinctes, déjà présentées dans des travaux antérieurs (Deloitte, 2018) :

- **Les écosystèmes académiques**, dont l'objectif principal est le transfert de connaissances vers le secteur privé, notamment via la fertilisation croisée entre la recherche et le monde du sport pour développer des innovations applicables au monde socio-économique.
- **Les écosystèmes industriels**, constitués majoritairement d'entreprises déjà considérées comme matures, dont l'objectif est une amélioration de la compétitivité de ses membres, passant notamment par une mutualisation des ressources afin d'optimiser les processus de production ou de distribution.
- **Les écosystèmes constitués autour des usages**, dont l'objet est de contribuer à la transformation des pratiques, à sa reconnaissance et/ou sa diffusion, ceux-ci sont majoritairement composés de fédérations, de clubs, et bénéficient par exemple de l'implication d'agences de développement territorial, comme la Banque des Territoires.
- **Les écosystèmes entrepreneuriaux**, dont l'objectif est la création et le soutien au développement de nouvelles solutions marchées. C'est principalement dans cette catégorie que sont rassemblés les programmes d'accélération ou d'incubation, les startups, les fonds d'investissement spécialisés, les regroupements d'entreprises, etc.

⁴ BPCE L'Observatoire : étude 2023 sur l'économie du sport. (2024, 9 avril). Groupe BPCE. <https://www.groupebpce.com/la-banque-du-sport/acteur-de-leconomie-du-sport/notre-etude-sur-la-filiere-sport/la-filiere-sport-les-challenges-dune-championne/>

⁵ Synthèse en français de l'étude « Réalisation d'une cartographie des clusters du « sport » en Europe, (2018), Deloitte.

⁶ Clusters and the New Economics of Competition - Article - Faculty & Research - Harvard Business School. (s. d.). <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=46852>

⁷ Predators and prey : a new ecology of competition. (1993, 1 juin). PubMed. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10126156/>

Ces écosystèmes ont néanmoins un objectif commun : renforcer l'influence du sport dans la sphère socio-économique, par le partage d'infrastructures, l'organisation d'événements fédérateurs, et le soutien à l'innovation et aux nouveaux projets.

Sans pour autant exclure totalement de notre analyse les autres types d'écosystèmes, la suite de notre analyse se concentrera principalement sur les écosystèmes entrepreneuriaux et initiatives afférentes.

Les écosystèmes qui font l'innovation dans le sport en France

Une diversité d'écosystèmes ancrée dans des spécificités territoriales

La filière sport en France possède une grande diversité d'acteurs, avec des regroupements d'entreprises sur des zones géographiques données. Cette diversité peut évidemment s'expliquer par des considérations territoriales, menant à une spécialisation sportive sur un territoire donné, comme les sports outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes porté par OSV, ou encore les sports de glisse sur la côte ouest, avec Euro-SIMA

Elle peut aussi parfois être expliquée par des raisons historiques et culturelles, comme c'est le cas avec la présence d'acteurs dédiés à la filière équine, troisième sport olympique en nombre de licenciés en France, avec près de 700 000 licenciés⁸, et plus de 2,5 millions d'adeptes occasionnels ou réguliers de l'équitation⁹.



⁸ Bien-être animal, environnement, main-d'œuvre... La filière cheval française face à de multiples défis. (s. d.). INRAE Institutionnel. <https://www.inrae.fr/actualites/bien-etre-animal-environnement-main-doeuvre-filiere-cheval-francaise-face-multiples-defis>

⁹ L'équitation et les Français. (s. d.). <https://www.sportsdenature.gouv.fr/equitation/observation/pratiquants>



Liste des acteurs clés des écosystèmes entrepreneuriaux dédiés au sport en France en 2024

	Nom	Date de création	Positionnement	Zone d'influence
	SporTech	2019	Sportech, tous sports	Nationale
	Outdoor Sports Valley	2010*	Sports Outdoor et de montagne	Régionale
	Cequin	2018	Filière équine, Santé et bien-être	Régionale
	Le Pack	2021	Sportech	Régionale
	Fabrik du Sport	2016	Sportech	Régionale
	Vivalley Campus	2016	Sport-Santé	Régionale
	Decathlon Pulse	2024	Sportech, Sustainable Sport	Nationale
	Cluster Grand Paris Sport	2017	Sportech, Santé, Handicap	Régionale
	Paris&Co Sport	2015	Sportech	Régionale
	Accélérateur Sportech Bpi	2024	Sportech	Nationale
	Joint Innovation Studio PSG & Matchain	2024	Sportech, Sport Entertainment	Nationale
	PSG Labs	2025	Sportech, Santé, Sport Entertainment, Sustainable Sport, Impact social, Audiovisuel et médias,	Internationale
	Le Perqo	2023	Sportech, Santé, Handicap, QVT, Education, Insertion	Régionale
	Euro-SIMA	1999	Sports nautiques et urbains	Régionale
	Impulsion Sport	2023	Sportech	Régionale
	So Horse Alliances	2016	Filière équine	Régionale
	Vélo Vallée	2018	Filière vélo	Régionale
	The Draft	2022	Sportech	Régionale
	Hippolia	2006	Filière équine, sportech	Régionale

*Sporaltec, créée en 2005, et intégrée à OSV lors de sa création en 2010

Le défi de la spécialisation et de la coordination nationale

Malgré un foisonnement entrepreneurial remarquable sur l'ensemble du territoire, l'analyse révèle une fragmentation persistante des initiatives et une opportunité de spécialisation stratégique encore sous-exploitée. Certains écosystèmes peinent à définir un positionnement différenciant, entraînant une dispersion des ressources et un impact limité à l'échelle macroéconomique par rapport à son plein potentiel.

L'adoption d'une approche ciblée prenant en compte les caractéristiques territoriales, historiques et culturelles, permettrait une allocation optimale des investissements tout en évitant les doublons infrastructurels. Cette spécialisation renforcerait la lisibilité des acteurs, favorisant les synergies intersectorielles entre entreprises, laboratoires de recherche et institutions publiques.

Inciter une spécialisation stratégique, favoriserait ce que la littérature désigne comme « un effet d'agglomération » (Krugman, 1991¹⁰). Une situation où l'ensemble des acteurs d'un même écosystème interagissent plus efficacement, accélérant l'innovation et le transfert de technologies.

De notre point de vue, chaque décideur pourrait envisager une spécialisation intelligente de son écosystème d'innovation dans le sport, notamment entrepreneurial, en s'adonnant à l'analyse fine de la combinaison de facteurs économiques, territoriaux, historiques et culturels.

Les caractéristiques territoriales et économiques comme leviers de différenciation

Chaque région dispose d'un capital territorial unique, influencé par sa géographie, ses infrastructures et son environnement naturel. Ainsi, les massifs alpins en Auvergne-Rhône-Alpes constituent un cadre idéal pour les innovations en sports outdoor et technologies de la montagne (opportunité saisie par exemple par OSV), tandis que les vastes littoraux de l'Occitanie et de la Bretagne en font par exemple des terrains privilégiés pour les sports nautiques.

L'intégration de l'héritage historique et des savoir-faire locaux

Il est évident que certaines régions françaises disposent d'une expertise historique qui peut être réinvestie dans des domaines d'innovation. La Normandie¹¹, par exemple, possède une tradition équestre forte avec les Haras nationaux et des courses hippiques de renommée internationale, ce qui en fait une région pertinente pour le développement de technologies du bien-être animal appliquées à l'équitation (Hippolia).

De son côté, l'Île-de-France, berceau de grands clubs sportifs, avec 27 clubs en ligues professionnelles¹², 43 480 établissements liés au sport, dont près de la moitié sont des clubs sportifs¹³, mais également hôte des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, a un écosystème propice à l'essor du divertissement et de la fan expérience.

Également, cet héritage historique se traduit aussi par l'implantation d'infrastructures dédiées, dont la destination peut parfois susciter des réflexions, notamment dans le cadre des grands événements sportifs internationaux. Nombreuses sont les opportunités, à la suite d'un GESI, de développer de nouvelles pratiques, ou un nouvel écosystème accélérant l'innovation et l'entrepreneuriat. À l'instar de la Seine-Saint-Denis, qui souhaite développer le handisport après avoir vu son territoire doté d'infrastructures adaptées lors des JOP de Paris 2024¹⁴.

En sus, exploiter les dynamiques historiquement en place permet de réduire les coûts d'entrée sur le marché pour toute structure souhaitant s'y insérer, d'accélérer l'adoption des innovations et de bénéficier d'une expertise locale déjà existante. En effet, la forte présence d'acteurs spécialisés dans une zone crée tout d'abord un environnement propice à l'innovation ; la concentration d'expertises facilite les collaborations et la diffusion des connaissances, et les investissements dans les infrastructures dédiées (centres de recherche, centres de formation, stades), peuvent bénéficier à l'ensemble de l'écosystème.

L'ancrage culturel comme accélérateur d'innovation

Enfin, les initiatives entrepreneuriales et d'innovation en phase avec les pratiques locales bénéficient d'une adoption plus rapide et d'un soutien fort des acteurs régionaux.

¹⁰ Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. Journal Of Political Economy, 99(3), 483-499. <https://doi.org/10.1086/261763>

¹¹ LA FILIÈRE ÉQUINE NORMANDE. (2024, 19 décembre). Conseil des Chevaux de Normandie. <https://chevaux-normandie.com/le-cheval-en-normandie/la-filiere-equine-normande/>

¹² Dossiers de l'IRDS n°46 : Cartographie du sport professionnel en Île-de-France (2022, décembre). IRDS, Région Île-de-France, Région académique Île-de-France.

¹³ Les chiffres clés du sport en Île-de-France (2023, décembre). IRDS.

¹⁴ Seigneur-Vitellius, L., & Da Costa-Borgnon, I. (2024, 15 septembre). Paris 2024 : la Seine-Saint-Denis veut prolonger l'effet paralympique. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/09/11/paris-2024-la-seine-saint-denis-veut-prolonger-l-effet-paralympique_6313596_3242.html?utm_source=chatgpt.com

EXEMPLE DE COORDINATION RÉUSSIE

Le transfert de la division « mountain » d'Euro-Sima à l'OSV en 2014 constitue une illustration tangible de coordination stratégique entre des dispositifs structurants au niveau national. Originellement focalisée sur les sports de glisse, la logique d'une entité montagne au sein d'Euro-Sima s'expliquait par son alignement avec les expertises historiques du groupe en matière de glisse. Toutefois, la synergie territoriale unique portée par la région Auvergne-Rhône-Alpes – combinée à la vision intégrée de l'OSV formalisée dès 2012 – a progressivement rendu cette mutualisation optimale d'un point de vue économique et logistique. Cette restructuration reflète une adaptation aux nouvelles dynamiques sectorielles, où la spécialisation géographique de l'OSV sur les écosystèmes montagnards a supplanté les approches segmentées par discipline sportive.

En sus, renforcer le positionnement stratégique de chaque écosystème garantit une meilleure intégration des innovations dans les marchés locaux et internationaux, tout en renforçant la capacité de la France à se distinguer comme un leader mondial du sport et de l'innovation technologique associée.

LA DYNAMIQUE COLLABORATIVE ET L'ACCOMPAGNEMENT, FER DE LANCE DU DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION DANS LE SPORT

Dans un contexte économique incertain, la collaboration apparaît comme un levier stratégique pour stimuler la croissance et renforcer la résilience des écosystèmes de l'innovation du sport pour 2025.

En mutualisant les ressources et en partageant les risques, les acteurs de l'innovation—startups, grandes entreprises, organisateurs, clubs ou fédérations—peuvent accélérer le développement de solutions innovantes tout en optimisant les coûts induits.

La mobilisation de la sportech lors d'événements sportifs majeurs

L'innovation lors des JOP 2024, une rupture avec les modèles précédents

Comme avancé en préambule, l'organisation réussie des JOP de Paris 2024 a renforcé la crédibilité de la France en tant que nation sportive de premier plan, comme en témoignent de nombreux commentaires élogieux de la presse internationale¹⁵ et de sondages d'opinion¹⁶. La sélection de la France pour l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques Alpes 2030 est également un signe allant dans le sens de cette affirmation, et ne fait que renforcer le statut de la France comme une nation sportive de premier plan à l'échelle mondiale.

Omar El Zayat, en tant que Responsable de l'Intégration de l'Innovation pour les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) de 2024, a conduit une mission stratégique visant à intégrer des solutions novatrices (technologiques et non technologiques) au cœur de l'organisation des Jeux. Initiée dès 2019,

cette démarche s'est appuyée sur une vision prospective ambitieuse, rompant avec les approches traditionnelles pour concrétiser des avancées significatives. Une cellule dédiée à l'innovation a ainsi été créée, avec pour mission d'accompagner les différentes directions – sport, logistique, excellence environnementale, digital, engagement entre autres – dans la mise en œuvre de leurs objectifs stratégiques.

Contrairement aux éditions antérieures, où l'innovation était souvent subordonnée à des départements spécifiques comme la direction technologique ou la communication, Paris 2024 a opté pour une approche inédite en instituant une entité exclusivement dédiée à l'innovation. Aucun précédent de cette nature n'existait au sein d'un comité d'organisation des Jeux, du Comité International Olympique (CIO) ou du Comité International Paralympique (IPC), ni dans les Olympic Games Guides (OGG), habituellement prescriptifs, n'offraient aucun cadre en la matière. Cette initiative a permis à Paris 2024 de développer une méthodologie originale, dont les résultats ont suscité l'intérêt d'autres organisateurs d'événements sportifs internationaux.

De la veille à l'expérimentation : une approche structurée

Les deux premières années à partir de 2019 ont été consacrées à une phase d'analyse approfondie des besoins et à une veille stratégique sur les tendances du marché, via des newsletters, rapports de tendances et participations à des salons professionnels. Par la suite, l'équipe est passée à une phase opérationnelle, marquée par des sessions d'idéation, de prototypage et de tests. Ces expérimentations ont été menées en collaboration avec des partenaires tels que l'INSEP, des clubs sportifs et des fédérations, dont les infrastructures et événements ont servi de laboratoires d'essais. Pour outiller les équipes, une

¹⁵ La presse internationale s'enflamme après les Jeux olympiques de Paris 2024. (2024, août 13). Stratégies. <https://www.strategies.fr/actualites/medias/LQ3485457C/la-presse-internationale-senflamme-apres-les-jeux-olympiques-de-paris-2024.html>

¹⁶ Statista. (2024, 9 décembre). JO de Paris 2024 : impact sur l'opinion qu'ont les étrangers de la France 2024. <https://fr.statista.com/statistiques/1538309/jeux-olympiques-impact/>

formation intensive de trois heures par semaine sur trois mois a été dispensée à des « explorateurs », délégués issus des différentes directions, afin de les initier aux techniques d'idéation, de prototypage et de tests utilisateurs.

Les startups au cœur de l'innovation : un levier pour la sportech

Les startups ont occupé une place centrale dans cette dynamique, leur réactivité et leur agilité contrastant avec la lourdeur des grands groupes. Sur un vivier de 600 startups identifiées, 350 ont été rencontrées, 35 ont participé à des phases d'expérimentation, et 17 ont livré des projets opérationnels. Ces collaborations ont couvert des domaines variés tels que la RH Tech, l'expérience des spectateurs, l'économie circulaire, la sécurité, la gestion des flux ou encore la cybersécurité. Si certaines startups étaient issues du collectif SporTech, l'approche s'est volontairement ouverte à des acteurs internationaux et à des entreprises hors du secteur sportif, enrichissant ainsi le spectre des solutions proposées.

La France, grâce à des structures comme la BPI ou la French Tech, s'est affirmée comme un terreau fertile pour ces collaborations. La sélection des startups s'est appuyée sur des critères rigoureux – efficacité et adéquation au cahier des charges – tandis que les contraintes de la commande publique ont été surmontées par des appels d'offres ou par des partenariats avec des acteurs établis. À titre d'exemple, Orange, en tant que partenaire connectivité, a facilité le développement d'un projet avec la startup Touch2See¹⁷.

L'organisation des JOP 2024 illustre comment les grands événements sportifs peuvent agir comme un levier de développement pour les startups, notamment dans le secteur de la sportech. En offrant un terrain d'expérimentation grandeur nature, ces manifestations permettent aux jeunes entreprises de tester et de valider leurs solutions dans des conditions réelles, tout en gagnant en visibilité et en crédibilité. De 2019 à 2024, 44 projets ont été initiés, dont 75 % ont été finalisés, et 95 expérimentations ont été conduites avant les Jeux. Chaque projet a fait l'objet d'une évaluation détaillée – points forts, faiblesses, axes d'amélioration – remise aux startups, y compris en cas d'échec, favorisant ainsi leur progression. Parmi les succès notables, Sportheroes et Kinomap se distinguent, ce dernier devenant un produit officiel sous licence CIO grâce à des initiatives comme le Marathon Pour Tous connecté



Recommandations stratégiques

Omar El Zayat livre deux recommandations clés pour les organisateurs d'événements sportifs souhaitant collaborer avec des startups :

1.

Clarifier les objectifs de ces partenariats – agilité, adaptabilité et proposition de valeur évolutive – tout en évitant de considérer les startups comme des prestataires à faible coût. Par exemple, s'engager en tant que client et en rémunérant le temps consacré aux projets par les startups permet de pallier cela.

2.

Pour les startups, il faut s'informer sur les expériences passées des organisateurs, comprendre leurs contraintes juridiques et opérationnelles, et s'appuyer, si nécessaire, sur des grands groupes comme partenaires stratégiques pour accélérer les collaborations.

Propos recueillis le 18 mars 2025



¹⁷ Pour plus d'informations sur Touch2see, voir notre partie sur l'inclusion et le handicap.

Quelles perceptions des JO et quelles attentes pour Alpes 2030 ?

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 (JOP 2024) ont eu un impact variable sur les startups sportech, avec une majorité déclarant aucun impact sur leur activité, suivies de 30 startups notant un impact modéré, 22% un faible impact, 15% un impact important, et seulement 6% un impact très fort, suggérant que l'événement n'a pas été un levier majeur pour l'ensemble de l'écosystème. Par ailleurs, seules 38 startups ont développé des produits spécifiques pour saisir cette opportunité, contre 86 qui ne l'ont pas fait, ce qui indique une approche prudente ou un manque de ressources pour capitaliser sur les JOP 2024, bien que les startups ayant perçu un impact important ou très fort aient probablement été les plus proactives dans cette démarche.

Cependant, en demandant aux startups de la sportech quelles étaient leurs attentes pour les Jeux Olympiques et Paralympiques Alpes 2030, ces dernières les perçoivent comme une opportunité majeure pour accélérer leur développement, à condition d'être plus mis en avant qu'aux JOP 2024.

Elles aspirent à plus de partenariats de visibilité avec les organisateurs, les institutions publiques, et les marques (ex. : sponsors, médias), pour renforcer leur image de marque et promouvoir le savoir-faire français, notamment en recourant à des solutions qui visent à digitaliser les expériences sportives et à promouvoir l'inclusion.

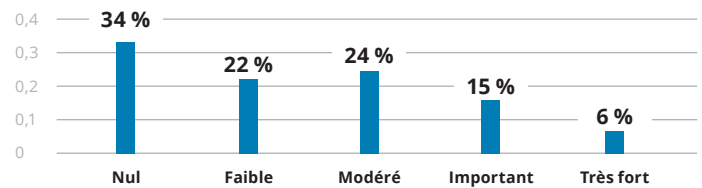
Sur le plan économique, elles anticipent des retombées significatives, telles que des financements accrus, des opportunités de développement commercial (ex. : ticketing, tracking systems pour le ski), et une accélération de la digitalisation du sport (fantasy sport, réalité augmentée).

Socialement, elles souhaitent contribuer à l'inclusivité et à l'accessibilité des sports d'hiver, en mobilisant des communautés locales et en valorisant des disciplines moins connues, tout en mettant en lumière des athlètes inspirants. Enfin, un fort accent est mis sur la durabilité, avec des attentes d'initiatives éco-responsables, comme des infrastructures durables en montagne et des solutions numériques réduisant l'impact environnemental, alignant ainsi innovation technologique et responsabilité écologique.

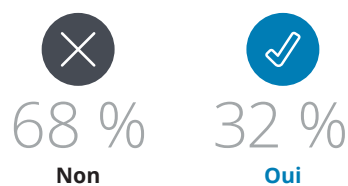
À quels événements sportifs la sportech française a-t-elle contribué en 2024 ?

De la ferveur des JOP 2024 aux marathons internationaux, en passant par des tournois spécialisés et des événements professionnels, les startups sportech ont prouvé leur capacité à transformer le sport à tous les niveaux. En 2024, elles ont non seulement accompagné les athlètes et les organisateurs, mais aussi inspiré des millions de participants !

Comment évaluez-vous l'impact positif des JOP 2024 sur votre activité ?



Avez-vous développé des produits afin de saisir l'opportunité que présentaient les JOP 2024 ?





Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024

Les JOP 2024 ont été un catalyseur pour les startups de la sportech, qui ont animé des fan zones, fourni des technologies de pointe, et collaboré avec des géants comme **Orange, Sanofi, Coca-Cola**.

- **Marathon pour Tous** (JOP 2024)
- **Fan Zones** dans des lieux emblématiques comme le **Parc des Berges (Argenteuil)**, le **Jardin de la Ménagerie** (Sceaux), le **Château de Vincennes**, et le **Club France** au Parc de la Villette.
- **Technologies et pitches** : Fournisseur technologique pour le Club France et la cérémonie d'ouverture, pitches sur le stand **MEDEF**, et présence sur les sites de compétition.
- **Passage de la flamme** : Événements à **Cergy** et **Vézelay**, célébrant l'esprit des JOP.



Fitness et crossfit

Les startups sportech ont soutenu les athlètes et les passionnés de fitness :

- **CrossFit** : CrossFit Games, Dubai Fitness Championship, Berlin Semi Finals CrossFit, et French Throwdown.
- **Fitex 2024** : Salon dédié au fitness, où les startups ont présenté leurs innovations.
- **Événements Locaux** : Compétitions CrossFit et événements fitness.



Marathons et trails

Les startups sportech ont accompagné les coureurs du monde entier dans des courses prestigieuses, renforçant leur présence internationale :

- **Marathons Iconiques** :
 - Marathon de Paris
 - Marathons internationaux : Valence, Barcelone, Séville, Nantes.
- **Courses Urbaines** : 20 km de Paris, Marseille-Cassis, 10 km Champs-Élysées, 10 km Tour Eiffel, Cross du Figaro, Race Across Series.
- **Trails et Ultra-Trails** :
 - UTMB, Diagonale des Fous, ASICS Saint-Lyon, Marathon du Mont-Blanc.
 - Marathon Vert de Rennes, Rennes Urban Trail, Ekiden de Paris, T24 Xtrem Triathlon, Frenchman Triathlon, Trail Haute Provence, Grand Raid du Finistère.



Sports de raquettes et événements premiums

Les startups sportech ont brillé dans des disciplines prestigieuses : **Roland Garros, Rolex Paris Masters, ATP, Raquet Trend Milan**



Rugby, football et sports collectifs

Les startups sportech ont marqué des points dans des compétitions majeures :

- **Rugby** :
 - Coupe du Monde de Rugby 2023
 - Top14, Pro D2, Champions League EHF
- **Football** :
 - CAN 2024 (Côte d'Ivoire)
 - FFF, FFR, LNR
 - Convention FootUnis 2024



De l'e-Sport à la Voile, en passant par le roller derby

- **Nautisme** : America's Cup, Tour de Belle-Île (OC Sport), Défi Azimut (IMOCA).
- **E-Sport et Football** : LAN, Tournois Universe Football.
- **Championnat d'Europe de Roller Derby** (Suède)
- **Gymnastique** : Championnats de France Individuels de Gymnastique Rythmique 2025 (FlexiFit).
- **Événements Locaux** : Sanofi Cup, Foulées du Numérique, Club 24 CREPS Pays de la Loire.

Les partenariats entre acteurs de l'écosystème au service d'un développement pérenne

L'implication des startups dans les événements sportifs représente un levier d'innovation majeur, ces derniers constituant de véritables laboratoires d'expérimentation. Cependant, une mobilisation plus large du secteur privé est essentielle pour stimuler le développement technologique dans le sport, un domaine situé au carrefour de multiples industries – santé, divertissement, technologie. Renforcer les synergies avec les clubs, les entreprises matures et les initiatives de co-développement, comme le PSG Joint Innovation Studio ou le récent lancement de PSG Labs, s'inscrit dans cette logique stratégique.

La coopération entre startups et entreprises établies optimise les ressources et accélère la mise sur le marché des innovations, un principe également illustré par les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 (JOP 2024). Par ailleurs, le dialogue entre

recherche et industrie joue un rôle clé dans l'élaboration de solutions adaptées aux besoins du marché. La collaboration entre Danone et l'INSEP, par exemple, illustre cette dynamique à travers le développement d'une alimentation optimisée pour les athlètes de haut niveau, sans nécessairement impliquer des startups.

Comme évoqué à propos des JOP 2024, offrir des opportunités d'expérimentation en conditions réelles est fondamental pour concevoir et valider de nouveaux produits. Les infrastructures sportives, utilisées comme laboratoires vivants, permettent de tester technologies et méthodologies innovantes, facilitant ainsi leur ajustement aux exigences opérationnelles.

Les clubs et organisations sportives collaborant avec les startups de la sportech

Les startups sportech collaborent avec un large éventail de clubs, fédérations, ligues, et institutions, reflétant leur intégration dans l'écosystème sportif à différents niveaux, des amateurs aux professionnels, en France et à l'international.

Clubs professionnels et amateurs



Football

Ligue 1 et Ligue 2 : 80 % des clubs de Ligue 1 et Ligue 2 (ex. : PSG, AS Monaco, OL, OM, OGC Nice, ASSE, RCS, LOSC, FC Lorient, RC Lens, FC Metz, Red Star, ASNL, WestClub Suresnes, AS Beauvais Oise, Pau FC).
Clubs internationaux : FC Parma, Porto FC, Barça FC RB Leipzig, FC Bastia, S.C. Bastia.



Rugby

FFR XIII. Top 14 et Pro D2 : RCT, SF Paris, Lou Rugby, ASM Clermont-Ferrand, Section Paloise, 4 Cantons Rugby (FED 1).



Basketball

LNB et Clubs Pro : ASVEL, Pau-Orthez, Basket Landes, Sluc Nancy, Nantes Hermine Basket, Metropolitans de Levallois, Brooklyn Nets (NBA).



Handball

Ligue Nationale de Handball : HBC Nantes, USAM, Chaumont Volley, Valence Handball



Volley

Paris Volley, Paris 13 Atletico.



Hockey sur glace

Brûleurs de Loups de Grenoble, Ducs d'Angers, Boxers de Bordeaux.



Autres sports

Hexagone MMA, Elan Béarnais (basket), Chartres à Bloc (escalade), CAF Aush (alpinisme).
Équipe Cycliste : Jayco-AlUla, Arkéa-B&B Hotels, FDJ-Suez, British Cycling

Fédérations et Ligues



Fédérations Françaises

FFA (Athlétisme), FFF (Football), FFR (Rugby), FFHandball, FFVolley, FFBasket, FFJudo, FFEscrime, FFBaseball, FFNatation, FFTriathlon, FFCyclisme, FFAviron, FFVoile, FFRoller Skate, FFEPGV, FFBoxe, FFSavate, FFT (Tennis), Ligue Nationale de Handball, Ligue de Badminton, Ligue de Triathlon, Ligue Régionale de Corse de Football, District de Football de la Manche, District de Football d'Ille-et-Vilaine



Fédérations internationales

FIFA, UEFA, MLS, LFP, EHF (Handball), FIBA, Basketball Champions League, Swiss Basketball, Swiss Rowing, Swiss Canoe, KNVB (Football, Pays-Bas), Federation Quebec Athletisme, Fédérations USA, Fédérations Australiennes, UCI, Federation Sport International, Ligue Internationale. Fédérations internationales : IRFU, WRU.



Autres structures

FFCO (Fédération Française des Clubs Omnisports) : Siège de la FFCO, ASLJ Mauriac, Stade Marseillais Université Club, Club Omnisports des Ulis, Club Sportif de Montereau, Union Sportive Lavalloise, AVG Club Omnisports, Lille Université Club, ASM Omnisports, Club Omnisports Joigny, Comité Régional des Clubs Omnisports des Pays de la Loire. CREPS : Poitiers, Bordeaux, Pays-de-la-Loire, INSEP. FNOMS, LNR.

Institutions



Institutionnels

Ministère des Sports, Région Île-de-France, Métropole Grand Paris, UNSS, Ville de Paris, COJO Paris 2024, CIO.



Autres

INSEP, France Galop, Hong Kong Jockey Club.

Marques et entreprises



Marques

Sanofi, GSK, Matmut, Malakoff Humanis, Coca-Cola, Adidas, Accor, INEOS, Red Bull.



Agences

Publicis Sport, Webedia, Marcom Edge, My Events Group.



Renforcer sa visibilité au sein d'événements dédiés au sport et à la technologie

32,3% des startups ont mis en avant leur produit lors de salons ou événements dédiés à la technologie comme VivaTech, et 55% lors d'événements dédiés au sport au cours de la dernière année.

Ces proportions encore modestes suggèrent que, bien que certaines startups sportech cherchent à gagner en visibilité, beaucoup n'ont pas encore exploité ces plateformes pour se faire connaître, ce qui pourrait également limiter leur exposition internationale.

Il est néanmoins important de rappeler que l'organisation d'ateliers et de conférences, ou de participation à des salons dédiés comme Vivatech ou comme par exemple à l'initiative AI for Sport d'Artefact, favorise la diffusion des meilleures pratiques et l'émergence de synergies nouvelles. Dans un contexte de budgets R&D parfois contraints, ces dispositifs peuvent maximiser l'impact des initiatives et renforcer la résilience des écosystèmes entrepreneuriaux, créant un environnement propice à la transformation du secteur sportif.



Salons et événements professionnels où les startups étaient présentes en 2024

- CES, VivaTech, Choose France Summit, AI for Sport, Palmares 2024
- Salon Sport Asso & Co (28-29 novembre 2024, Stade Charléty, Paris)
- Salon des Maires 2025, Sport Unlimatech, Sportup Summit, Salon des Sports et des Maires
- Salon de l'Escalade, 24h du Mur, Salon Spécialisé Sport de Haut Niveau



Tournois et Expositions où les startups étaient présentes en 2024

- Trophée des Médias (Laurent Lipari, Stade Français)
- Club France Paris 2024
- Mondial Futsal, Open Européen Squash, Open de France Footgolf, Rallycross France
- Exhibitions Interactives : Badminton, Padel, Tennis, Handball, Basket

S'appuyer sur les athlètes de haut niveau

L'investissement de la part des athlètes est une tendance, mais elle ne concerne que les apports financiers, et si les startups souhaitent s'assurer des retombées positives pour leur développement, il est essentiel de s'appuyer sur les athlètes pour augmenter sa visibilité et sa base d'utilisateurs.

Force est de constater que s'associer avec des athlètes n'a pas d'impact sur l'adoption des solutions par les clubs ou fédérations. Cette stratégie est néanmoins à plébisciter pour les startups B2C ou B2B2C, puisque le fait d'établir un partenariat avec un athlète a un impact direct sur le nombre de clients/utilisateurs, à la fois sur le territoire français (501 à 2 500 vs. 10 000 à 100 000), mais aussi un accélérateur pour le développement à l'international, avec un potentiel effet multiplicateur de 10,5x.

Cet impact peut s'expliquer par trois facteurs :

Visibilité accrue

Les athlètes, souvent des figures publiques, apportent une notoriété internationale.

Réseaux

Ils peuvent ouvrir des portes sur des marchés étrangers (via leurs sponsors, ou implications dans des clubs internationaux).

Crédibilité

Leur présence rassure les utilisateurs ou clients étrangers.

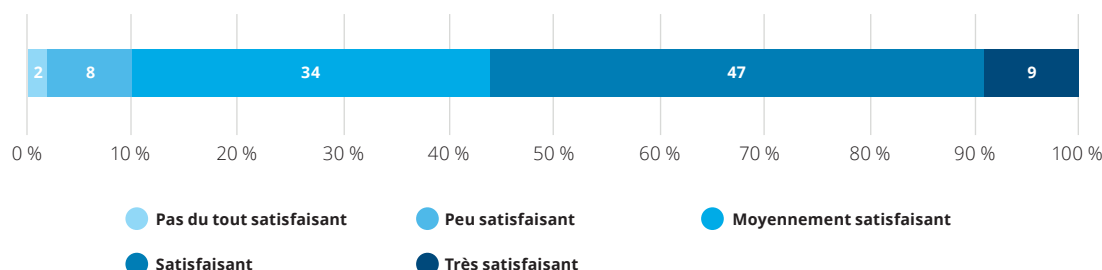
Les athlètes partenaires de startups de la sportech :

Athlétisme Anaïs Quemener Amandine Brossier Christophe Lemaitre Marion Legrand	Basketball Laetitia Guapo Migna Touré Franck Séguela	Cyclisme Tony Gallopin
Escrime Laura Flessel	Football Raphaël Varane	Judo Nedim Remili D'jessy Flessel
Kickboxing et MMA Jérôme Le Banner Cyril Gane	Rugby Matthieu Jalibert Benjamin Kayser Nolann Le Garrec	Trail Mathieu Blanchard
Tennis Corentin Moutet Titouan Droguet Kyrian Jacquet	Volleyball Earvin N'Gapeth	Water-Polo Ema Vernoux



Les enjeux de l'accompagnement et du soutien public dans le développement de la sportech française

Comment évaluez-vous le soutien public et privé aux startups de la sportech en France ?



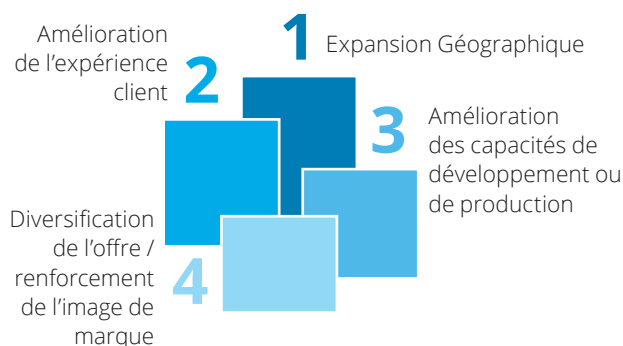
L'accompagnement des startups

Seulement 30% des startups ayant répondu sont accompagnées dans leur développement par un incubateur, accélérateur ou autres types de structures d'accompagnement.

Les réponses à la question sur le programme d'accompagnement révèlent que Lungo au Perqo, incubateur de la Région Île-de-France, est le plus fréquemment cité, souvent en tandem avec des structures comme Wilco, BPI Accélérateur sportech, ou Schoolab, ce qui souligne son rôle de pivot dans l'écosystème sportech francilien. D'autres programmes d'accélération comme OFF7 et ZeBox Club, Scale Up French Tech, et France 2030 Export montrent une volonté des startups de viser une croissance rapide et une expansion internationale.

Des incubateurs régionaux tels que le Village by CA, Eurasanté, Vivalley, Atlanpole, et ESTIA Entreprendre témoignent d'une diversité géographique, tandis que des structures comme makesense mettent en avant un soutien de la sportech de la part des acteurs de l'entrepreneuriat collaboratif et social. Enfin, des programmes académiques comme HEC Launchpad, Skema BS Launch, et l'incubateur de Télécom Paris indiquent un lien avec les grandes écoles pour stimuler l'innovation.

Classement des priorités stratégiques des startups de la sportech



Atouts et impacts de l'accompagnement sur le développement des startups

Les atouts les plus mentionnés des programmes d'accompagnement sont le réseau (11 mentions) et la mise en relation (10 mentions). Ces résultats montrent que les startups valorisent avant tout les opportunités de networking et de connexion avec des partenaires, investisseurs, ou clients, en cohérence avec leur priorité d'expansion géographique. Des atouts soutenus par les résultats obtenus, mettant en exergue le fait que bénéficier d'un programme d'accompagnement permet de faciliter la mise en réseau, et d'accélérer les collaborations avec les acteurs publics.

Les analyses d'impact soulèvent une différence statistiquement significative entre les startups accompagnées et non accompagnées concernant l'accès aux subventions. Ce résultat permet d'avancer que l'accompagnement influence la probabilité de recevoir une subvention.

Comment maximiser l'impact de l'accompagnement des startups sportech ?

En analysant les sous-groupes Startups accompagnées vs. Startups non-accompagnées, nous observons que les priorités stratégiques des startups sportech, qu'elles soient accompagnées ou non, révèlent des besoins clés que les structures d'accompagnement doivent adresser pour maximiser leur impact.

L'expansion géographique demeure la priorité absolue pour l'ensemble des startups soulignant l'importance de programmes facilitant l'accès à des marchés internationaux, notamment en Amérique du Nord, région identifiée comme très attractive.

Néanmoins, les startups accompagnées accordent une attention légèrement plus marquée à l'amélioration de l'expérience client et à l'augmentation des capacités de production ou de développement, ce qui pourrait suggérer aux structures d'accompagnement de renforcer leur soutien en matière d'accès aux solutions technologiques et d'optimisation opérationnelle pour ces dernières.

La diversification de l'offre et le renforcement de l'image de marque restent secondaires pour les startups, indiquant que les efforts des structures d'accompagnement devraient d'abord se concentrer sur l'internationalisation et l'accompagnement à l'amélioration des services existants pour répondre aux attentes des startups de la sportech.

Vous accompagnez des startups ? Consultez [le guide de l'accompagnateur Deloitte x France Digitale](#) pour découvrir les meilleures pratiques du marché.

Le soutien public

L'enquête menée auprès des startups sportech met en avant que 54,8% des répondants collaborent avec des institutions publiques (ex. : BPI, ministère des Sports), contre 45,2% qui ne le font pas. Cette proportion équilibrée montre une bonne intégration des startups sportech dans l'écosystème public, notamment à la faveur d'initiatives publiques et de l'engagement d'un paysage associatif en faveur du développement de l'écosystème.

Les initiatives publiques, comme la mise en place de l'accélérateur Sport par Bpifrance en novembre 2024 accueillant 17 startups, ou encore de la mise en place d'un appel à projets ouvert par le ministère des sports accompagné d'une enveloppe de 150 000 € à destination des startups, témoignent de l'engagement du pays en faveur de l'entrepreneuriat dans le sport.

Le point de vue d'une structure de référence : Outdoor Sports Valley

Quels sont les principaux défis auxquels font face les startups de la sportech, et comment Outdoor Sports Valley les soutient-elle pour les surmonter ?

« Les startups de la sportech font face à plusieurs défis majeurs : un marché concurrentiel souvent saturé, des difficultés d'accès aux financements, des critères de plus en plus exigeants en matière de RSE, et un contexte économique global incertain.

Outdoor Sports Valley (OSV) répond à ces enjeux via :

- **Le Programme d'Incubation**, à destination des porteurs de projets en cours de création d'entreprise et éventuellement qui génèrent de premières ventes. Ce programme propose un accompagnement sur un an combinant ateliers collectifs, suivi individuel, sessions de pitch, mise en réseau avec des experts et acteurs du secteur. L'objectif est d'aider les entrepreneurs à structurer leur entreprise, comprendre le marché, activer les premières ventes et construire une vision claire. OSV offre aussi un accès à ses locaux, à des services mutualisés et à un réseau solide pour maximiser les chances de pérennité des jeunes entreprises.
- **Le Club des Entrepreneur-es**, un réseau actif de PME du sport et de l'outdoor avec 10 rencontres à l'année afin de pouvoir échanger et construire son réseau dans le sport & l'outdoor. Au programme, des interventions inspirantes, des visites d'entreprises du réseau OSV et de ses partenaires et des opportunités business. Faire partie du Club, c'est aussi bénéficier des services 360 OSV comme ceux du pôle achats mutualisés qui permet de réduire drastiquement les frais opérationnels d'une entreprise (logistique, transport, livraison, bureautique etc.).

Nous facilitons également les mises en relation avec les investisseurs et encourageons tout BA, fonds d'investissement, VC à remplir notre thèse d'investissement pour que nous puissions relayer les decks des pépites de notre réseau : [Thèse D'Investissement OSV](#) ».

Comment Outdoor Sports Valley facilite les collaborations entre les startups de la sportech et les acteurs traditionnels de l'industrie outdoor ?

« Depuis 15 ans l'ADN d'OSV repose sur le collectif et la création de liens entre les différents acteurs de la filière. OSV agit comme un match maker entre les jeunes pousses innovantes et les acteurs établis de l'industrie outdoor. Grâce à son réseau étendu et à ses événements (bootcamps, ateliers, Club des Entrepreneurs, OSV Explore), l'association crée des opportunités concrètes de collaboration et de partage d'expérience entre les porteurs de projets avec des marques, des distributeurs ou des experts métiers, permettant des échanges précieux et souvent décisifs.

OSV met également en lumière les jeunes entreprises auprès des distributeurs et marques via les partenariats avec des rendez-vous sport-business comme Sport-Achat et ISPO.

Nous sommes convaincus qu'en valorisant l'innovation au service de la filière, OSV accompagne les acteurs traditionnels à intégrer de nouveaux modèles et des solutions différenciantes, favorisant ainsi des partenariats stratégiques et durables. »

Tania Griglio

Responsable entrepreneuriat, OSV, le 14/04/2025.



LES INNOVATIONS
TECHNOLOGIQUES, VECTEURS
D'UNE TRANSFORMATION
PROFONDE DES PRATIQUES
ET DE L'ÉCOSYSTÈME



LES GRANDES ÉVOLUTIONS TECHNOLOGIQUES DANS LE SPORT

La France, une terre à vocation universelle pionnière dans l'innovation sportive

De la Révolution française à Paris 2024, depuis bientôt 300 ans, universalisme et sport ont véhiculé une certaine idée de la France qui va bien au-delà de ses frontières. Jeux Olympiques et Paralympiques, Tour de France, Roland Garros ou encore 24 heures du Mans, ces événements internationaux font la renommée du patrimoine culturel et sportif français. Au cours des trois derniers siècles, le panache des athlètes, l'ingéniosité des chercheurs, la

passion des entrepreneurs, les décisions politiques et sans aucun doute la ferveur du peuple ont permis une exportation mondiale du savoir-faire de la sportech française. Ainsi, la France s'est affirmée comme terre d'innovation sportive en transformant les pratiques et en structurant une réelle filière industrielle qui veille à transmettre ses valeurs universelles.

300 ans d'innovation dans le sport, ce sont des événements, des pratiques, et une technique qui ont marqué le sport d'aujourd'hui.
Retour sur 10 innovations :



¹⁸ CHARPENTIER, Vincent. Archéologie du temps libre : la découverte de jeux de paume. France Culture (04/06/2022). A découvrir sur : [Archéologie du temps libre : la découverte de jeux de paume | France Culture](#)

¹⁹ DALLINGTON, Robert. *The view of France*. Symon Stafford. Londres. 1604.

²⁰ Historique Jeu de Paume, fontainebleau-tourisme.com (2017). ([Microsoft Word - Historique Jeu de PaumeCh\342teau de Fbleau POUR LE SITE](#))

²¹ Serment du Jeu de Paume, 20 juin 1789. Château de Versailles. [Serment du Jeu de paume | Château de Versailles](#)

²² Recensement des équipements sportifs : Data ES (En ligne), France. Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative. 2024. [Recensement des équipements sportifs: Data ES | sports.gouv.fr](#)

²³ L'escrime démasquée. Comité International Olympique. 2015. [L'escrime démasquée - Actualité Olympique](#)

²⁴ LABORDE, Christian. Robic 47. Editions du Rocher, 2017. 92 p.

²⁵ Protection Airbag. HELITE. [Protection Airbag -Technologie Unique- Helite](#)



1861

3.



La terre du cyclisme

La mobilité devient accessible pour tous

#Mobilité



A Paris, Pierre Michaux et son fils Ernest tenaient un atelier de réparation de draisienne. En 1861, Ernest trouvant pénible de lever les jambes une fois la machine en marche et l'équilibre établi, reçoit de son père un conseil judicieux : installer un axe sur le moyeu de la roue avant, de manière à pouvoir y reposer ses pieds. Mieux encore, il suggère un axe coudé. C'est ainsi que la pédale aurait vu le jour.

Si d'autres en auraient eu l'idée avant, leur « Michaudine » est la première à être commercialisée. En 1865, elles étaient produites par centaines dans leur usine.²⁶ Avec la seconde révolution industrielle, la bicyclette évolue et s'impose comme un moyen populaire de mobilité. Dans les années 1890, les fabricants sont alors Peugeot, Manufrance et Mercier. Les frères Michelin inventent en 1891 le pneu démontable avec chambre à air, rendant encore plus pratique l'utilisation du vélo.²⁷

Avec le Tour de France, dont la première édition s'est tenue en 1903, l'engouement national pour la pratique sportive du cyclisme évolue et attire l'ingéniosité des inventeurs. Ainsi, le français Paul de Vivie, invente le dérailleur en 1906²⁸ et renforce la simplicité d'usage. Au fil des années, les entreprises françaises ont perfectionné l'usage du cyclisme. Dans les années 80, Look Cyclisme²⁹, invente les pédales automatiques et le cadre en Carbone. Un savoir-faire devenu norme dans ce sport ! En 2024, 850 000 vélos étaient vendus en France pour 2,4 Milliards d'euros. (INPI)

Les avancées dans le numérique permettent aussi de changer la pratique dans les villes. En 1998, Dauphin OTA³⁰, une société française remporte la concession du mobilier urbain de Rennes et marque l'histoire avec le premier service informatisé de vélo libre-service au monde. Une avancée aujourd'hui présente dans 30 pays.

1875

4.

Histoires de champions industriels

Innover par la technique

#Industrie

Pierre Babolat, chef d'entreprise spécialisé dans le recyclage des boyaux de moutons à des fins alimentaires, puis à des applications musicales voit l'opportunité en 1875 de produire des cordages de tennis. Ce cordage visant à améliorer le toucher de balle et la puissance de frappe est encore aujourd'hui à la pointe de la technologie et est toujours produit par les « boyaudier » à Ploërmel en Bretagne. De quoi permettre en 2022 de vendre une raquette de Tennis Babolat toutes les 20 secondes.^{31 32}

Au cœur des Alpes, en 1893, les premiers skis artisanaux en lamellé-collé sortent des usines françaises.³³ En 1907, Abel Rossignol fonde son entreprise qui marque le début d'une épopée industrielle.³⁴ Aujourd'hui, Rossignol est le n°1 des skis mondiaux réalisant 372M€ de CA en 2024.

L'univers des sports d'hiver est ainsi profondément marqué par la French Touch. En 1947, Georges Salomon lançait son entreprise, drivé par son slogan « Ce qui me fascine le plus est ce que j'inventerai demain ».³⁵ C'est ainsi que Salomon révolutionne le ski en inventant la butée de fixations « Skade ». Fondée au cœur des Alpes, l'entreprise s'est progressivement diversifiée sur l'ensemble des sports de Montagne et plus globalement outdoor. Pour les 75 ans de la marque, Salomon s'offre l'Advanced Shoe Factory 4.0³⁶, un site de production robotisé, qui permet :

- **Vitesse** : Une organisation de la production et de la logistique en circuit court offrant aux marques une réactivité maximale sur le marché européen.
- **Souplesse** : Une capacité améliorée à tester de nouvelles fonctionnalités auprès des consommateurs européens grâce à des petites séries.
- **Compétitivité** : En rationalisant les processus de production et en automatisant les chaînes de montage, par rapport aux pays asiatiques.
- **Respect de l'environnement** : Une production locale qui réduit l'empreinte carbone.
- **Création d'emplois** : Environ 50 emplois qualifiés sont créés en trois ans.

²⁶ LAGARDE, Yann. À l'origine du vélo. France Culture. (16/06/2020). [À l'origine du vélo | France Culture](#)

²⁷ 1891 : Michelin invente le pneu démontable. Futura Sciences (En ligne). 1891 : Michelin invente le pneu démontable - Photos Futura

²⁸ Bicyclette : le promoteur du dérailleur. Bibliothèque Municipale de Lyon (En ligne). [Vélocio \(Paul de Vivie dit\)](#)

²⁹ Héritage - L'histoire d'une marque iconique. Lookcycle. [Héritage - LOOK Cycle](#)

³⁰ Le virage de l'international. Cityz Media. Histoire - Cityz Media

³¹ Le cordage en boyau naturel Babolat, une légende vivante made in France. Babolat. [Le cordage en boyau naturel Babolat, une légende vivante made in France | Babolat Site Officiel](#)

³² TOISON, Nicolas. « Il se vend une raquette de tennis Babolat toutes les 20 secondes dans le monde ». Sportune (20minutes). (02/06/2022). ["Il se vend une raquette de tennis Babolat toutes les 20 secondes dans le monde"](#)

³³ Le ski alpin : origine et évolution. Sport 2000. [Tout savoir sur l'histoire et l'évolution du ski alpin](#)

³⁴ L'histoire d'un champion industriel français. Groupe Rossignol [Histoire - Groupe Rossignol](#)

³⁵ CONNAÎTRE SALOMON. Salomon. [Salomon](#)

³⁶ Première Usine Automatisée de Chaussures de Sport en France. Salomon (21/10/2021). [Première Usine Automatisée de Chaussures de Sport en France | Salomon](#)



1882

5.

Transpirer avec élégance

La mode, un savoir-faire bien français

#Mode

La France est aussi le pays de la mode et des grands couturiers. Un savoir-faire bien français qui a également marqué l'univers sportif. En 1882, dans l'Aube, Émile Camuset décide de confectionner des tenues pour ses amis cyclistes, footballeurs et rugbymen. Il fonde *Le Coq Sportif*, une marque qui incarne l'excellence du sport français. La marque se distingue par son héritage historique et ses innovations technologiques dans le domaine de l'équipement sportif. Son entrée dans le tennis en 1965 et son rôle de fournisseur pour l'équipe de France des JOP, notamment pour Paris 2024, témoignent de son engagement envers l'innovation et la performance. Elle met l'accent sur des matériaux avancés, le confort et la durabilité de ses produits. Le Coq Sportif investit aussi dans des services de réparation, soulignant son approche axée sur la longévité des produits.³⁷

Autre symbole, le crocodile vert de Lacoste, fondé en 1933 par René Lacoste, est une icône du sportswear de luxe. Il s'agit de la première marque à apposer son logo sur un vêtement.³⁸ Le polo Lacoste est un symbole intemporel, et la marque, fortement ancrée dans l'univers du tennis, a su diversifier son offre à l'international. Sous la direction de Maus Frères, Lacoste a entamé une transformation pour se moderniser, avec un focus sur la durabilité, l'innovation et le digital³⁹. En 2022, elle a enregistré un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros.

1882

6.

Les sciences dures au service du sport

Quand la chronophotographie révolutionnait l'éducation physique

#Sciences dures

La chronophotographie, popularisée grâce aux travaux d'Étienne-Jules Marey et Georges Demeny de 1882 à aujourd'hui, a grandement influencé l'analyse du geste humain et la performance sportive. À ses débuts, cette technique permettait de capturer des images à intervalles réguliers pour étudier des mouvements complexes invisibles à l'œil nu. Demeny révolutionna l'éducation physique en appliquant la chronophotographie à l'analyse des gestes sportifs.⁴⁰

Le projet Perf Analytics lancé en 2021 est un exemple moderne de cette évolution. Préparé pour les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, il utilise l'analyse vidéo avancée pour les gestes sportifs dans cinq disciplines : escalade, BMX, gymnastique, boxe et lutte. Grâce à des données biomécaniques détaillées, les athlètes peuvent adapter leurs stratégies pour optimiser leurs performances.⁴¹

De plus, la startup Ochyl, également fondée en 2021, intègre intelligence artificielle et objets connectés dans l'analyse sportive. Elle fournit des analyses biomécaniques instantanées pour des activités comme la course à pied, permettant de personnaliser les entraînements et prévenir les blessures. L'IA permet des conseils adaptés en temps réel, accessibles via des applications mobiles, démocratisant l'amélioration des performances sportives pour un large public.⁴²



³⁷ ADN, Le Coq Sportif. Blogs. (2024) ADN – Le Coq Sportif

³⁸ Notre Histoire. Lacoste [Notre Histoire - Lacoste](#)

³⁹ SCHNEIDER, Julien. Lacoste : « Ma mission consiste à stimuler la transformation digitale dans plus de 100 pays ». Blog CGI.(10/05/2017) [Lacoste : transformation digitale à l'échelle de 120 pays | CGI](#)

⁴⁰ Ville de Paris, Photographie du geste sportif et pratique rationnelle du sport. Bibliothèque de l'Hôtel de Ville (17/02/2020). [Photographie du geste sportif et pratique rationnelle du sport - Bibliothèques spécialisées et patrimoniales de la Ville de Paris](#)

⁴¹ PerfAnalytics, l'analyse vidéo dans le sport optimisée (En ligne), France. Ministère Chargé de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. 2024. [PerfAnalytics, l'analyse vidéo dans le sport optimisée | enseignementsup-recherche.gouv.fr](#)

⁴² L'innovation au service du sport : l'exemple de la startup Sportech Ochyl. CCI Paris Île-De-France Entreprises. [L'innovation au service du sport : l'exemple de la startup Sportech Ochyl](#)



1948

7.

Le Tour de France et les médias

Une révolution des technologies de l'image

#Audiovisuel

Les révolutions technologiques françaises, c'est aussi une histoire d'image puisqu'en 1948, sur le Tour de France, la première retransmission vidéo hertzienne en direct en extérieur a eu lieu lors d'une arrivée au Parc des Princes à Paris.⁴³ Bien au-delà du sport, il s'agissait du premier reportage en direct à l'extérieur de la Télévision française⁴⁴

Ces évolutions des technologies de l'image ont continué sur le Tour de France avec, en 1958, la diffusion en direct des premiers cols, et les arrivées d'étapes en 1959.⁴⁵ Ces innovations continuent aujourd'hui avec l'intégration de données en direct telles que la vitesse ou la position des coureurs. En effet un Race Center, fourni par le japonais NTT DATA, permet de partager un ensemble de statistiques au grand public.⁴⁶

Le besoin d'immersion avec les coureurs amène également à une révolution dans la manière de capturer l'image. En 2024, les pilotes de drone de l'entreprise *Freeway Prod* permettaient de retransmettre en direct de nouveaux plans au plus-près des coureurs lors de la dernière étape du Tour. (Monaco-Nice).⁴⁷

VOGO SPORT est également un autre bon exemple pour l'audiovisuel sportif. Cette pépite de la sportech française permet d'offrir des solutions d'analyse vidéo, des outils interactifs et immersifs sur des types de terrain différents. Avec son application VOGOSCOPE, les différents flux vidéo générés sur une épreuve sont accessibles aux fans en dedans et en dehors des sites de compétitions.

1976

8.

Décathlon

Naissance d'un géant Français de l'équipement

#Commerce

Certains entrepreneurs, ont permis de révolutionner l'accès au sport pour tous. Là où certains ont pensé vendre l'équipement « d'UN sport », certains ont voulu vendre l'équipement de « PLUSIEURS sports. » Fondée en 1976 par Michel Leclercq à Englos, près de Lille, Décathlon a révolutionné le commerce d'articles de sport en France. Leclercq, passionné de sport et issu du milieu de la grande distribution, a eu l'idée novatrice de créer une grande surface dédiée aux équipements sportifs⁴⁸. Ce concept permettait aux clients de trouver sous un même toit des articles pour divers sports, à des prix abordables, sans compromettre la qualité.

L'innovation et l'intégration technologique ont été au cœur du développement de Décathlon. Dès 1986, l'entreprise a commencé à concevoir ses propres produits. Le cadre de vélo Challenger by DECATHLON est l'un des premiers articles fabriqués. Renforçant ainsi l'indépendance de la marque. Le groupe a également investi dans la recherche et le développement, avec la création de centres dédiés, tels que le DECATHLON SportsLab en 1997, pour concevoir des produits techniques, innovants et confortables⁴⁹.

Cette stratégie a permis à Décathlon de se distinguer sur le marché mondial du sport. Aujourd'hui, l'entreprise est présente dans plus de 50 pays, avec plus de 1 749 magasins, et continue de croître grâce à sa capacité à allier qualité, accessibilité et innovation, notamment pas la structuration de son entité Décathlon Pulse.



⁴³ BROCHAND, Christian. Le sport et la télévision : *un vieux couple à histoires*. Communication & Langages. (1992). pp. 25-40

⁴⁴ Chronologie de la Télévision en France. INA. La revue des médias. [Chronologie - Les grandes dates de la télévision en France | la revue des médias](#)

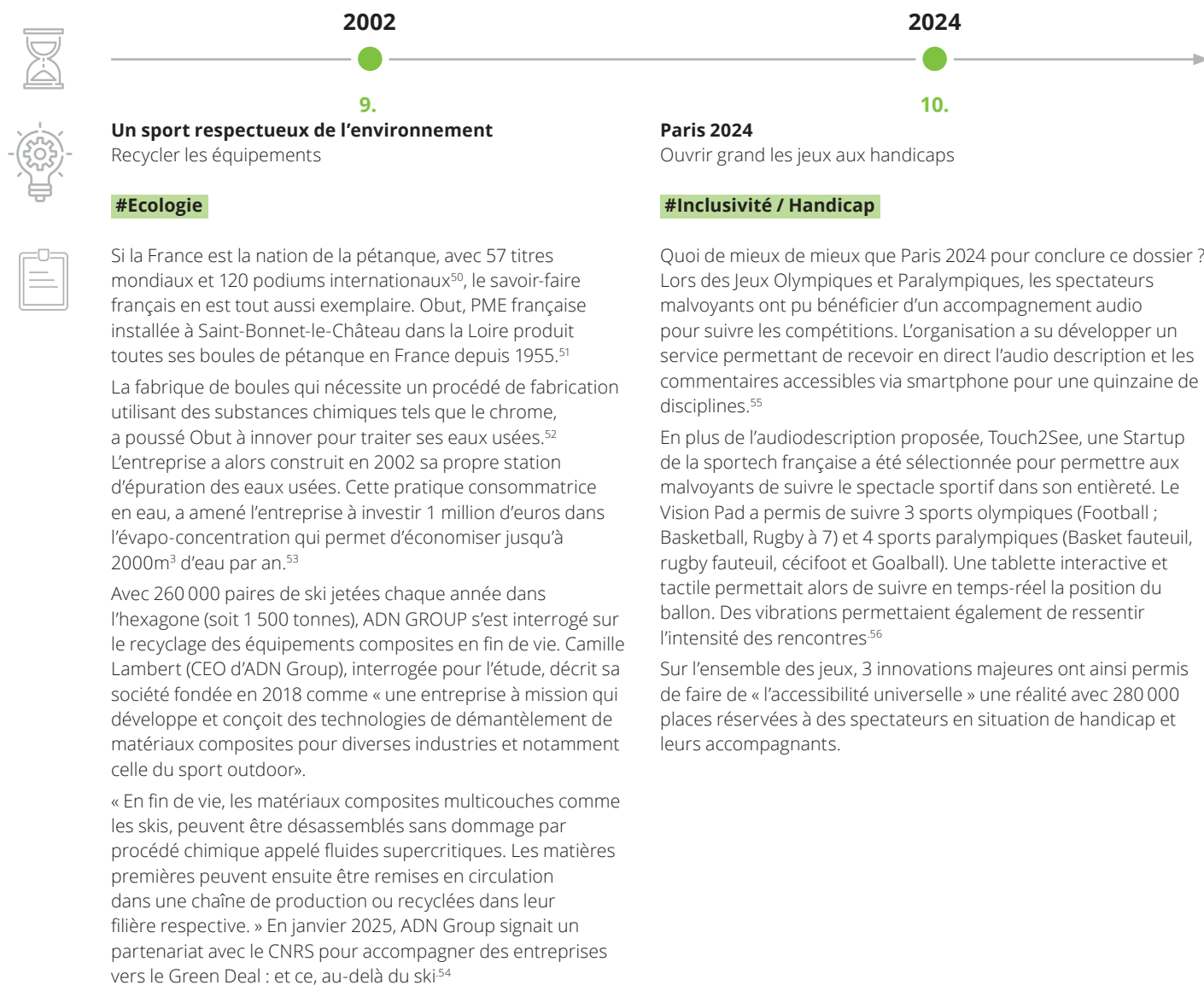
⁴⁵ 8 dates clés du Tour de France depuis sa création. France Télévisions. [8 dates clés du Tour de France depuis sa création | France TV & Vous](#)

⁴⁶ Les Data du Jour. Tour de France. [Data](#)

⁴⁷ Rédaction Châteaubriant. *Tour de France : des drones de Châteaubriant ont filmé l'étape Monaco Nice*. (22/07/2024). Disponible sur : [Tour de France : des drones de Châteaubriant ont filmé l'étape Monaco Nice](#)

⁴⁸ La bande de Michel Leclercq. Décathlon. [Les fondateurs DECATHLON : la bande des 7](#)

⁴⁹ L'histoire de DECATHLON. [L'histoire de Decathlon - nos dates clés](#)



⁵⁰ Retrouvez le Palmarès du Championnat du Monde depuis 1959 (année de lancement de cette compétition). Pétanque Dijon 2024. Palmarès - Championnat du Monde de Pétanque 2024

⁵¹ La société OBUT supprime les rejets liquides de son atelier de traitement de surface des boules de pétanque. (En ligne), France. Agende de l'eau Loire-Bretagne. 2019. (01/09/2019). [La société OBUT supprime les rejets liquides de son atelier de traitement de surface - Aides et redevances - Agence de l'eau Loire-bretagne](#)

⁵² Comment Obut pointe la préservation de l'eau. Le Progrès. (17/02/2021) [Loire. Comment Obut pointe la préservation de l'eau](#)

⁵³ PRAUZE, Alexandre. Moins de produits chimiques et des économies d'eau : le tir gagnant d'Obut. Le progrès. (19/03/2025). [Loire. Moins de produits chimiques et des économies d'eau : le tir gagnant d'Obut](#)

⁵⁴ ZANCHI, Jean-Sébastien. ADN Group signe un partenariat avec le CNRS pour recycler les matériaux composites. CNRS Innovation. (23/01/2025). [CNRS Innovation » ADN Group signe un partenariat avec le CNRS pour recycler les matériaux composites](#)

⁵⁵ ORMANIN, François. Première mondiale pour les JO de Paris 2024 : un service d'audiodescription pour les malvoyants sur France Télévisions. France 3 Normandie. (05/08/2024). Disponible sur : [Première mondiale pour les JO de Paris 2024 : un service d'audiodescription pour les malvoyants sur France Télévisions](#)

⁵⁶ L'OBSERVATOIRE DES INNOVATIONS DE PARIS 2024. CNOSF. (10/2024). [PARIS2024-ObservatoireDesInnovations.pdf](#)



Continuer à façonner la sportech française dans un monde fragmenté

300 ans d'Histoire : le sport, symbole des changements d'époque

Si les Britanniques ont bien souvent créé la pratique, les Français les ont également développés avec une vocation universelle dès la fin du XVIII^e siècle et une industrie capable d'innover. L'influence mondiale incontestée de la France jusqu'à la Grande Guerre explique ainsi que de nombreuses innovations décrites précédemment aient vu le jour durant ces années. Il s'agissait d'une vitrine pour la France, un redoutable moyen de diplomatie et le porte-étendard d'un savoir-faire à l'international.

A l'échelle mondiale, le sport et son industrie sont rapidement devenus incontournables. Longtemps voulu comme apolitique, le sport est aujourd'hui un vecteur du soft power des Etats puisqu'il est à la fois populaire et représente une des dimensions de la puissance contemporaine. Montrer au monde une image d'un sport qui gagne, c'est également montrer la mobilisation d'un peuple derrière ses sportifs, sa nation et ses dirigeants.⁵⁷

L'Histoire et ses heures sombres le rappellent également. En 1936 à Berlin, l'Allemagne Nazie a instrumentalisé le sport et la technologie comme une arme de propagande. Les Jeux de 1936 ont été les premiers à être télédiffusés dans la ville-hôte, le parti nazi cherchait alors à démontrer la supériorité du peuple allemand en se servant de cet événement comme d'un moyen de propagande. « De quoi assurer la promotion du régime en interne et le rayonnement de la puissance allemande à l'extérieur » selon Pascal Boniface.

Si l'après-guerre et la guerre froide ont rendu le monde bipolaire jusqu'à la chute du mur de Berlin en 1989 et l'effondrement de l'URSS, le sport s'est développé suivant des valeurs occidentales. Inclusivité, Parité, Durabilité : de nombreuses valeurs ont façonné et inspiré le sport à l'international. Les Jeux Olympiques de Paris 2024 en sont un parfait exemple avec les premiers Jeux paritaires, le Marathon Pour Tous, ou encore la collecte d'inventus alimentaires.

Néanmoins, cet héritage n'est pas encore la norme et tous les pays ne partagent pas les valeurs de la sportech française, la question est maintenant de savoir comment façonner et imposer une industrie qui fait face à des vents contraires ?

Façonner une vision de la sportech qui épouse son époque :

En 2025, sur fond de crises écologiques et géopolitiques, Europe, Etats-Unis, Russie, Chine, Pays du Golfe et Sud Global sont en train de redessiner les cartes du monde mais aussi la notion d'acceptabilité. Le Sport et plus largement son industrie représente l'image de marque des nations⁵⁸ : vision, valeurs, population, économie et in fine puissance.

A l'approche des Alpes 2030, où la France sera de nouveau sur le devant de la scène internationale, la sportech n'est pas une industrie de seconde zone, mais une réelle filière qui continue de se développer. L'enjeu est ici d'épouser son époque et d'être reconnu comme un réel moteur de croissance pour l'économie française. Jean-Baptiste Guégan, expert en géopolitique du sport et spécialiste des questions sportives, donne quelques axes de réflexions :

⁵⁷ AUBIN et GUEGAN. La Guerre du sport, Une nouvelle Géopolitique. Tallandier. Paris : 2024. 11 p.

⁵⁸ BOLIN, GORAN, ET STAHLBERG, Per, *Between Community and Commodity: Nationalism and Nation Branding in Communicating the Nation, National Topographies of Global Media Landscapes*, Göteborg, Nordicom, 2010, p 79-101.

1. Penser à inclure l'innovation sportive dans un écosystème global et éviter l'entre-soi

Travailler entre passionnés et connaisseurs du secteur est nécessaire au commencement de toute aventure entrepreneuriale, cela donne un cap et une vision. L'entre-soi peut cependant devenir un piège qu'il faut éviter. Penser en dehors des cases et ouvrir la porte à d'autres industries permet à l'innovation de se diffuser et de fertiliser d'autres secteurs. En ce sens, le produit peut très bien devenir la plateforme et ainsi ouvrir la porte à d'autres cas d'usage. C'est dans cet esprit que pour la Coupe de l'America 2024, l'entreprise française K-challenge a développé un navire à assistance hydrogène dont les briques technologiques sont transposables pour d'autres usages permettant d'envisager des flottes de navires hydrogènes ou des mobilités qui tirent profit des retours d'expérience issus de la compétition.⁵⁹

2. Penser Europe et Francophonie

Si le monde se fragmente, il est également question d'éveiller un sursaut Européen. Les distances avec les Etats-Unis et les menaces de surtaxes ne doivent pas être considérées comme des freins à l'innovation et à la création de champions Européens dans la filière. En Europe, près de 6 Millions de personnes vivent du sport privé.⁶⁰ La citoyenneté européenne, l'espace Schengen, la monnaie commune et certaines régulations permettent également le développement de projets innovants au sein de l'Union.⁶¹ La francophonie peut également représenter une alternative pour le développement de startups et l'essor de la filière⁶². Un groupe interministériel et interinstitutionnel a été créé en ce sens, le réseau Sport et Francophonie avec pour objectif de réunir tous les acteurs souhaitant développer la francophonie sportive et les opportunités liées⁶³. En effet, la francophonie ouvre la porte à des marchés matures et structurés comme le Canada ou à des marchés à fort potentiel comme le Maroc qui ne réalise pas loin de 2.5%⁶⁴ de son PIB grâce à cette industrie.

3. Penser aux marchés étrangers et les comprendre

La fin de la domination incontestée de l'occident sur le plan sportif permet la multiplication des compétitions sportives et du développement de la pratique dans chaque région du monde. Néanmoins, tous les marchés n'ont pas les mêmes objectifs stratégiques, priorités, budgets et infrastructures. Il faut donc être capable de proposer des produits qui s'adaptent aux cultures et aux pouvoirs d'achats locaux sans pour autant rompre avec la volonté de créer des innovations durables et universelles. Des organismes tels que l'Agence Française de Développement (AFD) accompagnent et financent « les entrepreneurs du sport, la société civile sportive, les acteurs du mouvement sportif et les politiques publiques sportives »⁶⁵ dans ce sens en ayant investi 200 Millions d'euros dans le secteur du sport entre 2012 et 2023. C'est à la fois un levier d'investissement et un moyen d'entrer et d'explorer de nouveaux marchés autrement, en articulant en outre ces financements à des stratégies où les entreprises françaises pourraient proposer leurs services et "chasser en meute".

4. Penser à mesurer les impacts en amont des projets

Pour pérenniser le développement de la filière Sport, assurer la durabilité des investissements et permettre une influence internationale, il faut penser le sport dans sa complexité.⁶⁶ Il est ainsi nécessaire de le construire en un système mesurable afin d'en évaluer et crédibiliser les impacts. Pour y parvenir, 3 approches sont à considérer. Elles correspondent à 3 types d'impacts à mesurer :

- « **Le sport qui se voit et se regarde** » : C'est le sport qui est diffusé et qui entre dans la sphère du divertissement, de sa médiatisation et de l'expérience des stades. Le considérer en tant que tel permet de mesurer l'audience des compétitions, l'impact d'influence de l'écosystème, la fan expérience et de séparer ses opportunités de celles issues d'autres dimensions du sport.
- « **Le sport qui se pratique** » : C'est le sport qui induit une activité physique en club, en fédération ou de manière libre. La séparer du sport qui se regarde, c'est aussi mesurer autrement l'évolution des athlètes et des sportifs amateurs autant que son impact sur la performance physique et la santé. C'est un autre ensemble de marchés et de besoins qui impliquent autant les équipementiers que les fournisseurs de services sportifs.

⁵⁹ Le secrétariat d'État chargé de la Mer partenaire officiel de l'équipe française de la Coupe de l'America (En ligne), France. Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche. 2023. (28/09/2023). Coupe de l'America | Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche

⁶⁰ Parlement Européen. Commission de la culture et de l'éducation. RAPPORT sur la politique des sports de l'Union européenne : bilan et pistes pour l'avenir. Procédure 2023/1205(INI). (08/11/2021). RAPPORT sur la politique des sports de l'Union européenne : bilan et pistes pour l'avenir | A9-0318/2021 | Parlement européen

⁶¹ SHARE - Practical guidance on developing Sport and Physical Activity Projects under the Cohesion Policy Funds (En ligne), Union Européenne. Commission Européenne. 2023. (October 2023). SHARE - Practical guidance on developing sport and physical activity projects under the Cohesion Policy Funds (October 2023) - Sport

⁶² MARIE, Elsa. La francophonie, une bonne piste pour les startups. Les Echos Start (2015). Disponible sur : La francophonie, une bonne piste pour les startups | Les Echos Start

⁶³ Développer la Francophonie sportive et valoriser la langue française <https://www.sports.gouv.fr/developper-la-francophonie-sportive-et-valoriser-la-langue-francaise-2544#:~:text=Un%20groupe%20interminist%C3%A9riel%20et%20interinstitutionnel%2C%20Min%20jeunesse%2C%20Min%20Sports>

⁶⁴ SAUVAJOT, Mathieu. Et si l'avenir du Maroc passait par le sport ? Le Figaro (2023). Disponible sur : Et si l'avenir du Maroc passait par le sport ?

⁶⁵ Agence Française de Développement. Le sport, un accélérateur de développement durable. Sport et développement | AFD - Agence Française de Développement

⁶⁶ DIETSCH et GUEGAN, La France n'est pas un pays de sport ? Ce que le sport dit de nous, De Boeck, Paris et Bruxelles, 2025, 220 p.

- **« Le sport qui se transmet »** : C'est le sport qui, de l'école via l'EPS aux associations sportives scolaires comme l'UNSS ou l'UGSEL, entre dans la vie quotidienne sans toutefois être appréhendé directement par le marché. Pourtant, il représente un des premiers viviers nourrissant le sport qui se regarde et qui se pratique. L'appréhender en tant que tel permet de mesurer l'héritage légué par la filière et son impact sociétal et économique. Un euro investi dans le Sport permet à la collectivité d'économiser 13 euros. Ce sont des coûts évités et des opportunités qui sont souvent sous-estimées ou laissées de côté dans les approches⁶⁷.

La collecte des données et l'interconnexion des différents acteurs (Etat, collectivités, fédérations, ligues, club ou encore entreprises) sont primordiales. Vue comme l'or noir du XXI^e siècle et enrichie avec les réseaux sociaux, la donnée est un atout stratégique majeur pour structurer un écosystème et l'ancrer dans le réel. A l'heure où l'IA devient un axe stratégique de développement national, maîtriser la donnée de l'écosystème sportif est primordial pour en évaluer l'impact et le développement.

5. Penser à la souveraineté et à la sécurité des données

Immatérielles et interconnectées, les données n'ont pas de frontière. Dans le sport, les nouvelles technologies amènent à utiliser et partager de la donnée de santé mais aussi de déplacement des individus (e.g. GPS). Les applications traitant et partageant ses données doivent faire preuve de précaution et sont soumises à réglementation.⁶⁸ Avec un contexte international incertain, il convient également de penser à la souveraineté, à la maîtrise et au détournement possible de ces données. En effet, en 2020, Médiapart révélait avoir retrouvé le profil de plus de 1000 militaires français déployés à l'étranger.⁶⁹



“

L'innovation est la condition de la performance d'aujourd'hui et de la puissance de demain. Le sport n'y échappe pas. C'est la condition sine qua non de notre avenir.

Jean-Baptiste Guégan

Enseignant à Sciences Po Paris et journaliste, spécialiste de la géopolitique du sport

”



⁶⁷ <https://www.sportspourtous.org/le-sport-un-levier-essentiel-pour-la-societe-et-leconomie/>

⁶⁸ CNIL. Quelles formalités pour les traitements de données de santé ? (22/05/2024). [Quelles formalités pour les traitements de données de santé ? | CNIL](#)

⁶⁹ BRABANT, Justine et BOURDON Sébastien. Des militaires français compromettent la sécurité de leurs opérations sur les réseaux sociaux. Médiapart (10/12/2024). [Des militaires français compromettent la sécurité de leurs opérations sur les réseaux sociaux | Médiapart](#)

Perspectives globales d'évolution & tendances technologiques en 2025

A l'international, il y a une nette tendance à la professionnalisation et à la monétisation de l'industrie du sport.⁷⁰ Drivé par les opportunités marketing que représentent les droits TV, le marché devient de plus en plus vaste avec des investissements de plus en plus nombreux. La data, l'IA et la « Fan Expérience » représentent des vecteurs majeurs de transformation pour l'industrie. Cette transformation ne s'étend plus uniquement aux sports les plus médiatisés (Football, basketball, F1, ...) mais touche également d'autres sports moins médiatisés comme le triathlon en permettant l'émergence de nouvelles pratiques.⁷¹

Streaming et « plateformisation » de l'industrie du sport

Cette tendance est d'abord poussée par un changement majeur dans l'accessibilité au sport « qui se regarde » : la subscription video-on-demand (SVOD)⁷² à traduire par « plateformes de vidéos à la demande » (ex. Apple, Netflix, Sportall, ...) bouscule le marché au détriment des abonnements classiques par câble. Les évolutions technologiques de ces dernières années (Data, Cloud, 5G) permettront à terme une intégration totale entre plateformes, contenu et services.

Cette évolution promet une nouvelle expérience spectateur avec une proposition de services qui dépasse maintenant le simple visionnage d'une épreuve. La technologie permet de renforcer l'engagement des supporters, de maximiser la monétisation du contenu et de globalement de renforcer la possibilité de visionnage.⁷³ La technologie permettra à terme de proposer en direct des paris sportifs, de la vente de produits mais également de nouveaux modes d'interactions entre les spectateurs.⁷⁴ L'IA Générative (Gen AI) aura également son « prompt » à dire, en proposant en direct aux fans du contenu et une assistance personnalisée.⁷⁵

Ces changements sont également le reflet de l'impact des réseaux sociaux dans les nouveaux modes de visionnage. 90% de la Gen Z utilisent les réseaux sociaux⁷⁶ pour visionner les temps forts des compétitions ou suivre la vie où la pratique de leur sports préférés, qu'ils soient professionnels ou non.⁷⁷

⁷⁰ GIORGIO Pete. 2025 global sports industry outlook. Deloitte. (13/02/2025) [2025 sports industry outlook | Deloitte Insights](#)

⁷¹ CERNUDA CASTRO, Olalla. PTO announces partnership with World Triathlon and the Lievin Triathlon Cup for the Indoor World Cup. World Triathlon. (22/01/2025). [PTO announces partnership with World Triathlon and the Lievin Triathlon Cup for the Indoor World Cup](#)

⁷² HAQ, Sana Noor. MLS and Apple announce 10-year streaming deal. CNN. (15/06/2022) [MLS and Apple announce 10-year streaming deal | CNN](#)

⁷³ Netflix et A.S.O., en partenariat avec France Télévisions, annoncent une série documentaire sur le Tour de France 2022. Netflix (31/03/2022) [Netflix et A.S.O., en partenariat avec France Télévisions, annoncent une série documentaire sur le Tour de France 2022 - About Netflix](#)

⁷⁴ GIORGIO, Pete. 2023 sports fan insights: The beginning of the immersive sports era. Deloitte Insights. (26/06/2023). Disponible sur : [Immersive sports fandom | Deloitte Insights](#)

⁷⁵ GIORGIO, Pete et WESTCOTT, Kevin. The Future of GenAI in Sports. Deloitte Global. Disponible sur : [The Future of GenAI in Sports | Deloitte Global](#)

⁷⁶ GIORGIO, Pete. 2023 sports fan insights: The beginning of the immersive sports era. Deloitte Insights. (26/06/2023). Disponible sur : [Immersive sports fandom | Deloitte Insights](#)

⁷⁷ BARBIER, Clément. Eleven All Stars : ce qu'il faut savoir sur le « match retour » des streamers entre l'Espagne et la France. L'EQUIPE. (08/10/2024) Disponible sur : [Eleven All Stars : ce qu'il faut savoir sur le « match retour » des streamers entre l'Espagne et la France](#)

TRIBUNE

On peut générer d'autres financements pour le sport !

« Face à la diminution des financements publics, explorer de nouvelles sources de revenus est devenu crucial pour le sport. Après les JOP de Paris 2024, la demande pour le contenu sportif en France a encore crû pour atteindre 75% de la population*. La diffusion en direct des compétitions représente une opportunité idéale pour satisfaire cette demande et connecter les annonceurs avec un public passionné et réceptif. Cependant, le modèle économique actuel, basé sur la vente de droits à des diffuseurs traditionnels, limite la rentabilité à quelques sports majeurs ou épreuves internationales.

Pour les centaines de milliers de compétitions de haut niveau, pro ou amateur, réparties sur tout le territoire, une approche alternative s'impose. Ces événements peuvent mobiliser des communautés attractives pour les annonceurs nationaux et locaux si elles sont mutualisées sur une même plateforme avec une commercialisation publicitaire automatisée. La captation est désormais facilitée par diverses solutions techniques manuelles ou automatiques, mais les défis demeurent au niveau de la diffusion et de la monétisation. Bien que YouTube, Facebook ou Twitch soient souvent utilisés, seule la mutualisation sur une plateforme dédiée permettra d'attirer et satisfaire les annonceurs tout en maximisant les revenus pour le sport.

Le principal obstacle est l'amorçage du système : les annonceurs veulent connaître l'ampleur de la diffusion tandis que les acteurs du sport attendent de connaître leurs revenus potentiels. Pour déployer ce modèle prometteur, CHAMP'S appelle à une action collective impliquant fédérations, clubs, organisateurs, entreprises SporTech et grands annonceurs, chacun jouant un rôle essentiel dans cette transformation du financement du sport. Mettons-nous autour d'une table pour lancer cette dynamique et ouvrir réellement le sport au financement par le digital. »

* Source Etude OpinionWay pour Sponsors Janvier 2025

Stéphane Gaultier

Président & CEO, CHAMP'S



Les « Fan Database » pour comprendre et gagner le cœur des supporters

La multiplication des plateformes et l'explosion du contenu laisse paraître une fragmentation des offres, qui frustre les consommateurs dénonçant la multiplication des abonnements et l'augmentation des tarifs. Aux Etats-Unis, 35% des spectateurs interrogés par Deloitte, estiment devoir s'abonner à trop de services pour suivre l'ensemble des compétitions qu'ils souhaitent regarder.⁷⁸ La France n'est pas épargnée par ce point de vue puisque de nombreux fans se tournent vers des solutions de streaming illégales⁷⁹ et dans certains cas se désintéressent de la pratique.⁸⁰ L'enjeu est maintenant de regagner et garder le cœur des supporters.

Dans cette course au visionnage, la rétention du spectateur pose la question de la fidélité des fans. Pour répondre aux enjeux de fragmentation du marché et capter l'attention des supporters, la collecte et l'analyse de la donnée sont devenus indispensables. La donnée de supporters permet ainsi aux ligues, aux équipes et aux autres entités sportives d'adapter leurs stratégies commerciales afin de renforcer l'engagement des fans, d'améliorer l'expérience des événements en direct, d'obtenir des évaluations médiatiques rentables et de conclure des accords de parrainage lucratifs.⁸¹

Les organisations sportives peuvent utiliser ces données, non seulement pour avoir des connaissances approfondies sur leurs fans mais également sur leurs potentiels habitudes de consommation. Maîtriser la donnée devient ainsi un énorme avantage pour permettre aux organisations de valoriser leur image auprès de potentiels sponsors et partenaires. Ces informations permettent ainsi de mesurer l'attractivité d'une organisation sportive et de valoriser sa valeur sportive. A contrario, ne pas avoir de « fan database » suffisamment robustes, pourrait dissuader de potentiels investisseurs par manque de visibilité sur les possibilités de retour sur investissements (ROI).⁸²

EXEMPLE

Le FC Bayern Munich a développé un « Golden Fan Record », qui agrège des données d'une cinquantaine de systèmes et plateformes pour obtenir le profil détaillé de ses supporters⁸³

Le sport immersif devient réalité

Cette maîtrise de la donnée et de l'image permet de faire du « Sport Immersif » une réalité. Si l'ensemble des possibilités de réalité augmentée (AR) et virtuelle (VR) paraissent encore futuristes, il y a de grandes chances que l'industrie du « sport qui se regarde » se concentre sur la création de nouvelles expériences à vivre au stade ou devant les écrans.

EXEMPLE

Cosm utilise aux Etats-Unis des technologies d'affichages de nouvelles génération (par le biais de dômes et de murs vidéo) pour faire vivre aux supporters des événements sportifs de premier plan dans un cadre plus grand que nature, grâce à la « réalité partagée » : une sorte de cinéma du sport. À l'instar de solutions françaises comme Immersiv.io et Stadify.⁸⁴

Cette transformation permet aussi le développement de nouvelles compétitions. Après les mondiaux de cyclisme eSport où des athlètes s'affrontaient via leurs home-trainers sur la plateforme Zwift en 2023,⁸⁵ en 2025 avec l'avènement de la TGL, c'est au tour du golf de travailler son swing 2.0. Une nouvelle compétition qui associe technologie de pointe à des équipes de haut niveau du circuit PGA TOUR. Les joueurs vivent une compétition hybride où la balle est frappée sur le plateau de télévision et le green lui est projeté à l'écran.⁸⁶ Côté Français, Kinomap a également permis au plus grand nombre de participer virtuellement au défi sportif connecté de Paris 2024. Une partie des épreuves de marathon, de course en ligne (cyclisme) et de canoë sprint ont été disputées à distance sur l'application Kinomap.⁸⁷

⁷⁸ ARBANAS, Jana. 'Funflation'—and live event hype—goes up against more cost-conscious consumers. Deloitte Insights. (08/10/2024) Disponible sur : [Funflation and cost conscious consumers | Deloitte Insights](#)

⁷⁹ BALDACCHINO, Julien. IPTV illégale : quand le piratage du sport et du ciné repart en flèche. France Inter. (30/08/2024) Disponible sur : [IPTV illégale : quand le piratage du sport et du ciné repart en flèche | France Inter](#)

⁸⁰ LATTA, Jérôme. « C'est en voulant le rendre toujours plus spectaculaire que l'on a rendu le football ennuyeux ». Le Monde. (21/10/2024). Disponible sur : [« C'est en voulant le rendre toujours plus spectaculaire que l'on a rendu le football ennuyeux »](#)

⁸¹ GIORGIO, Pete. How data can help drive sports sponsorship and fan engagement. Deloitte US. (2017) Disponible sur : [How Data Can Help Drive Sports Sponsorship and Fan Engagement | Deloitte US](#)

⁸² TRONCOSO, Alfredo, OJEGA, Tamara et RAMSINGHANI, Sagar. Determining sponsorship ROI. Kantar. (02/04/2023). Disponible sur: [Determining sponsorship ROI](#)

⁸³ BRECHT, Claudio. FC Bayern Munich Perfects the Fan Experience with Digital Solutions. SAP. (22/07/2020) [SAP Software at FC Bayern Munich | SAP News Center](#)

⁸⁴ Cosm Raises Over \$250 Million In Funding To Expand Experiential Entertainment Venues Globally. COSM. (31/07/2024). [Cosm Raises Over \\$250 Million In Funding To Expand Experiential Entertainment Venues Globally](#)

⁸⁵ LINDBLADE, trudy. « Les Championnats du Monde Cyclisme Esport UCI ont parfaitement lancé une année passionnante pour l'Ecosse », UCI. Cycisme esport. (09/03/2023) [Lindblade : « Les Championnats du Monde Cyclisme Esport UCI ont parfaitement lancé une année passionnante pour l'Ecosse » | UCI](#)

⁸⁶ This is TGL presented by Sofi. TGL. (2025). [Explained | TGL](#)

⁸⁷ Défi sportif connecté. Kinomap. [Défi sportif connecté de Paris 2024](#)

Ce qu'il faut retenir pour la sportech française

Le succès culturel du sport et le développement de son industrie encouragent l'adoption d'une approche de plus en plus professionnelle pour les acteurs du sport. Intégrer ces tendances technologiques implique la construction de back-offices plus solides, alimentés par de nouveaux métiers⁸⁸, et des flux de données plus importants.

Attention cependant au revers de la médaille, cette tendance pousse à la multiplication des compétitions et pose la question du bon équilibre à trouver entre « sport qui se voit », « sport qui se pratique » et « sport qui se transmet ». En effet, comment trouver le bon équilibre entre multiplication des compétitions, santé des athlètes⁸⁹ et intérêt des supporters ? Si les tendances technologiques sont à la base des nouveaux modèles de génération de profits, ces gains et évolutions peuvent-ils également être utilisés pour développer l'ensemble de la filière ?

Ces technologies représentent une chance pour le développement économique de la filière. Cependant, il est pertinent de noter que la technologie est un moyen et pas une fin. L'important est de développer les cas d'usages qui font sens en utilisant la technologie comme vecteur de transformation. L'intégration des différentes technologies semble incontournable aujourd'hui pour permettre de structurer et développer cette filière qui représente déjà 2,8% du PIB national.



Pour innover, ne pas prendre la technologie comme point de départ mais se concentrer sur les besoins et points de douleurs de l'existant, la technologie vient en support pour livrer une expérience sans couture.

Omar El Zayat

Responsable de l'Intégration de l'Innovation pour les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP) de 2024



Le point de vue de Michelene Rabbitt, Head of Sports chez Snowflake

Dans un contexte où le sport devient un système de plus en plus interconnecté (fans, santé, contenu, infrastructures), quels sont les principaux défis liés aux données au sein de cet écosystème ?

« Les startups de la sportech font face à plusieurs défis majeurs : Alors que les fans et les organisations sportives disposent aujourd'hui de plus d'options que jamais pour interagir entre eux et avec les autres acteurs de l'écosystème sportif, le défi réside dans le fait que ces points de contact et canaux restent très fragmentés. Un fan peut regarder des matchs en direct sur une plateforme, visionner des résumés sur une autre, acheter des billets via une autre, placer des paris sur une autre, etc. De même, les organisations sportives utilisent une variété de plateformes et d'appareils spécifiques pour collecter différentes données importantes sur les joueurs/athlètes (par exemple, pour informer les stratégies de santé/sécurité et de performance), ainsi que différentes technologies pour gérer les opérations des stades.

Les sources de données sont un mélange de données propriétaires provenant de diverses fonctions au sein de l'organisation et de données de l'écosystème, ce qui entraîne la création de multiples silos. Ces silos de données entravent la capacité à tirer de la valeur des données sportives, entraînant des profils de fans incomplets ou dupliqués, des informations limitées sur la sécurité des joueurs et des expériences négatives dans les stades.



Snowflake offre une plateforme unique pour unifier toutes les données sportives, quel que soit leur structure ou leur format, permettant aux organisations sportives de tirer parti de données complètes et précises pour prendre des décisions importantes et activer des opportunités. De plus, les capacités de collaboration de données de Snowflake permettent aux acteurs de l'écosystème sportif de partager même les données les plus sensibles – des informations personnelles des fans aux stratégies de performance des clubs – avec une sécurité de pointe et une gouvernance unifiée. Enfin, les capacités de Snowflake offrent des opportunités pour permettre aux parties prenantes non techniques, grâce à des applications comme Streamlit, de communiquer avec les données via un langage naturel, quel que soit leur niveau de compétence technique – du personnel d'entraînement aux vendeurs de partenariats corporatifs. Ces capacités éliminent davantage les silos internes et permettent aux organisations sportives d'intégrer des informations basées sur les données dans leurs stratégies à tous les niveaux. Grâce à cette combinaison de capacités de pointe, les organisations sportives ont l'opportunité d'utiliser Snowflake pour débloquent une liste infinie de cas d'usage qui créent de la valeur pour les fans, les athlètes et les entreprises sportives.

⁸⁸ GIORGIO Pete. 2025 global sports industry outlook. Deloitte. (13/02/2025) [2025 sports industry outlook | Deloitte Insights](#)

⁸⁹ OGDEN Mark. Is soccer heading for burnout ahead of longest-ever season? ESPN (13/08/2024). Disponible sur : [Is soccer heading for burnout ahead of longest-ever season? - ESPN](#)

Comment les données sportives peuvent-elles devenir un levier d'influence, de performance et de souveraineté pour l'industrie sportive française ? Quelles approches semblent les plus prometteuses pour renforcer la capacité de la France à exploiter et gouverner les données sportives ? À l'inverse, quels obstacles freinent encore cette ambition collective ?

L'industrie sportive française peut utiliser les données pour améliorer la santé et la sécurité des athlètes et des équipes françaises, ainsi que leurs performances. En collectant et analysant les données des athlètes provenant de diverses sources – telles que les statistiques de performance historiques, les images de matchs, les données nutritionnelles et médicales des athlètes, les données collectées par des capteurs, des dispositifs de suivi et des appareils portables – l'industrie sportive française a l'opportunité d'optimiser de multiples aspects des opérations sportives.

L'analyse prédictive par apprentissage automatique peut être utilisée pour déterminer les résultats attendus de l'ajout de certains joueurs à une équipe ou pour évaluer le risque de blessure d'un joueur.

L'IA générative peut être utilisée pour développer des programmes d'entraînement personnalisés ou des plans de récupération après blessure pour chaque athlète, ou pour élaborer des stratégies d'équipe sur le terrain.

Les données sportives peuvent également être utilisées par l'industrie sportive française pour stimuler l'engagement des fans et la monétisation. En collectant des données à travers les points de contact des fans (par exemple, les données de visionnage de matchs, de fréquentation, d'achat de marchandises, etc.), les équipes, ligues et fédérations peuvent construire et maintenir un profil individualisé robuste pour chaque fan. Une fois que l'organisation sportive a une compréhension solide de l'identité, des comportements et des préférences de chaque fan, elle est en mesure de personnaliser le parcours de chaque fan pour stimuler l'engagement, la fidélité et les revenus issus des fans. Lorsque les offres et les messages sont personnalisés, le fan se sent reconnu par l'organisation et est plus susceptible de répondre ou de s'engager.

Par exemple, le profil d'un fan pourrait indiquer qu'il a acheté un maillot pour enfant pour la saison à venir. L'équipe pourrait alors proposer à ce fan une réduction sur les billets pour une soirée à thème familial au stade. Ou, si l'équipe connaît le joueur préféré d'un fan, elle pourrait lui offrir des points de fidélité chaque fois que ce joueur marque un but, ces points étant échangeables contre des concessions lors de la prochaine visite du fan au stade.

Pour que les organisations sportives françaises réalisent la valeur qui peut être extraite des données grâce à ces approches de personnalisation et d'optimisation basées sur l'IA, il est crucial que la l'écosystème des données de l'organisation soit en ordre. Les performances des modèles d'IA et d'apprentissage automatique dépendent directement de la qualité des données sur lesquelles ils sont entraînés. Snowflake permet aux organisations sportives françaises d'établir un écosystème des données solide (« data foundation ») pour les charges de travail d'IA et d'apprentissage automatique en offrant une plateforme unifiée pour stocker, traiter et analyser les données de manière sécurisée.

En imaginant les 3 à 5 prochaines années, quels signaux faibles ou tendances émergentes pensez-vous qu'il faudrait surveiller ou qui devraient nous inspirer pour façonner un paysage sportif non seulement plus technologique, mais aussi plus équitable, durable et inclusif ?

Une tendance récente qui devrait nous inspirer à encourager dans le sport est l'augmentation de la diversité internationale des athlètes à travers les ligues et les régions. En augmentant l'accès mondial et en encourageant la participation mondiale dans chaque ligue ou sport, l'industrie sportive a l'opportunité d'élever le niveau de jeu dans les ligues tout en augmentant les bases de fans.

Les ligues sportives américaines comme la Ligue nationale de hockey et la Major League Baseball atteignent actuellement des niveaux de performance records, probablement parce que les recrutements sont effectués à l'échelle mondiale plutôt qu'uniquement aux États-Unis. En 2023/2024 pour la NHL et en 2024 pour la MLB, respectivement 71 % des joueurs de la NHL et 28 % des joueurs de la MLB sont nés en dehors des États-Unis. La présence de Shohei Ohtani dans la MLB a incontestablement stimulé l'audience et l'intérêt pour la MLB grâce à sa base de fans japonaise, en plus d'élever le niveau de jeu. Il en va de même pour la NBA avec Victor Wembanyama de France ou Giannis Antetokounmpo de Grèce.

Pour favoriser la poursuite de ces résultats, il est important que les grandes ligues et fédérations sportives continuent d'établir des programmes pour inclure et développer les talents à l'échelle mondiale, comme la Basketball Africa League cofondée par la NBA et la FIBA. De même, il est également important que les ligues et fédérations sportives mettent en place des programmes qui augmentent la possibilité de participer au sport indépendamment des caractéristiques démographiques, y compris le genre. Par exemple, le programme mondial de flag football de la NFL a entraîné une augmentation du nombre de femmes participant au football américain et devenant fans de ce sport.

Sur le plan technique, les organisations sportives ont également l'opportunité de rendre le sport plus accessible aux fans à l'échelle mondiale en tirant parti de l'IA dans les flux de la chaîne d'approvisionnement médiatique, par exemple pour automatiser la traduction et la localisation des diffusions de matchs.

Une tendance qui devrait être exploitée pour façonner un paysage sportif plus durable est l'augmentation récente des projets de rénovation de stades. Il y a actuellement un volume important d'investissements par les organisations sportives dans l'amélioration des espaces de stades et d'arènes. Ces projets sont effectués pour améliorer l'efficacité opérationnelle (par exemple, moins de frictions dans les files d'entrée/sortie ou aux kiosques), renforcer les mesures de sécurité et créer des expériences plus engageantes pour les fans (par exemple, la technologie de mesure du volume sonore des sièges de l'Intuit Dome, qui encourage les fans à crier plus fort pour obtenir des réductions et des offres). Les équipes et les ligues mettent également à jour les stades et les arènes pour permettre des espaces polyvalents, afin de générer des revenus à partir de concerts et d'autres événements lorsque l'équipe joue à l'extérieur ou pendant la basse saison. Quelle que soit la raison, toutes ces opportunités de rénovation offrent aux organisations la possibilité de moderniser les installations avec des améliorations plus respectueuses de l'environnement, comme l'utilisation de matériaux de construction écologiques ou de sources d'énergie plus efficaces ou renouvelables.

Les innovations technologiques jouent un rôle clé dans la transformation du secteur sportif, notamment en France, où la sportech s'impose comme un modèle mondial. Depuis 300 ans, la France allie sport et innovation, mais face aux crises écologiques, géopolitiques et à la fragmentation des marchés, elle doit adapter ses stratégies. L'avenir de la sportech française pourrait reposer sur une approche globale, une gestion optimisée des données et une collaboration renforcée entre les acteurs, sans renoncer pour autant à sa volonté de construire un sport plus inclusif, innovant et résilient.

LES STARTUPS DE LA SPORTECH ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

Un secteur qui surfe sur la vague de l'IA

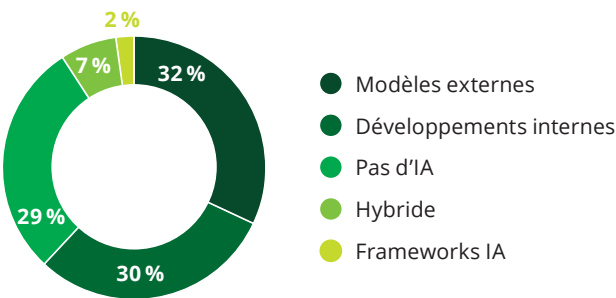
L'intelligence artificielle (IA) révolutionne la sportech en France, transformant la performance, la sécurité et l'accessibilité du sport, comme l'illustrent les avancées soulignées par les acteurs du domaine. Utilisée par exemple pour optimiser l'entraînement des athlètes lors des JOP de Paris 2024 ou réduire les commotions cérébrales de 17 % à 6 % dans le rugby, l'IA prédictive et analytique s'impose désormais comme un outil clé. Elle démocratise l'analyse biomécanique et personnalise l'accompagnement des athlètes.

En écho à la vision de Bruno Rivet, de chez Seventure Partners – partagée en première partie de cette étude –, qui mise sur la consolidation du marché Sportech et l'émergence de scale-ups d'ici 2026-2028, la France doit structurer cet écosystème à l'international selon Marie-Cécile Tardieu (Directrice Générale, Business France), et conjuguer éthique et ambition pour faire de l'IA un levier de croissance durable dans le sport.

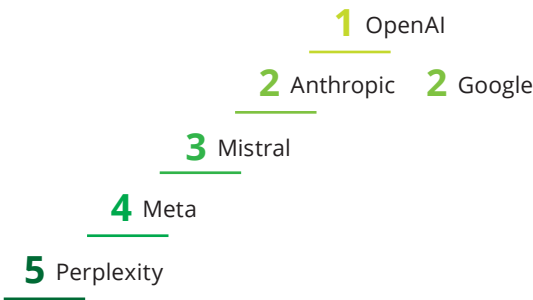
“ L'IA transforme profondément nos sociétés, au-delà de son impact technologique et industriel. Elle redéfinit nos rapports au savoir, au travail, à l'information, à la culture. Et le sport doit pleinement s'engager dans ce virage. ”

Marie Barsacq
Ministre des Sports, de la Jeunesse,
et de la Vie associative

Utilisation de l'IA par les startups de la sportech



Classement des providers d'IA pour les startups de la sportech en France



OpenAI leader incontesté, suivi d'une compétition variée reflétant les besoins divers (visibilité, coût, spécialisation) des startups sportech.

LES STARTUPS À SUIVRE DANS LE DOMAINE DE L'IA



Augmented Sports Technologies propose aux pratiquants de sports de raquette un outil de coaching à partir de l'analyse automatique de vidéos de leurs matchs. Leur premier produit, Ping Hero, s'adresse aux pongistes.



Nouveau modèle d'IA qui permet l'analyse précise, complète et en temps-réel de la performance sportive par la vidéo et répond aux enjeux d'analyse de la performance et d'engagement des audiences pour les organisations sportives.



Move 'N See développe des caméras et outils digitaux à destination des clubs sportifs



Solutions technologiques sport-santé, afin d'engager plus d'utilisateurs à adopter un mode de vie actif. PoseTracker.com est une API qui transforme les appareils mobiles en outils de suivi de mouvement en temps réel.



L'IA est un vecteur fantastique de démocratisation : elle rend accessibles à tous des analyses biomécaniques autrefois réservées aux athlètes de haut niveau. Nous avons constaté une amélioration de 10 % des performances des coureurs amateurs préparant un marathon grâce à notre solution d'analyse posturale.

Victor Dequidt

Co-fondateur et CTO, Ochy



Technologie de rupture basée sur des jumeaux numériques personnalisés ultra-précis, pour optimiser les performances athlétiques et réduire les risques de blessures.



Application mobile qui crée vos parcours sur mesure de course à pied, marche et vélo en 3 secondes chrono à partir du lieu où vous vous trouvez grâce à un algorithme unique au monde !



Chatbot IA qui aide les sports scientists, coaches, médecins du sport, kinés et nutritionnistes à explorer rapidement la recherche scientifique pour des analyses et décisions éclairées.



IA & chat assistant sur le football et bientôt d'autres sports, en utilisant la technologie LLM derrière OpenAI ChatGPT. Posez n'importe quelle question sur un match en cours ou à venir.

(Startup basée au Japon, ami de l'association SporTech)



Evaluation de la maturité technologique du secteur

Note méthodologique

L'évaluation de la maturité technologique du secteur sportech a été réalisée à partir des données collectées auprès des startups, en adoptant une approche structurée basée sur trois critères principaux pour refléter l'avancement technologique des startups.

Premièrement, le stade de développement de l'entreprise (colonne "Quel est le stade de développement de votre entreprise ?") a été évalué de façon binaire (0 / 1) : 0 pour "Early-stage", et 1 pour "Growth".

Deuxièmement, le niveau de sophistication du stack technologique ("Quelles technologies principales (langages, frameworks, bases de données) composent votre stack technologique ?") a été analysé et classé sur une échelle de 0 à 1 : 0 pour les stacks basiques (ex. : no-code, PHP/MySQL sans frameworks modernes), 0,5 pour les stacks intermédiaires (ex. : React, Node.js, Flutter), et 1 pour les stacks avancés (ex. : IA, serverless, DevOps comme Kubernetes ou Terraform).

Troisièmement, le niveau d'automatisation ("Quel est votre niveau d'automatisation des processus de développement et de déploiement (CI/CD) ?") a été noté de 0 à 1 : 0 pour "Aucune automatisation", 0,5 pour "Automatisation partielle", et 1 pour "Automatisation complète".

Un score total sur 3 a été calculé en sommant ces trois critères, puis les startups ont été catégorisées en trois niveaux de maturité : "Faible" (score ≤ 1), "Moyenne" (score $\leq 2,5$), et "Élevée" (score $> 2,5$).

Le stack technologique typique d'une startup de la sportech

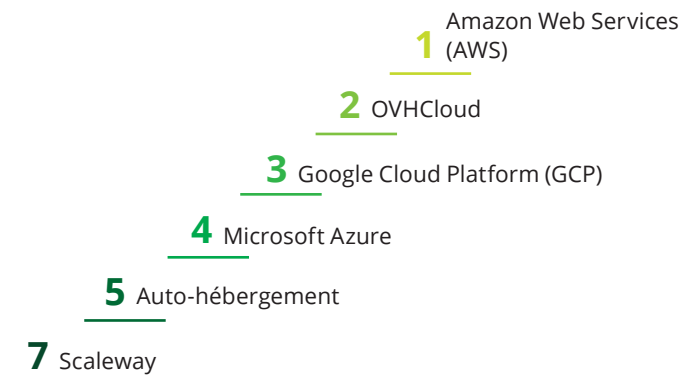
Langages modernes et frameworks

Python est très fréquent (mentionné par plus de 30 startups), souvent associé à des frameworks comme Django, FastAPI, ou à des usages en IA (TensorFlow, PyTorch, Scikit-learn). JavaScript/TypeScript dominent le frontend (React, Next.js, Angular) et parfois le backend (Node.js). Flutter (Dart) et React Native sont populaires pour les applications mobiles. PHP reste utilisé, mais souvent dans des stacks plus traditionnels (Symfony, Laravel).

Technologies avancées

- IA et machine learning: TensorFlow, PyTorch, Scikit-learn, Claude, architectures LLM (Large Language Models), RAG (Retrieval-Augmented Generation).
- Serverless et cloud: AWS (Lambda, ECS, Bedrock), Google Cloud Platform (GCP), Azure, architectures serverless (ex. : Next.js sur AWS).
- Blockchain: mentionnée dans quelques cas rares (ex. : EVM, smart contracts en OCaml/Michelson).
- IoT et capteurs : Moins cité de façon explicite, mais implicite pour les startups des sous-secteurs comme "Équipements pour la pratique sportive" (ex. : capteurs connectés).

- Bases de données : PostgreSQL est la plus courante (20+ mentions), souvent avec des solutions cloud (AWS RDS, GCP Cloud SQL). NoSQL : MongoDB, Firebase/Firestore, Redis, DynamoDB. Vectorielles : Pinecone (recherche sémantique).
- Big Data : BigQuery, Redshift.



Gestion des pics de trafic et scalabilité

La majorité des startups Sportech interrogées (56,8 %) présentent une scalabilité faible de leurs infrastructures, avec 71 d'entre elles incapables de gérer efficacement les pics de trafic ou une croissance rapide, contre seulement 25 (20 %) affichant une scalabilité élevée. Cette prédominance de faibles capacités d'adaptation pourrait poser un risque opérationnel majeur, notamment lors d'événements sportifs d'envergure ou de campagnes marketing d'ampleur, limitant leur potentiel de développement. Les startups plus matures, souvent dotées de processus automatisés et de ressources financières plus importantes, se distinguent par une meilleure préparation, soulignant un besoin urgent d'accompagnement technique et financier pour les jeunes pousses afin de renforcer leur résilience face à la croissance.

Automatisation et DevOps

Outils comme Docker, Kubernetes, Terraform, GitLab CI, et ArgoCD qui indiquent un niveau élevé d'automatisation.

Architectures serverless

L'utilisation d'AWS Lambda, de GCP Cloud Run, ou autres, qui montrent une sophistication dans la scalabilité.

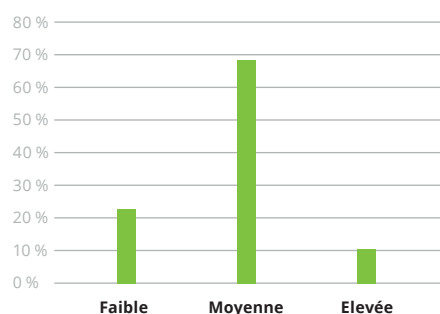
No-code et solutions plus simples

Quelques startups utilisent des outils no-code (Softr, Airtable, Webflow, Supabase), ce qui peut indiquer une maturité technologique plus faible. Bases de données Excel ou stacks très basiques (HTML/CSS/JS, PHP/MySQL) sont rares mais présentes.

Un secteur au renforcement des capacités technologiques en cours

Le secteur sportech, en pleine transition technologique avec 68% des startups à un niveau de maturité technologique "moyenne" et 9,6 % à un niveau "Élevée", démontre un dynamisme prometteur et un fort potentiel pour intégrer des technologies avancées avec un accompagnement adapté.

Répartition du niveau de maturité technologique de la sportech



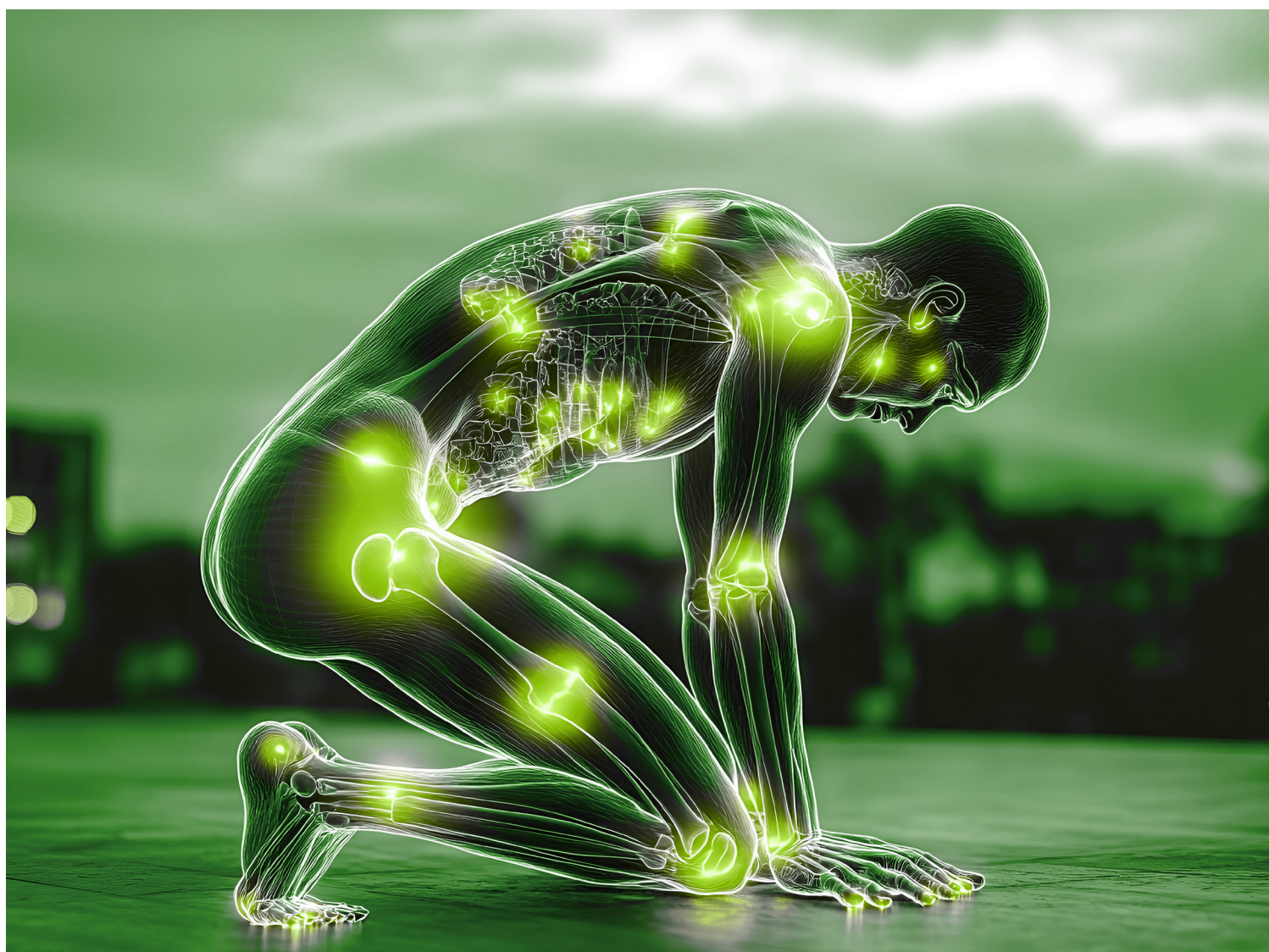
Sources : Analyse Deloitte, données déclaratives

Faible (22,6%, 28 startups) : Environ un quart des startups est à un niveau de maturité technologique faible. Cela reflète probablement les startups "early-stage" (score 0 pour le stade de développement) qui n'ont pas encore adopté de technologies avancées ou d'automatisation poussée.

Moyenne (67,7%, 84 startups) : La majorité des startups se trouve à un niveau intermédiaire. Ces startups sont un mélange de "early-stage" et "growth", avec des stacks technologiques modernes (ex. : React, Node.js, Flutter), mais une automatisation partielle.

Élevée (9,7%, 12 startups) : Une faible proportion de startups atteint un niveau de maturité technologique élevé. Cela concerne principalement les startups en phase "growth" (score 1) qui utilisent des technologies avancées (ex. : IA, serverless, DevOps) et ont un niveau d'automatisation élevé.

L'analyse de la maturité technologique des startups SporTech est encourageante, avec une majorité de startups dans la catégorie "Moyenne" à travers les sous-secteurs.



ENTRE HIGH-TECH ET ÉMOTIONS, LE SMART STADIUM, NOUVEAU TEMPLE DU SPORT ?

Un développement s'inscrivant dans une tendance mondiale de modernisation des infrastructures

L'évolution des infrastructures répond à plusieurs objectifs : améliorer l'expérience des spectateurs, diversifier les sources de revenus, optimiser la gestion des installations et répondre aux nouveaux enjeux environnementaux.

Les investissements en accélération

Selon le dernier rapport TMT Predictions Deloitte⁹⁰, il est estimé que plus de 300 projets de rénovation ou de construction de stades auront lieu dans le monde en 2025, et que 50% de ces projets prendront place en Amérique du Nord et en Europe.

En France, les investissements dans les stades ont déjà été considérables ces dernières années, notamment en vue de l'Euro 2016 puis des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024. À titre d'exemple, le coût total des chantiers pour la construction et la rénovation des stades pour l'Euro 2016 s'est élevé à environ 1,7 milliard d'euros, dont 850 millions de financements mixtes public-privé et 290 millions provenant de fonds publics⁹¹.

Le fan service, une stratégie payante

De plus en plus, les fans s'attendent à disposer d'interactions personnalisées et immersives, et les projets ainsi que l'intégration des nouvelles technologies par les clubs sont conçus en ce sens. Par la transformation des stades en de véritables melting pot intégrant des offres telles que la restauration, la culture, l'hôtellerie, etc., les gestionnaires incitent à rester plus longtemps sur place, et à consommer plus.

EXEMPLE DE RÉUSSITE : LE PROJET OL VALLÉE

Un exemple emblématique de cette tendance est le projet OL Vallée, initié par l'Olympique Lyonnais. Il est estimé que ce projet a permis au club de générer des revenus supplémentaires grâce à une augmentation de l'affluence et à des événements organisés en dehors des jours de match. Selon le rapport 2025 Deloitte Football Money League⁹², l'Olympique Lyonnais aurait ainsi bénéficié de 264 millions d'euros de revenus supplémentaires.

La durabilité devient incontournable

Un constat reposant selon Deloitte sur deux éléments :

- Intégrer la durabilité dans ses projets immobiliers permet de débloquer des financements publics, mais aussi réduire les impacts négatifs à long terme pouvant peser sur les gestionnaires, notamment les factures énergétiques.
- Dans un monde où les revendications dans le monde du sport sont toujours plus nombreuses, l'engagement est aussi un moyen de jouer sur l'affinité de marque, et générer de nouvelles opportunités de partenariat, ainsi qu'un meilleur engagement des fans.

L'intégration croissante des technologies

L'intégration croissante de l'intelligence artificielle et des technologies connectées dans les stades français devrait se poursuivre, avec un accent particulier sur la personnalisation de l'expérience des fans et l'optimisation de la gestion des installations. Ces évolutions pourront s'inscrire dans le cadre plus large de la stratégie nationale pour l'intelligence artificielle⁹³, qui vise à positionner la France comme un leader dans ce domaine.

Orange Vélodrome, le pionnier des stades connectés

Situé au cœur de Marseille, l'Orange Vélodrome, emblématique stade de l'Olympique de Marseille, est devenu en 2019 le premier stade 5G de France grâce à un partenariat stratégique avec Orange Business. Ce projet a transformé l'enceinte en un laboratoire technologique de pointe, destiné à réinventer l'expérience des spectateurs, des médias et des organisateurs lors des matchs et grands événements. Orange s'est engagé à intégrer des acteurs de toutes tailles, des startups aux grandes entreprises, une ambition concrétisée par une série d'initiatives innovantes.

Dès 2019, une antenne expérimentale a été installée, suivie en 2021 par l'inauguration d'un 5G Lab de 600 m² au sein du stade. Deux réseaux coexistent : un réseau commercial sur la bande 3,5 GHz pour une couverture optimale, et un réseau expérimental sur la bande 26 GHz dédié aux usages novateurs.

⁹⁰ TMT Predictions 2025. (s. d.). Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions.html>

⁹¹ Associés, C. (2016, 12 mai). Les stades de l'Euro 2016, combien ça coûte ? Contribuables Associés. <https://contribuablesassociés.org/2016/05/12/les-stades-de-l-euro-2016-combien-ca-coute/>

⁹² Deloitte Football Money League 2025. (2025, 23 janvier). Deloitte United Kingdom. <https://www.deloitte.com/uk/en/services/financial-advisory/analysis/deloitte-football-money-league.html>

⁹³ La stratégie nationale pour l'intelligence artificielle (2025, 07 février). Ministère de l'économie des finances et de la souveraineté industrielle et numérique. <https://www.economie.gouv.fr/actualites/strategie-nationale-intelligence-artificielle>

Pour les spectateurs, la technologie donne vie à une immersion totale : ils peuvent mixer des sons en direct – le bruit du ballon ou l’ambiance des tribunes – grâce à l’application Augmented Acoustics⁹⁴, ou suivre des statistiques en temps réel via la réalité augmentée grâce aux technologies de réalité mixte proposée par Immersiv.io⁹⁵.

Les médias profitent de transmissions instantanées de photos et vidéos HD, simplifiées par des outils comme ceux d’Haivision (anciennement Aviwest) et Sony, accéléré par la solution de la startup MomentLab. Grâce à un mélange astucieux d’IA et de connectivité 5G, et de Edge Computing avec AWS, les photos sont immédiatement classées selon une variété élargie de filtres : marques, joueurs, voire le modèle de crampons portés par les joueurs !⁹⁶

Les organisateurs, quant à eux, bénéficient d’une communication fiable et d’une gestion énergétique optimisée issue d’une collaboration avec Cisco, réduisant de 52 % la consommation du WiFi. Enfin, le partenariat avec la startup Touch2see illustre l’engagement inclusif du projet : grâce à une combinaison innovante de matériel dédié et de la faible latence de la 5G, les personnes malvoyantes peuvent suivre les matchs en direct, enrichissant ainsi l’accessibilité de l’expérience sportive.⁹⁷

Informations recueillies à l’Orange Vélodrome le 24/03/2025, lors d’une rencontre avec l’équipe Business Innovation & Partnerships de Orange : Guillaume Chabas et Solène Verdier.



⁹⁴ AUGMENTED ACOUSTICS - L’audio augmenté dans les stades avec Augmented Acoustics - Orange 5G Lab. (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/laudio-augmente-dans-les-stades-avec-augmented-acoustics/>

⁹⁵ Orange et Immersiv.io révolutionnent la manière de regarder un match de foot - Orange 5G Lab. (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/immersiv-io-avec-augmented-match-et-la-5g-orange-et-immersive-io-revolutionnent-la-maniere-de-regarder-un-match-de-foot/>

⁹⁶ SMART STADIUM - La révolution 5G est en marche dans les stades ! - Orange 5G Lab. (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/smart-stadium-la-revolution-5g-est-en-marche-dans-les-stades/>

⁹⁷ xxx

SPORT ET SANTÉ, LA SPORTECH AU SERVICE DE LA PRATIQUE SPORTIVE ET DU BIEN-ÊTRE



APRÈS LA GRANDE CAUSE NATIONALE ET LES JOP, QUID DE LA DÉMOCRATISATION DU SPORT ET DE LA PRATIQUE SPORTIVE ?

Rappel du contexte de la Grande Cause Nationale

La Grande Cause Nationale 2024 (GCN2024), décrétée par le Président de la République, avait pour objectif de promouvoir l'activité physique et sportive, en s'appuyant sur l'élan des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Cette initiative répondait à une urgence sanitaire, avec 40 % des Français de 15 ans et plus pratiquant peu ou pas de sport, et une sédentarité croissante, notamment chez les jeunes, exacerbée par l'addiction aux écrans⁹⁸.

Les objectifs principaux de la GCN2024 incluaient :

- Inciter les Français à adopter des modes de vie moins sédentaires, avec un focus sur 30 minutes d'activité physique quotidienne ;
- Mobiliser les acteurs du sport et les forces vives pour valoriser le sport dans la société ;
- Intégrer le sport au cœur des politiques publiques, notamment via une interministérialité renforcée.

Des initiatives concrètes ont été lancées, telles que :

- Labellisation GCN2024 : À fin juin 2024, 1 665 événements étaient labellisés au niveau national, avec la Nouvelle-Aquitaine en tête avec 235 événements⁹⁹ ;
- Fonds de soutien : Un fonds de 5 millions d'euros, géré par l'Agence Nationale du Sport (ANS), a été créé pour financer des projets, avec des contributions publiques et privées¹⁰⁰
- Programmes communautaires : "Sport au cœur des villages" organise 500 événements multisports dans des communes rurales de moins de 3 500 habitants, en partenariat avec des associations comme l'UFOLEP et l'AMRF (association des maires ruraux de France)¹⁰¹. De même, "Bouge ton camping !" vise à promouvoir l'activité physique dans les campings, en collaboration avec la FNHPA et d'autres partenaires.
- Lancement d'un appel à projets SportTech pour trois lauréats du collectif (COOLROOL, Sporty Peppers et WeWard) actifs dans la démocratisation de la pratique du sport. A la clef, 50 000€ pour chacune de ces entreprises¹⁰².

L'impact des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sur la GCN2024

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, du 26 juillet au 11 août, ont été un événement majeur avec des retombées significatives sur la participation sportive. Des initiatives spécifiques ont été mises en place pour engager le public :

- Marathon pour tous : Cet événement a rassemblé 40 000 participants sur place et 507 000 inscrits au Marathon pour tous connecté, facilité notamment par Kinomap et United Heroes, démontrant un engouement populaire¹⁰³.
- Club France : Situé à La Villette à Paris, renommé pour l'occasion le Parc des Nations, il a attiré 700 000 visiteurs, offrant des initiations à de nouvelles pratiques sportives et des conférences sur les bienfaits du sport, un showroom pour les startups de la sportech, renforçant l'engagement communautaire autour, chaque jour, d'une nouvelle entreprise du collectif.
- Vacances olympiques et paralympiques 2024 : Ce plan a mis en avant la pratique sportive via des dispositifs comme "Quartier d'été" et "Vacances apprenantes", en ouvrant les clubs sportifs pendant l'été.

L'impact économique des Jeux a été notable, avec une contribution estimée à 0,3 point de PIB au troisième trimestre 2024, grâce aux billets, droits télévisuels et tourisme¹⁰⁴. Cependant, l'évaluation des impacts à long terme sur la participation sportive reste en cours, avec des études menées par l'INSEE et le service statistique ministériel¹⁰⁵. A noter que les résultats partagés par les fédérations témoignent déjà d'un capacité d'accueil saturée, cette dernière étant encore limitée par les infrastructures à disposition, comme FFNatation, FFTennis de Table.

⁹⁸ Dossiers : La Grande Cause nationale 2024. (2025, 10 février). Préfecture et services de l'Etat en région Nouvelle-Aquitaine. <https://www.prefectures-regions.gouv.fr/nouvelle-aquitaine/Grands-dossiers/La-Grande-Cause-nationale-2024>

⁹⁹ Ibid

¹⁰⁰ Activité physique et sportive : la Grande cause nationale 2024 est lancée. (2024, 19 février). info.gouv.fr. <https://www.info.gouv.fr/actualite/activite-physique-et-sportive-la-grande-cause-nationale-2024-est-lancee>

¹⁰¹ La Grande cause nationale 2024 au cœur des territoires. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/la-grande-cause-nationale-2024-au-coeur-des-territoires-2721>

¹⁰² Grande Cause Nationale 2024 : Annonce des 3 lauréats de l'appel à projets SportTech : <https://www.sports.gouv.fr/grande-cause-nationale-2024-annonce-des-3-laureats-de-l-appel-projets-sporttech-2879>

¹⁰³ Premier bilan des Jeux olympiques de Paris 2024 et premières perspectives sur les Jeux paralympiques. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/premier-bilan-des-jeux-olympiques-de-paris-2024-et-premieres-perspectives-sur-les-jeux>

Quelles sont les tendances de la pratique sportive pour l'année 2024 ?

Les données récentes de l'INJEP, publiées en décembre 2024, montrent que la pratique sportive reste dynamique, avec 58 % des personnes de 15 ans et plus pratiquant régulièrement une activité sportive, un taux stable par rapport à 2023 mais supérieur de 4 points à 2018¹⁰⁶.

Les tendances notables incluent :

- Réduction des écarts de genre : L'écart entre la pratique féminine (en légère hausse) et masculine (en baisse) se réduit à 4 points.
- Disparités socio-économiques : Malgré des progrès, un écart de 24 points persiste entre cadres (taux de pratique élevé) et ouvriers.

- Lieux de pratique : La pratique à domicile, boostée par la crise sanitaire, revient à son niveau de 2018, tandis que la pratique en installations sportives retrouve également son niveau pré-pandémique.

Ces tendances observées suggèrent donc que les initiatives de la Grande Cause Nationale et les Jeux ont soutenu la pratique sportive et l'atteinte des objectifs du gouvernement, mais des efforts restent encore nécessaires pour combler les inégalités socio-économiques.

LES STARTUPS SPORT ET SANTÉ À SUIVRE



AI Bright

Accompagne les pratiquants de Fitness en corrigeant leur posture et leurs mouvements pendant l'exercice via une caméra personnelle connectée à l'intelligence artificielle.



BraimIA

BraimIA

IA spécialisée sport santé nutrition, première application coach virtuel



Fizzup

FizzUp est une application d'entraînement/remise en forme qui utilise des algorithmes de prédiction de capacité à l'effort. Ils adaptent des entraînements à chaque personne qui utilise l'application. FizzUp adapte aussi de manière automatisée les entraînements en fonction de l'équipement de l'utilisateur.



Hémotion

Hémotion permet aux sportifs de réagir à une blessure en temps réel et autonomie, grâce à des kits de premiers secours intelligents.



Kinvent

Avec 8 appareils connectés reliés à une application, Kinvent apporte de la précision et des données scientifiques concrètes à la pratique de la kinésithérapie et préparation physique. Biofeedback en temps réel permettant de mesurer la force, l'équilibre et l'amplitude de mouvement.



Ochy

OCHY analyse votre vidéo de course grâce à l'IA, offrant une analyse complète de votre foulée pour optimiser vos performances et prévenir les blessures.

¹⁰⁴ L'impact des Jeux olympiques de Paris sur l'activité économique et les paiements au troisième trimestre 2024 | Banque de France. (s. d.). Banque de France. <https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/l'impact-des-jeux-olympiques-de-paris-sur-l'activite-economique-et-les-paiements-au-troisieme>

¹⁰⁵ Biaisque, V., Mauroux, A., & Vicard, A. (2024, 5 novembre). Impacts économiques et sociaux des Jeux Olympiques et Paralympiques : à vos stats, prêts, partez ! Blog de l'Insee. <https://blog.insee.fr/impacts-economiques-et-sociaux-des-jo-et-jop/>

¹⁰⁶ INJEP. (2024, 18 décembre). Les pratiques sportives en France en 2024 avant les Jeux de Paris - INJEP - Philippe Lombardo (INJEP) Jörg Müller (CREDOC). <https://injep.fr/publication/les-pratiques-sportives-en-france-en-2024-avant-les-jeux-de-paris/>

LE SPORT ET LE TRAVAIL, QUAND PLAISIR RIME AVEC PRODUCTIVITÉ ET BIEN-ÊTRE

Etat des lieux du sport au travail en France

Le sport au travail en France en 2024 s'inscrit dans un contexte de mobilisation croissante, soutenu par des initiatives nationales et des innovations technologiques, tout en faisant face à des défis d'accessibilité et d'adoption.

Dans le contexte professionnel, la pratique reste limitée. Une mission flash sur le sport au travail, menée par les députés Karl Olive et Claudia Rouaux en avril 2024, a révélé que seulement 12 % des salariés bénéficient d'une aide de leur employeur pour pratiquer une activité physique et/ou sportive¹⁰⁷. Cette aide peut inclure des abonnements à des salles de sport, des événements sportifs, ou des aménagements comme des pauses actives.

Les troubles musculosquelettiques (TMS) sont un enjeu majeur, représentant 87 % des maladies professionnelles en France, selon l'Assurance Maladie¹⁰⁸. Près de 30 % des arrêts de travail seraient causés par des TMS, avec des coûts estimés à 2 milliards d'euros pour les entreprises¹⁰⁹. La pratique sportive en entreprise peut réduire ces risques, avec des études montrant une augmentation de la productivité de 8 % et une diminution de l'absentéisme de 25 %, selon un rapport du MEDEF et du CNOSF¹¹⁰.

Quelles perspectives et initiatives pour le sport au travail ?

L'écosystème sportech en France joue un rôle clé dans la démocratisation du sport au travail. Des entreprises comme Gymlib, Manita, Spart, Sportheros, Trainme offrent des solutions innovantes, telles que des applications de fitness, des défis sportifs, et des abonnements à des activités physiques. Par exemple, EGYM Wellpass (ex-Gymlib) propose des passes pour des salles de sport, tandis que Spart organise des événements sportifs pour les entreprises. Ces initiatives contribuent indéniablement à rendre le sport plus accessible, personnalisé, et inclusif, notamment pour les télétravailleurs, avec 66 % passant 7 heures par jour assis, selon le Baromètre 2024 du sport en entreprise¹¹¹.

Des initiatives concrètes ont été lancées pour encourager le sport au travail. Par exemple, le MEDEF a déployé un outil pour calculer les bénéfices de la pratique sportive en entreprise, disponible depuis juillet 2023¹¹². De plus, des événements comme les Jeux Européens du Sport d'Entreprise, rassemblant 7 500 participants en 2023, ont été organisés pour mobiliser les entreprises dans ce mouvement.

La mission flash de 2024 a formulé seize recommandations pour amplifier la mobilisation, notamment :

- créer un « titre sport » sur le modèle du titre restaurant, pour faciliter le financement des activités sportives ;
- renforcer la place du sport en milieu professionnel dans la stratégie nationale sport-santé ;
- investir dans du mobilier et du design actif, comme des bureaux ajustables, pour encourager les pauses actives dans le temps professionnel.

Ces recommandations visent à lever les freins, notamment pour les TPE-PME, où la sensibilisation reste faible¹¹³.

À titre d'exemple, certaines entreprises, comme Deloitte, ont mis en place des programmes sportifs, tels que le Deloitte Running Club, qui organise régulièrement des sessions de running, des passes EGYM Wellpass (ex-Gymlib) pour les employés, ou encore la possibilité de participer au Derby Deloitte : un raid annuel ouvert aux collaborateurs de la firme. Des exemples montrant comment le sport peut renforcer la cohésion d'équipe et améliorer l'image employeur, attirant notamment les jeunes générations, sensibles à ces programmes, selon France Travail¹¹⁴.

¹⁰⁷ Rouaux, C. (2024, 4 avril). Sport au travail : conclusions de la mission flash. Claudia Rouaux, Députée D'Ille et Vilaine (35). <https://www.claudiarouaux.fr/ma/actualites/sport-au-travail-conclusions-de-la-mission-flash.php>

¹⁰⁸ Wirth, T., & Wirth, T. (2024, 3 avril). Guide des TMS en 2024 : Chiffres et Nouvelles Solutions. Wellness Prévention - Pour une entreprise active et engagée. <https://wellness-prevention.fr/guide-des-tms-en-2024-chiffres-et-nouvelles-solutions/>

¹⁰⁹ Le point sur : les Troubles musculosquelettiques (TMS). (s. d.). <https://www.preventica.com/magazine/dossiers/le-point-sur-les-troubles-musculosquelettiques-tms-12112021>

¹¹⁰ Faire du sport en milieu professionnel un levier stratégique du développement de l'activité physique et sportive. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/faire-du-sport-en-milieu-professionnel-un-levier-strategique-du-developpement-de-l-activite>

¹¹¹ Baromètre 2024 du sport en entreprise. (s. d.). <https://www.harmonie-mutuelle.fr/marque/a-propos/espace-presse/communiqués-presse/barometre-2024-sport-entreprise>

¹¹² Cf. supra.

¹¹³ Faney, G. (2024, 3 avril). Sport au travail : une mission flash appelle à renforcer la sensibilisation des entreprises. AEF Info. <https://www.aefinfo.fr/depeche/710161-sport-au-travail-une-mission-flash-appelle-a-renforcer-la-sensibilisation-des-entreprises>

¹¹⁴ Le sport en entreprise, une pratique en plein essor - France Travail. (s. d.). France Travail. <https://www.francetravail.org/accueil/actualites/2023/le-sport-en-entreprise-une-pratique-en-plein-essor.html?type=article>

TRIBUNE

Sport en Entreprise

« Le sport en entreprise est devenu un levier essentiel pour promouvoir la santé des salariés et répondre aux attentes des entreprises. Face à l'augmentation des maladies liées à la sédentarité, responsables de millions de décès chaque année, intégrer le sport dans le milieu professionnel est devenu une nécessité. En France, près de 95 % des adultes ne pratiquent pas suffisamment d'activité physique pour préserver leur santé, ce qui entraîne des coûts importants pour les entreprises, notamment à cause de l'absentéisme.

Les salariés sont largement favorables à l'introduction du sport dans leur environnement de travail, et les entreprises commencent à saisir l'importance de cet enjeu pour attirer et fidéliser les talents. Le sport en entreprise améliore la qualité de vie au travail, booste la productivité et réduit le turnover. Cependant, seules 13 % des entreprises offrent des programmes adaptés, ce qui représente une véritable opportunité pour les mutuelles et les acteurs du secteur de soutenir ces initiatives.

En investissant dans le sport en entreprise, les entreprises peuvent réduire les coûts liés à la sédentarité, se différencier sur un marché compétitif et fidéliser leurs salariés, tout en contribuant à une meilleure santé globale. Le sport en entreprise n'est plus une option, mais une véritable nécessité pour le bien-être et la compétitivité des organisations. »

* Source Etude OpinionWay pour Sporsora Janvier 2025

Gatien Letartre

Fondateur & CEO, TrainMe



LE SPORT À L'HEURE DE LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE



LES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX MAJEURS POUR L'ORGANISATION D'ÉVÈNEMENTS SPORTIFS

Mobilité et empreinte carbone : le défi du transport dans le sport

Chaque année en France, 2,5 millions d'événements sportifs sont organisés¹¹⁵, incarnant des moments de passion et de performance, mais aussi un impact environnemental considérable. Mobilité, infrastructures, gestion des ressources et adaptation climatique sont autant de défis qui imposent une transformation durable du secteur.

Les déplacements représentent entre 80 % à 90 % des émissions de gaz à effet de serre d'un événement sportif¹¹⁶. Dans le football et le rugby en France, l'empreinte carbone annuelle atteint 2,2 millions de tonnes de CO₂e, dont la moitié provient des transports. Le sport professionnel, quant à lui, émet 310 000 tonnes de CO₂e, dont 68 % des émissions sont dues aux déplacements des spectateurs. Les matchs internationaux sont particulièrement polluants : 2 % des visiteurs génèrent 93 % des émissions¹¹⁷.

Face à cette dépendance aux transports carbonés, plusieurs solutions émergent. Certaines villes, comme Angers, Nantes et Valenciennes, offrent la gratuité des transports publics aux spectateurs. L'affrètement de trains continentaux permettrait de réduire le recours aux vols courts, tandis que le fret ferroviaire et fluvial offrirait une alternative pour le transport de matériel. Le développement du covoiturage pour les spectateurs et bénévoles, notamment à travers des services comme ceux de Stadium Go, représente également une solution pertinente. Des initiatives comme celles de la Bundesliga ou de la Formule 1, visant zéro émission d'ici 2030¹¹⁸ avec l'amélioration de l'hybridation des moteurs, et de l'utilisation de carburants durables, marquent une évolution notable.

Climat en mutation : un impact direct sur la pratique sportive

Le changement climatique affecte déjà le sport, se manifestant par des températures en hausse, une réduction de l enneigement et la multiplication des événements climatiques extrêmes. Un réchauffement de +2°C pourrait réduire de 24 jours par an la pratique de certains sports en France¹¹⁹. Les canicules rendant les

compétitions dangereuses, les sécheresses fragilisant l'entretien des terrains et la disparition progressive des sites de sports d'hiver constituent autant de menaces concrètes.

Ainsi, pour répondre à ces enjeux, la France a mis en place un premier plan national d'adaptation du sport au changement climatique, définissant 30 mesures clés¹²⁰. L'intégration de critères environnementaux dans l'attribution des subventions et l'instauration de nouvelles normes de sécurité climatique pour les événements en font partie.

Infrastructures, consommation énergétique, déchets et alimentation : les leviers de la transition

Les infrastructures sportives, essentielles à la pratique, sont également très énergivores. Le chauffage représente 43 % de leur consommation et l'éclairage 18 %¹²¹. Pour réduire cette empreinte, le passage aux énergies renouvelables, l'installation d'éclairages LED et la modernisation des bâtiments vers des modèles basse consommation sont des solutions essentielles. La rénovation des équipements existants, plutôt que la construction de nouvelles installations, permet aussi de limiter l'impact, comme l'ont démontré les Jeux Olympiques de Paris 2024 en s'appuyant à 95 % sur des infrastructures déjà existantes¹²².

Notons qu'un événement sportif peut générer plusieurs milliers de tonnes de déchets. Lors des Jeux de Rio 2016, 6 000 tonnes ont été produites, contre 2 700 tonnes à Tokyo en 2021¹²³. Réduire de 90 % l'usage du plastique à usage unique, améliorer le tri et le recyclage, et promouvoir une alimentation durable basée sur des produits locaux et un taux de repas végétariens accru sont des pistes d'amélioration. À titre d'exemple, lors de L'Euro 2016 une application permettant aux supporters de compenser leurs émissions carbone a été expérimentée, tandis que le SC Freiburg est devenu un pionnier de l'économie circulaire.

¹¹⁵ Ministère de la Transition écologique (2023, 20 janvier). Comment organiser des événements sportifs écoresponsables. Notre Environnement. <https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/breves/article/comment-organiser-des-evenements-sportifs-ecoresponsables>

¹¹⁶ IRSS. (2024, 3 avril). Éco-responsabilité en sport : défis et solutions. IRSS. <https://www.irss.fr/84220-eco-responsabilite-en-sport-defis-et-solutions/>

¹¹⁷ The Shift Project. (2025, 13 février). Décarbonons le Sport : un premier applicatif au football et au rugby. The Shift Project. <https://theshiftproject.org/decarbonons-le-sport/>

¹¹⁸ Fédération Internationale de l'Automobile. (2019, 12 novembre). La Formule 1 dévoile les plans de son objectif zéro émissions d'ici 2030. FIA. <https://www.fia.com/fr/news/la-formule-1-devoile-les-plans-de-son-objectif-zero-emissions-dici-2030>

¹¹⁹ Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2023, décembre). Premier plan national d'adaptation du sport au changement climatique. Vie publique. <https://www.vie-publique.fr/rapport/297248-premier-plan-national-dadaptation-du-sport-au-changement-climatique>

¹²⁰ Ibid.

¹²¹ Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative. (2022, 3 novembre). Tendre vers un sport plus sobre en ressources. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/tendre-vers-un-sport-plus-sobre-en-ressources-1144>

¹²² Utopies & République Française, Ministère des Sports, de la Jeunesse, et de la Vie Associative, 2022

¹²³ La gestion des déchets pendant les JO : quels sont les besoins à venir ? | Vecteur Plus, 2024

Vers un sport plus sobre et résilient

La transition écologique du sport repose sur plusieurs axes majeurs. Améliorer la coordination entre les acteurs et orienter les financements vers la décarbonation constitue une première étape. Définir des feuilles de route claires avec des objectifs chiffrés, former les professionnels aux enjeux environnementaux et sensibiliser le public sont également des impératifs.

Pour certaines disciplines 90 % de la réduction des émissions peut être atteinte sans modifier fondamentalement l'organisation des compétitions (football & rugby)¹²⁴. Une transformation indispensable pour assurer la pérennité d'un secteur confronté à des risques climatiques, énergétiques et économiques.

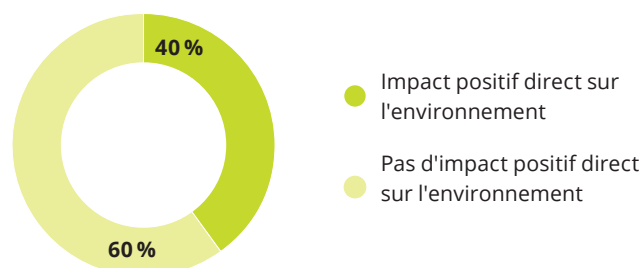
Les startups de la SportTech ont un rôle clé à jouer dans cette transition. Selon notre enquête menée auprès des startups de l'écosystème, nous avons pu sonder un engouement certain pour le sujet.

Le B2B représente la moitié de ces acteurs (50%), signe que la collaboration avec de grands organismes (clubs, fédérations, institutions publiques, entreprises de l'industrie du sport) demeure la voie privilégiée pour déployer des solutions à grande échelle et accélérer leur adoption. Le B2B2C (26,47 %) et le B2C (23,53 %) illustrent un second levier possible : s'adresser directement au public sportif (fans, sportifs amateurs) pour favoriser une sensibilisation plus individuelle. Néanmoins, l'impact s'y diffuse souvent de manière plus progressive, tandis que la démarche B2B offre un effet de levier immédiat grâce à la taille et à l'influence des entités partenaires.

Les domaines d'interventions de ces startups actrices de la durabilité priorisent sensiblement des sujets relatifs aux infrastructures, aux processus (gestion, logistique) et à la visibilité médiatique des enjeux écologiques.

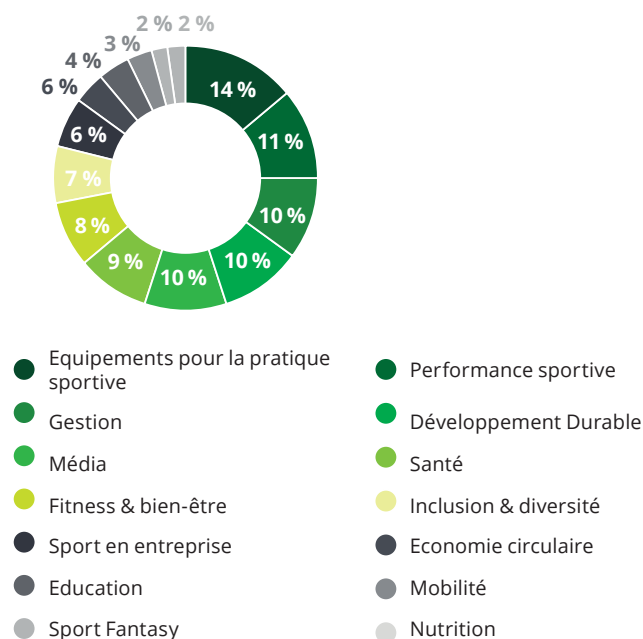
Cette répartition étendue semble indiquer que la durabilité dans l'écosystème ne se cantonne pas à un seul secteur. Les sous-secteurs principaux (équipement, performance, gestion) assurent une base solide pour des projets structurants, tandis qu'un éventail d'autres thématiques apporte des solutions de pointe à des problèmes plus spécifiques (économie circulaire, nutrition, éducation etc.).

Proportion des startups ayant un impact positif direct sur l'environnement



* Pas d'impact positif direct : le produit ou le service n'a pas vocation à impacter positivement l'environnement mais peut tout de même le faire de manière indirecte.

Répartition des sous secteurs d'activité des startups à impact durable



¹²⁴ Rapport Décarbonons le sport – un premier applicatif au football et au rugby | The Shift Project 2025

Au-delà de cette diversité sectorielle, il est crucial de comprendre comment ces intentions se traduisent en actions concrètes et en suivi d'indicateurs, condition indispensable pour faire émerger un sport plus résilient.

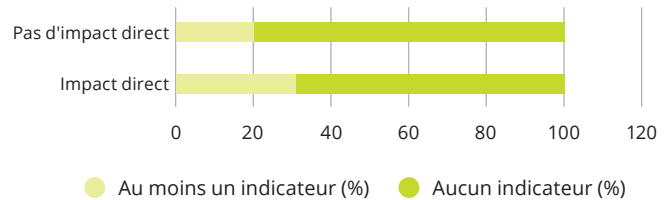
Selon notre analyse, 30,61% des startups ont un impact durable et déclarent le suivre avec au moins un indicateur environnemental (tel que l'empreinte carbone ou la consommation énergétique), tandis que les 69,39% restants n'ont pas encore déployé de méthode formelle à date. Chez les entreprises sans impact direct, ce suivi est bien inférieur, avec 20,27% d'indicateurs déployés, ce qui révèle une marge de progression importante pour l'ensemble de l'écosystème. Parmi les méthodes de suivi recensées, la mesure de l'empreinte carbone (18,06%) et la consommation énergétique (11,11%) figurent en tête.

En parallèle, les actions concrètes menées par les entreprises qui ont un impact positif direct sur l'environnement s'organisent autour de quatre grands axes qui représentent à eux seuls, plus de 89% des actions recensées.

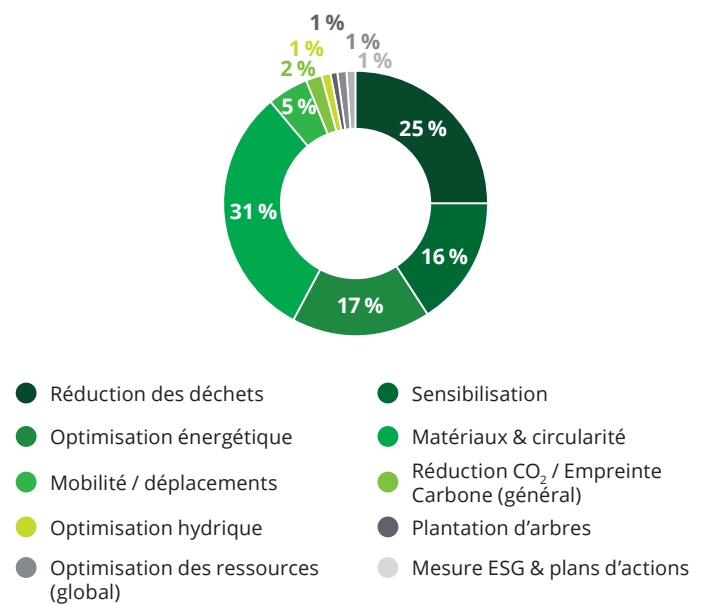
Dans les détails, près d'un tiers des initiatives (31%) relèvent de la catégorie « matériaux et circularité », qui s'illustre par la volonté de repenser la conception des produits, la réutilisation et les modèles économiques associés. Viennent ensuite la réduction des déchets (25,5%) et l'optimisation énergétique (17%), deux leviers opérationnels ancrés dans les réalités de terrain. Finalement, la sensibilisation (16%) s'illustre comme un axe transversal, qui souligne les rôles des startups dans l'éducation des parties prenantes à des pratiques plus durables.

En revanche, des leviers plus systémiques, tels que la mobilité bas carbone, la réduction directe des émissions de CO₂ ou la mise en place de plans d'action ESG, sont peu cités (<5%). Révélant un potentiel de structuration encore peu exploité, notamment sur les aspects stratégiques et d'évaluation d'impact à long terme.

Comparaison du suivi des indicateurs environnementaux entre les startups qui ont un impact positif direct sur l'environnement et celles qui n'en ont pas



Principaux leviers d'action privilégiés par les startups pour réduire leur impact environnemental



TRIBUNE

Pour un sport exemplaire !

« Souvent laissés sur le banc de touche, les enjeux écologiques du sport deviennent pas à pas un défi pris au sérieux par l'ensemble de l'écosystème. Gestion des déchets, équipements, optimisation des énergies, mobilité, nombreux sont les sujets auxquels doivent désormais faire face les structures sportives pour innover.

Selon l'ADEME, environ 80% de l'empreinte carbone d'un événement sportif provient des mobilités, devenant ainsi le premier levier d'action pour des organisateurs. Pourtant, l'obstacle bien souvent évoqué reste le même : comment

financer la transition écologique dans un secteur déjà fragilisé ? Deux solutions semblent se dessiner pour mener à bien cette mission : la mise en place de subventions éco-conditionnées par les collectivités territoriales mais également la participation active des sponsors. Ces derniers, acteurs majeurs du modèle économique sportif, permettraient d'accélérer le changement et de faire rayonner leurs partenariats d'une nouvelle manière.

La mise en place d'une expérience de covoiturage pour un événement sportif devient par exemple un nouveau levier d'activation engageant dans la quête

d'un sport plus responsable. Pour aller de l'avant, c'est la force du collectif qui doit primer : ligues, fédérations, clubs, annonceurs et entreprises doivent continuer d'avancer main dans la main. La SportTech en est une belle illustration qui regroupe déjà des startups comme Flycup, 261Pi, Second Relais, Onsen sas, Re.Events ou encore StadiumGO qui œuvrent en ce sens.

Ensemble, faisons du sport un exemple.»

Romain Lauvergnat

Fondateur & CEO,
StadiumGO



LES STARTUPS SPORT-ENVIRONNEMENT À SUIVRE



Oxygen – Solutions (ex-261PI)

plateforme SaaS internationale de mesure d'impact spécialisée Sport et Entertainment. La solution permet à tous les acteurs de la filière de mesurer, analyser et valoriser leur performance ESG (Environnement, social et Gouvernance).



Onsen SAS

Logiciel Hippocampe rendant les piscines publiques durable, efficiente et performante tout en replaçant l'humain au centre du processus.



Second Relais

Site de seconde main pour les sportifs passionnés et accompagnant les acteurs du sport grâce à une solution tech autour de l'économie circulaire.



Coolrool

startup qui facilite l'écomobilité dans le sport amateur en optimisant le covoiturage et en réduisant l'empreinte carbone des déplacements. Sa mission est d'accompagner les clubs, fédérations, partenaires/sponsors dans leur transition écologique et politique RSE en proposant une solution simple et accessible à tous.



Elda Technology

ELDA TECHNOLOGY propose une plateforme web de traitement de données LiDAR automatisé à destination des acteurs de la montagne dans le but de limiter leur impact environnemental.



Flycup

Packagings qui révolutionnent l'expérience de consommation dans les stades et les événements. Emballages permettant de consommer facilement, limiter les déchets d'emballages et communiquer de manière innovante et différenciante auprès des fans.



Stadium GO

Plateforme de covoiturage dédiée aux événements sportifs permettant de réduire l'empreinte carbone et améliorer l'accessibilité des spectateurs.



Impact environnemental et événement sportifs : point de vue de l'utmb group

« L'histoire de l'UTMB débute en 2003 à Chamonix, lorsqu'un groupe d'amis s'est donné le défi de parcourir en une seule fois les 170 km du tour du Mont-Blanc. De 700 à 10 000 participants et d'un événement en Haute-Savoie à un circuit réunissant 50 événements à travers le monde, UTMB Group s'est développé en suivant le même moteur qu'à sa création : rassembler coureuses et aux coureurs autour d'une expérience de trail running en pleine nature, près de chez eux.

Dès les débuts, nous avons investi dans l'innovation, une priorité pour nos fondateurs, initialement pour des raisons de sécurité et de suivi des coureurs. C'est ainsi qu'est née LiveTrail, un service digital de suivi et de gestion de course qui permet aujourd'hui aux proches des coureurs de les suivre à distance sans avoir à se rendre forcément sur place. Ce suivi à distance est sans cesse améliorer grâce aux live

streaming, un autre pilier d'innovation d'UTMB Group, avec aujourd'hui 13 événements du circuit retransmis en live.

La durabilité fait également partie des piliers d'UTMB Group depuis sa création. Nous avons toujours agi, d'abord de manière intuitive, aux côtés notamment de l'associations Amis du Mont-Blanc, puis progressivement avec une approche structurée. Nous travaillons chaque année à réduire notre impact sur notre environnement à travers la réduction des déchets notamment grâce au programme BYOU (Bring your own Ustensil), la protection des espaces naturels aux côtés d'ambassadeurs et d'Aster ou encore le sourcing de produits locaux pour les ravitaillements.

Une équipe dédiée a été constituée au sein de la direction Sport & Sustainability mais le sujet irrigue l'ensemble de l'entreprise et

chaque année apporte des avancées. Une de nos priorités concerne le transport, plus gros poste d'émissions de carbone des événements. Nous avons mis en place un plan de mobilité durable, avec des bus, des fermetures de routes et des essais comme le park-and-ride ou le covoiturage pour l'organisation., . Cette année, un partenariat avec TGV Lyria offrira des tarifs avantageux aux coureurs. . Avec 20 % de participants hors Europe, nous réfléchissons également à réduire l'impact des déplacements sur le HOKA UTMB Mont-Blanc en proposant des solutions alternatives et une incitation à les utiliser. »

Céline Prévost

Directrice commerciale
UTMB Group,
le 19/03/2025.



VISION D'UN EXPERT SUR LES ENJEUX DE DURABILITÉ DANS LE SPORT EN FRANCE



Je travaille dans l'industrie du sport depuis de nombreuses années. J'y ai d'abord fondé ma propre entreprise, que j'ai ensuite cédée à Décathlon. Cette expérience m'a permis d'intégrer le groupe Amaury au sein duquel j'ai œuvré sur des événements majeurs tels que le Tour de France, le Marathon de Paris, le Dakar, ainsi que plusieurs événements et projets internationaux. Par la suite, j'ai rejoint l'agence WePlay, à Londres, où j'ai eu l'opportunité d'accompagner un portefeuille de clients prestigieux tels que la FIFA, l'UFC, le PSG, le FC Barcelona, ou l'Olympique de Marseille. Depuis 2022, je travaille pour Alinghi Red Bull Racing, tout en dirigeant, en parallèle, ma propre agence de marketing sportif : Hermaion, basée en Suisse.

Concernant les enjeux de durabilité, force est de constater que les initiatives actuelles restent principalement locales ou individuelles. À ce jour, aucun mouvement d'envergure globale n'a véritablement émergé. Les porteurs de projets ont tendance à s'aligner sur des dispositifs de financement locaux, au détriment d'une dynamique collective qui fait encore défaut à l'échelle européenne, et a fortiori à l'échelle mondiale. Le paysage des actions mises en œuvre demeure très fragmenté, à l'image de la structuration actuelle du sport.

Les entreprises et grands groupes adoptent une posture souvent strictement réglementaire, sans aller au-delà des exigences légales, car la performance demeure leur principal moteur. Cette contrainte structure aujourd'hui les stratégies en matière de durabilité, notamment chez les promoteurs

d'événements. Peu d'acteurs développent, en parallèle de leur cœur de métier, des projets à vocation sociale, solidaire ou à impact. Or, je suis convaincu qu'il est indispensable de consacrer des moyens dédiés - humains, financiers, temporels - à ces démarches. Bien qu'encore marginales dans les organisations sportives, elles représentent à mes yeux une opportunité stratégique majeure. Elles permettent notamment de repositionner le discours de marque auprès des parties prenantes.

L'industrie du sport peine encore à se faire entendre sur ces sujets alors que les taux d'engagement sont puissants. Il est crucial de créer des espaces de dialogue et de visibilité pour que les acteurs de l'écosystème puissent porter leur voix. Des lieux d'échange, de partage et d'expression sont nécessaires pour donner une résonance aux initiatives émergentes.

En France, l'écosystème sportif gagnerait à renforcer ses connexions internes et à construire des dynamiques collectives. Si le sport est par essence universel, il ne l'est pas encore dans son organisation, tenu par des enjeux politiques à tous les niveaux. Il est temps de se rassembler autour d'un projet commun, de croiser les cultures et les expertises, et d'imaginer ensemble les futurs possibles du sport. Trouvons les leviers et les véhicules qui permettront de bâtir une vision partagée de son avenir, le sport étant, encore une fois, un formidable levier d'engagement ! »

Stéphane Ruault,

Head of partnerships chez Alinghi Red Bull Racing, Fondateur et Directeur Général de l'agence Hermaion,
le 21/03/2025



L'INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : UN TOURNANT POUR LE SPORT ACCESSIBLE EN FRANCE



CAP SUR L'ACCESSIBILITÉ : DES JEUX PARALYMPIQUES AUX INNOVATIONS SPORTECH

Une dynamique en marche : l'influence des Jeux Paralympiques 2024

L'organisation des Jeux Paralympiques de Paris 2024 a marqué un tournant pour l'inclusion des personnes en situation de handicap dans le paysage sportif français. Avec **350 000 visiteurs en situation de handicap, 4 400 parathlètes et des infrastructures repensées**¹²⁵, l'événement a mis en lumière les progrès réalisés en matière d'accessibilité. Le transport a constitué un levier essentiel d'inclusion : 290 gares désormais accessibles, 1 000 taxis adaptés et 200 000 places réservées aux personnes à mobilité réduite¹²⁶ ont permis de démontrer qu'une logistique adaptée, pouvant ouvrir de nouvelles perspectives.

“

Notre objectif était de favoriser l'autonomie de chacun, chacune, et de garantir le droit à la société et à l'expérience. Nous avons mis en place une stratégie d'accessibilité universelle, en incluant une équipe dédiée à l'innovation pour former tous les collaborateurs sur les sujets liés au handicap.

Ludivine Munos

Ex-responsable de l'accessibilité universelle de Paris 2024, multi championne paralympique de natation

”

L'essor des parasports en France est tangible : le nombre de licenciés a bondi de 5 % à 25 % dans certaines fédérations grâce aux retombées des Jeux, et le nombre de clubs formés à l'accueil des personnes en situation de handicap a atteint 5 000 structures, soit le double d'il y a deux ans¹²⁷. Des mesures structurantes, comme la TVA réduite sur les équipements spécialisés et le Pass'Sport désormais ouvert aux jeunes en situation de handicap, illustrent cette volonté d'intégrer davantage le parasport dans le quotidien sportif français. Mais malgré ces avancées, des défis persistent, notamment en matière de financement, de formations des encadrants sportifs et de pérennisation des infrastructures.

Technologies et innovation : la sportech comme moteur d'accessibilité

La sportech s'impose comme un acteur clé de cette transition. Les avancées en matière de prothèses intelligentes, d'exosquelettes et de dispositifs d'entraînement en réalité virtuelle ouvrent des perspectives inédites pour les athlètes handisports. L'Institut des sciences du mouvement d'Aix-Marseille Université a récemment développé un outil de réalité virtuelle permettant aux sprinteurs de s'entraîner dans des conditions identiques à celles des grandes compétitions. Si ces innovations ont d'abord été pensées pour le sport olympique, leur potentiel pour le sport paralympique est immense : perfectionnement des gestes techniques, entraînements immersifs et suivi biomécanique en temps réel pourraient révolutionner la préparation des athlètes.

“

Les Jeux de Paris ont agi comme un catalyseur pour changer la perception de la société française sur les personnes en situation de handicap, mais ils ne sont pas là pour résoudre toutes les problématiques liées à l'emploi, à l'éducation ou à l'accès au sport. Il s'agit d'une responsabilité partagée entre les législateurs, les politiciens, les entreprises et la société dans son ensemble.

Nacer Zorgani

Athlète de para-judo et speaker des JOP (2024) en boxe, 17/03/2025

”

¹²⁵ Quels héritages pour les Jeux Olympiques de Paris 2024 ? - Parasports, accessibilité et emploi, où en est-on ? | Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative, mis à jour en janvier 2025

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Journée internationale des personnes en situation de handicap | Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative, décembre 2024.

Des solutions concrètes ont vu le jour à l'occasion des Jeux : l'outil d'audio-description intégré dans l'application officielle a permis aux spectateurs déficients visuels de suivre les compétitions sans avoir recours à des audioguides physiques. « Lorsque vous n'avez pas la vue, vous êtes obligé de savoir ce qui se passe sur le terrain de jeu, donc proposer ce service d'audio-description était une évidence ! », insiste Ludivine Munos.

Parmi les innovations soutenues : la tablette tactile **Touch2See**, permettant de suivre en relief la trajectoire du ballon lors d'un match, a été commandée à plus de 40 exemplaires pour lancer la startup.

Autres exemples : les casques de vision augmentée de **GiveVision**, permettant aux spectateurs malvoyants de zoomer en direct sur l'action, ou encore les roues innovantes de **Eppur**, intégrées au Marathon Pour Tous, qui facilitent le freinage des fauteuils roulants sans effort physique.

Ludivine Munos ajoute : « Nous avons également collaboré avec Uber et Airbnb pour qu'ils adaptent respectivement la recherche de véhicules adaptés et les filtres d'accessibilité des logements. »

Au-delà des performances, la SporTech contribue à rendre le sport plus accessible. L'Olympique de Marseille s'est distingué en devenant le premier club de Ligue 1 à intégrer une section de football pour amputés¹²⁸, illustrant l'élan grandissant pour une inclusion structurelle dans les clubs professionnels. À l'instar de l'OM, d'autres clubs suivent ce modèle, favorisant la reconnaissance et la visibilité de disciplines encore trop peu médiatisées.

Sur l'échantillon de startups sportech que nous avons interrogé, 30 (soit 24,19%) agissent directement pour l'inclusion des personnes en situation de handicap. Ces entreprises opèrent selon des modèles variés tel que B2B (41%), B2C (31%) ou B2B2C (28%), illustrant une volonté de diversifier les canaux d'impact.

LES STARTUPS DE LA SPORTECH À SUIVRE



FizYou

Prend soin de la santé au travail des salariés, grâce à son concept de micro-pauses actives et évolutives. Une solution inclusive et médicalement prouvée pour un impact maximum sur la prévention de TMS (troubles musculosquelettiques).



Kmoove

Solution transformant chaque mur en une plateforme éducative et sportive immersive en seulement 10 minutes, sans objets connectés. Alliant mouvement et gamification, elle engage les utilisateurs physiquement, intellectuellement et émotionnellement, favorisant l'apprentissage et le bien-être.



NeoXperience

Solutions immersives et interactives qui transforment n'importe quel espace en terrain de jeu innovant.



JustPlay

Le complexe sportif JUST PLAY est un lieu dédié à l'innovation technologique dans le domaine sportif. Ce complexe se distingue donc par son engagement envers l'accessibilité pour tous.



Kunto

Rendre le sport accessible à tous en proposant des programmes sportifs et nutritionnels adaptés à chaque individu, quelle que soit sa situation, grâce à une application mobile innovante et des formations adaptées.



Odiho

SDiffuser le ou les contenus audios en direct live, aux spectateurs dans le stade, via leur équipement personnel: le Smartphone.



Touch2see

Rend les matchs de football et rugby accessibles aux déficients visuels grâce à une tablette tactile et de l'audiodescription narrative automatisée.

¹²⁸ L'OM lance son équipe de football pour amputés - OM

66

Très souvent des innovations dans le domaine du sport ont été utilisées par la suite, pour la vie quotidienne. Par exemple, la sphère-miroir accrochée aux cales pieds, permettant une vision complète des alentours pour les joueurs de foot fauteuil, est désormais adoptée au quotidien pour la sécurité et le confort de tous.

Habd-Eddine Sebiane

Pratiquant de football fauteuil électrique et fondateur de l'association Upsilon, membre du comité paralympique et sportif français, 19/03/2025

99



REPENSER L'AVENIR DE L'ACCESSIBILITÉ

Un écosystème en mutation : entre opportunités et menaces budgétaires

Si la dynamique est enclenchée, elle reste fragile face aux récentes décisions budgétaires. En 2025, le ministère des Sports a subi une coupe de 134 millions d'euros¹²⁹, remettant en cause le financement de nouveaux clubs, l'équipement en matériel adapté et la formation des éducateurs spécialisés. Alors que la fédération française d'handisport enregistre une hausse de 21%¹³⁰ de ses licenciés en 2024, notamment dans des disciplines comme le basket fauteuil, la boccia ou le para badminton, les moyens alloués ne suivent pas cette progression. Ce déséquilibre risque d'entraver l'élan des Jeux Olympiques de Paris 2024 et de compromettre la structuration d'un modèle durable pour le parasport.



66

Nous devons aujourd'hui procéder de la même façon avec des budgets réduits, malgré des besoins accrus en matière de développement du sport de haut niveau. Plusieurs fédérations ont vu leur moyen diminuer, par exemple, sur le parajudo seuls les médaillés aux Jeux Olympiques de Paris 2024 vont en compétition.

Nacer Zorgani

**Athlète de para-judo et speaker
des JO (2024) en boxe, 17/03/2025**

99

Face à ces incertitudes, la sportech peut jouer un rôle de catalyseur en accélérant le recours aux financements alternatifs. Le développement de modèles économiques basés sur le sponsoring, le mécénat et le financement participatif peut permettre aux clubs et aux structures spécialisées de compenser le désengagement de l'État. Certaines startups innovent déjà en proposant des solutions technologiques accessibles via des abonnements ou des financements collaboratifs, facilitant ainsi l'accès au matériel et aux infrastructures adaptées.

Dans le domaine du mécénat, certaines structures comme Osmoz Sport jouent un rôle essentiel. Son CEO, Clément Gorce, et Pierre Harvey co-fondateur insistent sur l'importance de créer des ponts entre associations sportives et entreprises locales ou nationales : « Notre ambition est de transmettre les valeurs du sport en soutenant des projets à fort impact, qu'ils s'adressent à des jeunes en situation de handicap ou non. »

Osmoz accompagne des clubs amateurs en créant des liens directs avec des mécènes, via des documents partenaires soignés et des événements locaux impliquant collectivités et réseaux d'affaires. Ce modèle, qui s'appuie sur la visibilité et l'ancrage territorial, permet à des structures engagées de continuer à exister malgré la baisse des subventions. Depuis les JOP, l'écho autour du handisport s'est renforcé : « Les campagnes de grandes marques ont permis d'ouvrir les yeux sur certaines disciplines. Le handicap n'est plus invisible. » Mais Clément Gorce alerte : si l'engouement est réel, les relais de terrain manquent. L'information ne circule pas suffisamment, notamment dans les territoires moins denses. « Je pense à ce père qui cherchait une activité adaptée pour sa fille et ne savait même pas par où commencer. »



Clément Gorce
CEO & Cofounder
Osmoz Sport



Pierre Harvey
Cofounder & General Manager
Osmoz Sport

¹²⁹ Projet de loi de finances pour 2025 : le Gouvernement ponctionne à nouveau le sport | France Paralympique, janvier 2025

¹³⁰ Les licences sportives annuelles au sortir des Jeux Olympiques de Paris 2024 | INJEP

Ce manque de structuration limite l'effet d'héritage des Jeux. Pour que la dynamique perdure, il faudrait, selon lui, encourager davantage les événements de terrain capables de rassembler élus, entreprises, clubs et citoyens autour d'un projet commun.

66

On a envie de se poser la question : est-ce que c'était des dépenses ou des investissements ? Sur l'humain, le retour sur investissement est toujours plus long. Il faut parfois cinq, dix ans pour en voir pleinement les effets.

99

Habd-Eddine Sebiane

Pratiquant de football fauteuil électrique et fondateur de l'association Upsilon, membre du comité paralympique et sportif français, 19/03/2025

Vers une transformation durable et inclusive

L'inclusion du handicap dans le sport ne se résume pas à l'adaptation des infrastructures ou équipements : c'est une question de culture et de reconnaissance. La deuxième conférence permanente du parasport, prévue en janvier 2025, a fixé les prochaines étapes pour structurer cette ambition. L'accessibilité des enceintes sportives, le soutien aux athlètes et l'adoption de nouvelles normes d'inclusion ont en ce sens été au cœur des discussions.

H-E.S « Aujourd'hui, sur une question de représentativité des personnes en situation de handicap dans l'événementiel sportif, on n'a pas encore assez de recul. Ce qui compte, c'est l'adhésion à long terme du public, des sponsors et des acteurs institutionnels. »

Ludivine Munos insiste de son côté sur l'importance de capitaliser immédiatement sur l'héritage des Jeux Olympiques de Paris 2024 et à anticiper un maximum :

« Il faut que la composante du handicap soit incluse dans le projet d'héritage, et cela passe par le tourisme. Les territoires vont rénover des hôtels : il faut structurer un projet pour rendre visibles les chambres accessibles et former les offices de tourisme. »
Le sport agit comme un puissant vecteur de lien social, de « vivre ensemble » et, plus encore, « d'agir ensemble »

Comme le rappelle **Habd-Eddine Sebiane** :

« Le sport est un prétexte au mélange des populations, à la compréhension, au dialogue et à l'agir ensemble. Même les sports individuels cachent une équipe entière derrière un athlète. C'est en agissant ensemble que l'on crée du lien et que l'on transforme la société. »

L'accessibilité n'est pas qu'un enjeu technique, c'est aussi un enjeu humain : celui de la formation, de la communication et de la volonté politique.

Pour capitaliser sur l'héritage des Jeux Olympiques de Paris 2024, il est impératif de garantir une continuité des efforts. L'inclusion réelle passe par une approche systémique, associant innovations technologiques, financements solides et engagement des acteurs du sport. La sportech, avec son potentiel disruptif et ses solutions adaptées, peut être l'un des piliers de cette transformation. Encore faut-il que la « politique des petits pas » ne soit pas abandonnée en chemin :

H-E.S « Il faut être un acharné de la vie et du progrès. Les avancées se font petit à petit et les Jeux n'ont été qu'une étape parmi d'autres. Chaque porte qui se ferme peut devenir une opportunité de créer soi-même la solution qui manque. »

Enfin, si l'inclusion du handicap constitue un levier essentiel pour un sport plus ouvert, d'autres enjeux demeurent cruciaux pour atteindre une égalité réelle. Parmi eux, la question de la parité est plus que jamais d'actualité. Les réflexions autour de la place des femmes dans le sport, ainsi que dans la sportech, renvoient à un défi qui s'inscrit dans la même logique : faire du monde sportif un espace d'émancipation et d'innovation pour tous.

H-E.S « Nous avons déjà traversé des débats analogues, par exemple sur la place des femmes dans le sport il y a cinquante ans. Aujourd'hui, la question de la parité reste un combat toujours en cours, et il est nécessaire de la porter avec la même exigence que celle de l'inclusion des personnes en situation de handicap. »

Enfin, repenser l'inclusion, c'est aussi innover dans les façons de financer, de connecter et de faire vivre les projets. Des initiatives comme celle d'Osmoz Sport montrent qu'il est possible de créer des ponts vertueux entre associations sportives et entreprises locales, en valorisant l'ancrage territorial, la transmission et l'impact social. L'innovation est autant dans les technologies que dans les modèles et les liens humains que l'on tisse autour du sport.

Et parce que la diversité est une force, la prochaine étape consistera à bâtir un environnement sportif et technologique où chacun, quelle que soit son identité ou ses capacités, pourra trouver sa place et s'exprimer pleinement. Comme le résume **Ludivine Munos** : « Rien ne peut réellement avancer sans un minimum de moyens — parfois même des moyens conséquents. Mais il existe aussi des actions simples, peu coûteuses voire gratuites, que l'on néglige trop souvent : une signalétique visible, une file prioritaire bien identifiée... Ce sont ces détails qui font toute la différence. L'essentiel, c'est de concevoir chaque dispositif en pensant à tous. »

LA PARITÉ DANS L'ÉCOSYSTÈME SPORTECH EN FRANCE EN 2024



L'année 2024 a été un véritable tournant pour la parité dans l'écosystème de la sportech, porté par l'enthousiasme et la visibilité des (JOP24), premiers Jeux paritaires de l'histoire parmi les 10 500 athlètes en lice¹³¹. Ce cap historique, associé à une dynamique d'amélioration constante, laisse présager que 2025 sera également un tremplin déterminant pour la question de la parité. Autrefois caractérisé par une forte masculinisation, le milieu de la sportech enregistre aujourd'hui des progrès significatifs qui transforment progressivement la donne.

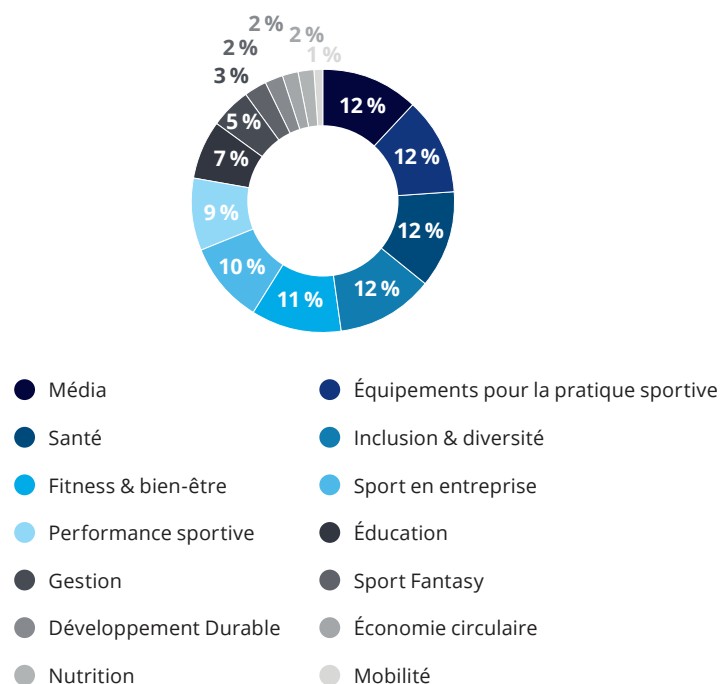
Avec seulement 35% des emplois dans le secteur du sport occupés par des femmes et 85% des startups de la sportech qui n'ont ni fondatrice ni dirigeante¹³², un déséquilibre équivoque persiste en France lorsque l'on parle de parité. Ce déséquilibre reflète aussi la sous-représentation des femmes dans le sport dès le plus jeune âge : à 11-14 ans, c'est seulement 14 % des filles qui atteignent les recommandations d'activité quotidienne contre 25 % des garçons, et à l'âge adulte, environ 22 % des femmes détiennent une licence sportive (contre 33 % chez les hommes)¹³³. Ce phénomène, semblable à un entonnoir, limite le nombre de potentiels rôles modèles féminins et met un pied au frein quant à l'émergence de dirigeantes ou fondatrices dans la sportech. Et ce déséquilibre structurel reflète un écosystème longtemps dominé par une culture masculine. Cependant des initiatives tel que l'Appel de Paris pour le Sport, soutenu par la ministre chargée des Sports et divers acteurs clés, illustre la volonté collective de repenser les modèles traditionnels pour favoriser une mixité durable.

Parmi les 124 startups qui ont répondues à notre questionnaire, 49 (soit 39,52%) d'entre elles déclarent contribuer directement à la féminisation du sport. Les principaux clients sont les clubs (20%), les entreprises de l'industrie du sport (19%) et les sportifs amateurs (19%), montrant une orientation terrain et institutionnelle.

La mobilisation est étendue, ce qui témoigne d'une prise de conscience transversale dans l'écosystème du sport. Cette diversité d'engagements montre que la parité n'est plus cantonnée à un seul domaine d'action, mais irrigue progressivement l'ensemble de la chaîne de valeur du sport. D'après notre questionnaire mené auprès de 124 startups de la Sportech, la proportion moyenne de femmes dans les effectifs s'établit à 25,3 %. Près de 26% des entreprises n'emploient aucune femme, tandis qu'un peu plus de 21% dépassent les 40% de femmes dans leurs équipes. Côté équipe fondatrice la mixité reste rare : la moyenne s'établit à 15,6%, mais la médiane tombe à 0%, ce qui indique encore un écosystème polarisé avec quasiment 3/4 des startups (72%) sans femme fondatrice (ou cofondatrice). A l'inverse, seules 6,5% des structures affichent une équipe fondatrice 100% féminine.

Pour autant quelques signaux positifs émergent : un tiers des répondants mentionnent des actions concrètes pour attirer davantage de talents féminins, comme la « promotion active » de leurs offres d'emplois, « la conception inclusive » de produits ou la mise en place de programmes de formation et de mentorat !

Focus sectoriel : où agit la sportech pour la parité



¹³¹ Paris 2024, les premiers JO strictement paritaires de l'histoire | Les Sportives

¹³² Sportech. (2025). Livre blanc sur la parité dans les métiers du sport

¹³³ FAIR GAME STARTS WITH EQUAL OPPORTUNITIES | Alké, 2025

EXEMPLE

ALKÉ, un exemple de conception inclusive de produits

La marque ALKÉ est née en 2019 d'un constat simple : l'ensemble des équipements sportifs portés par les femmes étaient des dérivés de produits conçus par et pour des hommes.

“Quand on va dans un magasin de sport, qu'on est une femme, et qu'on cherche un équipement de football, très souvent on nous oriente vers des crampons roses. C'est en réponse à la frustration de la stratégie du 'Shrink it and Pink it' que nous avons créé ALKÉ.”

ALKÉ co-crée avec les joueuses des tenues adaptées à leurs morphologies et à leurs envies, avec des designs qui sortent des sentiers battus. En proposant aux joueuses d'abord de football, mais aussi de roller-derby, de rugby, de handball ou encore de basketball, de créer des maillots sur-mesure, dans leur forme et dans leur design, ALKÉ permet à chaque femme de se sentir à l'aise et fière de sa tenue sportive.

Ainsi, au-delà de l'esthétique, ALKÉ s'engage dans un concept plus profond : la conception inclusive.

Qu'est-ce que la conception inclusive ?

La conception inclusive est une approche qui vise à créer des produits et des services accessibles et utilisables par le plus grand nombre de personnes possible, indépendamment de leur genre, âge, capacité physique ou tout autre facteur de diversité. Chez ALKÉ, cela signifie que nous ne nous contentons pas de réduire et de colorer des produits existants. Nous repensons entièrement le processus de conception pour répondre aux besoins spécifiques des femmes sportives.

Cette démarche implique plusieurs étapes clés :



1.

Recherche et compréhension des besoins

Nous collaborons étroitement avec des joueuses de tous niveaux pour comprendre leurs besoins, leurs préférences et les défis qu'elles rencontrent. Cette co-création nous permet de concevoir des produits qui répondent réellement à leurs attentes.



2.

Design

Nos équipements sont conçus pour être fonctionnels et confortables pour une large gamme de morphologies. Nous utilisons des matériaux de haute qualité et des technologies innovantes pour garantir performance et durabilité. Sur l'aspect design & esthétique, nous co-crédons des motifs directement avec les équipes.



3.

Tests et itérations

Chaque produit est testé par des joueuses. Leurs retours nous permettent d'apporter des améliorations continues et de nous assurer que nos équipements répondent aux exigences du terrain (que ce soit en termes de coupes, de détails ou de matières).



4.

Éducation et sensibilisation

Nous ne nous contentons pas de vendre des produits. Nous nous engageons également à sensibiliser le public et l'industrie du sport à l'importance de la conception inclusive. À travers des ateliers, des conférences et des partenariats, nous promouvons une culture du sport plus inclusive et diversifiée.

En adoptant cette approche, ALKÉ ne se contente pas de répondre à un besoin de marché ; nous contribuons activement à transformer l'industrie du sport. Nous croyons que chaque sportive mérite des équipements qui lui permettent de performer au meilleur de ses capacités, sans compromis.

Claire Allard

CEO et fondatrice d'Alké, trésorière de la SporTech, le 25/03/2025.

UN EXEMPLE DE STRATÉGIE FÉMININE EN TRAIL RUNNING

« Nous sommes en train de développer notre propre programme “Women in trail” afin d’améliorer la participation féminine sur nos courses, notamment au-delà de 50 km. Nous avons donc étudié les raisons qui freinent les femmes à débiter dans le trail running et à choisir les longues distances, et mettons ensuite en place des actions concrètes : webinaires, accompagnement/mentorat, ravitaillements adaptés, avec kit d’hygiène féminine... Nous travaillons aussi sur la représentation des athlètes élites et des coureuses, pour être en situation de parité sur nos lives, dans nos contenus et sur nos événements. L’objectif, c’est de démystifier l’ultra pour que ces courses soient accessibles à toutes. »

Céline Prévost

Directrice commerciale UTMB – 19/03/2025

Cette démarche illustre la manière dont certaines organisations tentent de rééquilibrer la pratique sportive et de soutenir le leadership féminin, tout en tenant compte des spécificités — qu’il s’agisse de la charge mentale, du besoin de communauté ou de l’adaptation logistique.



FACE AUX DISPARITÉS, DES INITIATIVES REFORMENT L'ÉCOSYSTÈME

Disparités et embûches dans l’environnement de travail

Sur le terrain, la parité se fait encore attendre pour certains postes stratégiques. À titre d’exemple, lors des Jeux de Tokyo en 2020, seulement 13% des entraîneurs étaient des femmes¹³⁴. En France, en 2022, 1/4 des Directeurs Techniques Nationaux (DTN) étaient des femmes. Également, en 2024, aucune femme ne figurait parmi les 100 athlètes les mieux payés au monde. Ces indicateurs soulignent la nécessité d’une revalorisation du talent féminin, encore trop souvent sous-estimé dans un univers où la performance et la visibilité sont historiquement associées à la masculinité.

Par ailleurs, les obstacles auxquels sont confrontées les femmes ne se limitent pas à l’accès et la présence aux postes de décision. En effet, 21% des athlètes féminines professionnelles déclarent avoir subi des abus sexuels durant leur jeunesse contre 11% pour les hommes. Durant les JOP de Tokyo, 85% des agressions en ligne visaient spécifiquement des femmes, mettant en lumière une violence numérique préoccupante. Ces chiffres alarmants témoignent d’un environnement peu propice à l’expérience d’une carrière épanouissante¹³⁵.

Le manque de reconnaissance et de valorisation des carrières féminines transparaît aussi dans les postes à haut niveau ainsi que dans les gratifications salariales. Selon des études menées

sur les instances internationales, seules 26,9 % des positions de direction sont occupées par des femmes et, parmi 31 fédérations sportives internationales, trois sont dirigées par des présidentes. Les écarts de rémunération restent importants : en 2024, les athlètes masculins gagnent en moyenne 20 à 30 % de plus que leurs homologues féminines, et parfois avec des écarts extrêmes dans certaines disciplines comme le football¹³⁶. Ce constat fait état d’un biais de genre qui persiste et s’étend même au domaine entrepreneurial. Où les fondatrices de startup doivent bien souvent redoubler d’efforts pour convaincre les financeurs.

Dans l’écosystème sportech, de nombreuses startups pointent également le déficit de candidatures féminines, surtout pour les postes techniques (développeuses, data scientists). Les répondants évoquent un “secteur historiquement masculin” et un pool de compétences limité : “Peu de femmes dans les métiers du sport et de la technologie” ressort comme l’un des freins majeurs. Plus d’un quart reconnaissent aussi que le “sport attire plus d’hommes”, ce qui se traduit par une majorité de profils masculins lors du recrutement. Malgré ce constat, certains soulignent une évolution positive : plusieurs entreprises déclarent atteindre ou dépasser les 50 % de femmes dans leurs effectifs, notamment dans des fonctions marketing ou produit, tandis qu’un tiers environ déclare ne pas percevoir d’obstacles particuliers.

¹³⁴ Tokyo 2020 official report | The Tokyo Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games.

¹³⁵ SporTech. (2025). Livre blanc sur la parité dans les métiers du sport

¹³⁶ FAIR GAME STARTS WITH EQUAL OPPORTUNITIES | Alké, 2025

Initiatives et impact dans l'écosystème

Heureusement, l'écosystème du sport et de la sportech regorge aujourd'hui d'initiatives innovantes pour favoriser la parité. Des acteurs engagés, qu'ils soient institutionnels ou privés, redéfinissent les pratiques managériales et promeuvent l'entrepreneuriat féminin dans la tech.

Dans cet esprit, de nombreux programmes de mentorat et des formations sur les biais inconscients (chez French tech women, Women in Tech, Girls in Tech, Réseau entreprendre, Femmes Business Angels etc.), accompagnent les femmes dans leur progression vers des postes à responsabilités. Ces dispositifs, associés aux engagements forts comme ceux inscrits dans l'Appel à Paris pour le Sport, ont pour objectif de repenser les modèles traditionnels.

Parallèlement, les données de BPI France affichent une évolution encourageante : en 2023, 7,7 millions de Françaises se sont lancées dans l'aventure entrepreneuriale (tous secteurs confondus), ce qui représente 28 % des entrepreneures et traduit une progression de 5 points par rapport à 2018. L'écart entre l'indice entrepreneurial féminin et masculin se réduit ainsi, passant de 14 points en 2018 à seulement 8 en 2023, notamment grâce à l'implication des jeunes femmes et aux initiatives déployées dans les quartiers prioritaires¹³⁷.

Cet engagement pour la parité a des retombées concrètes sur l'accès des femmes au monde du sport. Une illustration significative en est le parcours de nombreuses dirigeantes : 80 % des femmes PDG figurant dans la liste Fortune 500 ont toutes pratiqué une activité sportive durant leur formation¹³⁸. Ce chiffre démontre l'impact positif du sport comme levier de développement personnel et professionnel. Ainsi, en favorisant l'accès des femmes aux activités sportives et en valorisant leurs réussites, l'écosystème contribue à renforcer leur confiance et leur capacité à occuper des postes stratégiques.

De plus, des actions spécifiques se déploient afin de multiplier les figures féminines dans la gouvernance. Le « Club des 300 », lancé par le CNOSF, accompagne et forme des dirigeantes pour accroître leur présence dans les instances de décision. Dans le domaine de la sportech, des réseaux tels que French Tech Women ou Girls in Tech jouent un rôle similaire, en facilitant la mise en relation et la levée de fonds pour les fondatrices de projets. Cette dynamique de mentorat et de réseautage encourage davantage de talents féminins à se tourner vers l'entrepreneuriat et à relever les défis sportifs et technologiques.

Les succès rencontrés dans le domaine entrepreneurial, combinés aux initiatives managériales inclusives, témoignent d'un réel changement de paradigme où la mixité devient une force pour l'innovation.

2025 : UNE ANNÉE D'OPPORTUNITÉS ET DE GRANDS ÉVÈNEMENTS

L'année 2025 se profile comme un tremplin pour amplifier les avancées en matière de parité. Sur le plan sportif, plusieurs grandes compétitions offrent une tribune exceptionnelle pour mettre en lumière les talents féminins, et renforcer leur représentation. L'Euro de Basket en juin, suivi de l'Euro de Football et du Tour de France Femmes avec Zwift en juillet, puis la Coupe du Monde de Rugby en août-septembre, et enfin les Championnats du Monde de Handball en novembre-décembre, constituent autant d'événements qui, au-delà de leur dimension compétitive, symbolisent la reconnaissance croissante des femmes dans le sport.

Ces rendez-vous sont autant d'opportunités pour les entreprises de la sportech d'affirmer leur engagement en matière de diversité et d'innovation inclusive. Et ainsi de constituer le cercle vertueux où la parité devient un moteur de performance économique. Pour l'alimenter, d'autres leviers sont actionnables, tels que l'adaptation des politiques publiques, via des incitations fiscales pour les investisseurs qui soutiendraient les entreprises dirigées par des femmes, mais également l'accroissement de leur visibilité dans le monde entrepreneuriale ou encore le renforcement de l'accès aux financements.

Si 2024 a marqué le début d'une transformation majeure dans l'écosystème de la sportech, l'année 2025 se présente comme une étape décisive pour consolider et amplifier ces avancées. Chaque compétition, chaque engagement et chaque succès entrepreneurial participe à dessiner un futur où la mixité ne sera plus l'exception, mais la norme. C'est en poursuivant ces efforts et en capitalisant sur l'élan offert par les grands rendez-vous sportifs que l'écosystème français de la sportech pourra véritablement devenir un modèle d'innovation inclusive pour demain. C'est en poursuivant la lutte contre ces déséquilibres, en encourageant la pratique des plus jeunes, en comblant les écarts de rémunération et en multipliant les programmes d'accompagnement que l'écosystème français, et ayant la chance de s'intégrer dans les GESI que la sportech pourra véritablement devenir un modèle d'innovation paritaire pour demain.

¹³⁷ Création, B. F. (s. d.). IEF 2023 | BPI France Création

¹³⁸ SporTech. (2025). Livre blanc sur la parité dans les métiers du sport

LA PARITÉ DANS LE SPORT, LE POINT DE VUE DE LA STARTUP MANITA



Camille Amar

CEO et fondatrice de Manita, membre du bureau de la SportTech, le 20/03/2025.

« Je suis la fondatrice et présidente de Manita, une startup créée il y a 4 ans pour rendre le football accessible aux femmes. Aujourd'hui, le football demeure un sport très majoritairement masculin : près de 90 % des pratiquants sont des hommes. Ce déséquilibre s'explique par des freins matériels, psychologiques et sociétaux. Chez Manita, nous levons ces freins en agissant sur deux axes complémentaires :

- en B2C via notre plateforme proposant des matchs et entraînements à la carte ouverts à toutes, à Paris et Marseille ;
- en B2B via la création et/ou l'animation d'équipes féminines dans plus de 150 entreprises partenaires.

En tant que CEO, j'assure la vision stratégique globale de mon entreprise et de sa mission.

Nous proposons des sessions adaptées à chaque niveau, et nous créons un espace dédié où ces dernières se sentent à leur place, où elles ont "le droit" d'être débutantes, et où elles peuvent pratiquer à leur rythme.

Nous menons régulièrement des études et sondages auprès des joueuses, pour connaître l'évolution de leur rapport au foot. Les résultats parlent d'eux-mêmes : une enquête menée auprès de 60 joueuses dans le cadre de notre partenariat avec le Red Star a par exemple montré que 95% d'entre elles n'avaient jamais ou

très rarement joué au foot avant la première session Manita, et 100 % d'entre elles ont annoncé que cette première session leur avait donné envie de jouer régulièrement. Ces résultats confirment l'importance de créer des dispositifs spécifiques et adaptés pour faire émerger une vraie mixité dans le sport.

Les grands événements sportifs féminins sont bénéfiques pour la représentativité et encouragent davantage de femmes à pratiquer. Malgré une amélioration progressive, la visibilité et l'investissement restent encore insuffisants comparés au football masculin. Le chemin est encore long !

Depuis un an, je suis également responsable inclusion et féminisation au sein du bureau de la SportTech : mon rôle est d'accélérer la mixité et la parité dans le secteur sportif en général, depuis la pratique jusqu'au milieu professionnel.

Initialement avocate en droit du numérique, je n'étais pas issue du monde sportif.

Comme beaucoup de femmes qui évoluent dans le milieu du sport, j'ai constaté un fort déséquilibre de genre, principalement dans les postes à responsabilité. Ce manque de représentation féminine reflète une tendance structurelle du secteur : de manière générale, les femmes rencontrent de nombreux obstacles pour entrer dans les métiers du sport, mais aussi pour y rester.

Mon expérience m'a appris l'importance cruciale du réseau et des alliés, hommes comme femmes, pour renforcer sa place dans le milieu.

Plusieurs dispositifs existent pour les femmes entrepreneures dans le secteur sportif. J'ai notamment participé au programme « Les Sprinteuses » chez Willa, qui m'a permis de constituer mon premier cercle stratégique. Plus tard, j'ai été membre de la première promotion du "Adidas Breaking Barriers Innovation Lab".

Loin de constituer une simple volonté idéologique, il est fondamental de considérer la parité comme essentielle. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : les entreprises avec **un comité de direction paritaire obtiennent une rentabilité supérieure de 21% !**

Le changement ne peut pas se faire sans une mobilisation collective. Les hommes ont un rôle essentiel à jouer pour faire bouger les lignes et renforcer la place des femmes dans l'écosystème sportif.

En rejoignant le bureau de la SportTech il y a un an, ma priorité était donc d'agir à mon échelle pour une meilleure représentation, mais aussi et surtout de donner à chacun les moyens d'y contribuer.

C'est tout l'objectif de notre livre blanc, structuré autour de 5 thématiques principales :

- **L'éducation** : agir dès l'enfance pour faire évoluer les mentalités en profondeur ;
- **Combattre le syndrome de l'imposteur** via le mentoring et un soutien actif des alliés ;
- **Améliorer la visibilité** en mettant en avant des rôles modèles féminins ;
- **Redéfinir les critères et modèles de performance** afin que ces derniers soient plus inclusifs ;
- **Identifier et combattre activement les biais et stéréotypes** de genre au quotidien.

Je recommande donc vivement la lecture du livre blanc : il s'adresse à tous les acteurs, établit un constat clair et propose des leviers d'action simples, activables dès aujourd'hui ! »



BIBLIOGRAPHIE



1. 1891 : Michelin invente le pneu démontable. Futura Sciences (En ligne). [1891 : Michelin invente le pneu démontable - Photos Futura](#)
2. 8 dates clés du Tour de France depuis sa création. France Télévisions. [8 dates clés du Tour de France depuis sa création | France TV & Vous](#)
3. *Activité physique et sportive : la Grande cause nationale 2024 est lancée.* (2024, 19 février). info.gouv.fr. <https://www.info.gouv.fr/actualite/activite-physique-et-sportive-la-grande-cause-nationale-2024-est-lancee>
4. ADN, Le Coq Sportif. Blogs. (2024) [ADN – Le Coq Sportif](#)
5. Agence Française de Développement. *Le sport, un accélérateur de développement durable.* [Sport et développement | AFD - Agence Française de Développement](#)
6. ALKÉ. (2025, 8 mars). *Fair game starts with equal opportunities.* ALKÉ. <https://alkesoccer.com/fr/page/fair-game-starts-with-equal-opportunities-8-mars-2025>
7. Anne, C. (2025, janvier). *Les licences sportives annuelles au sortir des Jeux Olympiques de Paris 2024.* Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire. https://injep.fr/wp-content/uploads/2025/01/FR_2025-01_Licences-apresJOP.pdf
8. ARBANAS, Jana. 'Funflation'—and live event hype—goes up against more cost-conscious consumers. Deloitte Insights. (08/10/2024) Disponible sur : [Funflation and cost conscious consumers | Deloitte Insights](#)
9. Associés, C. (2016, 12 mai). *Les stades de l'Euro 2016, combien ça coûte ?* Contribuables Associés. <https://contribuablesassocies.org/2016/05/12/les-stades-de-l-euro-2016-combien-ca-coute/>
10. AUBIN et GUEGAN. *La Guerre du sport, Une nouvelle Géopolitique.* Tallandier. Paris : 2024. 11 p.
11. *AUGMENTED ACOUSTICS - L'audio augmenté dans les stades avec Augmented Acoustics - Orange 5G Lab.* (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/laudio-augmente-dans-les-stades-avec-augmented-acoustics/>
12. BALDACCHINO, Julien. *IPTV illégale : quand le piratage du sport et du ciné repart en flèche.* France Inter. (30/08/2024) Disponible sur : [IPTV illégale : quand le piratage du sport et du ciné repart en flèche | France Inter](#)
13. BARBIER, Clément. *Eleven All Stars : ce qu'il faut savoir sur le « match retour » des streamers entre l'Espagne et la France.* L'EQUIPE. (08/10/2024) Disponible sur : [Eleven All Stars : ce qu'il faut savoir sur le « match retour » des streamers entre l'Espagne et la France](#)
14. *Baromètre 2024 du sport en entreprise.* (s. d.). <https://www.harmonie-mutuelle.fr/marque/a-propos/espace-presse/communiques-presse/barometre-2024-sport-entreprise>
15. Biauxque, V., Mauroux, A., & Vicard, A. (2024, 5 novembre). *Impacts économiques et sociaux des Jeux Olympiques et Paralympiques : à vos stats, prêts, partez !* *Blog de l'Insee.* <https://blog.insee.fr/impacts-economiques-et-sociaux-des-jo-et-jop/>
16. *Bicyclette : le promoteur du dérailleur.* Bibliothèque Municipale de Lyon (En ligne). [Vélocio \(Paul de Vivie dit\)](#)
17. *Bien-être animal, environnement, main-d'œuvre... La filière cheval française face à de multiples défis.* (s. d.). INRAE Institutionnel. <https://www.inrae.fr/actualites/bien-etre-animal-environnement-main-doeuvre-filiere-cheval-francaise-face-multiples-defis>
18. BOLIN, GORAN, ET STAHLBERG, Per, *Between Community and Commodity: Nationalism and Nation Branding in Communicating the Nation, National Topographies of Global Media Landscapes,* Göteborg, Nordicom, 2010, p 79-101.
19. BPCE L'Observatoire : étude 2023 sur l'économie du sport. (2024, 9 avril). Groupe BPCE. <https://www.groupebpce.com/la-banque-du-sport/acteur-de-leconomie-du-sport/notre-etude-sur-la-filiere-sport/la-filiere-sport-les-challenges-dune-championne/>
20. Bpifrance Création. (2023). *Indice Entrepreneurial Français 2023.* <https://bpifrance-creation.fr/observatoire/etudes-thematiques/indice-entrepreneurial-francais/ief-2023>
21. BRABANT, Justine et BOURDON Sébastien. *Des militaires français compromettent la sécurité de leurs opérations sur les réseaux sociaux.* Médiapart (10/12/2024). [Des militaires français compromettent la sécurité de leurs opérations sur les réseaux sociaux | Mediapart](#)
22. BRECHT, Claudio. *FC Bayern Munich Perfects the Fan Experience with Digital Solutions.* SAP. (22/07/2020) [SAP Software at FC Bayern Munich | SAP News Center](#)
23. BROCHAND, Christian. *Le sport et la télévision : un vieux couple à histoires.* Communication & Langages. (1992). pp. 25-40
24. CERNUDA CASTRO, Olalla. *PTO announces partnership with World Triathlon and the Lievin Triathlon Cup for the Indoor World Cup.* World Triathlon. (22/01/2025). [PTO announces partnership with World Triathlon and the Lievin Triathlon Cup for the Indoor World Cup](#)

25. CHARPENTIER, Vincent. *Archéologie du temps libre : la découverte de jeux de paume*. France Culture (04/06/2022). A découvrir sur : [Archéologie du temps libre : la découverte de jeux de paume | France Culture](#)
26. Chronologie de la Télévision en France. INA. La revue des médias. [Chronologie - Les grandes dates de la télévision en France | la revue des médias](#)
27. Clusters and the New Economics of Competition - Article - Faculty & Research - Harvard Business School. (s. d.). <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=46852>
28. CNIL. *Quelles formalités pour les traitements de données de santé ?* (22/05/2024). [Quelles formalités pour les traitements de données de santé ? | CNIL](#)
29. Comité National Olympique et Sportif Français. (2025, 16 janvier). *Projet de loi de finances pour 2025 : le Gouvernement ponctionne à nouveau le sport*. CNOSF. <https://cnosf.franceolympique.com/projet-de-loi-de-finances-pour-2025-le-gouvernement-ponctionne-nouveau-le-sport>
30. *Comment Obut pointe la préservation de l'eau*. Le Progrès. (17/02/2021) [Loire. Comment Obut pointe la préservation de l'eau](#)
31. CONNÂTRE SALOMON. Salomon. [Salomon](#)
32. *Cosm Raises Over \$250 Million In Funding To Expand Experiential Entertainment Venues Globally*. COSM. (31/07/2024). [Cosm Raises Over \\$250 Million In Funding To Expand Experiential Entertainment Venues Globally](#)
33. DALLINGTON, Robert. *The view of Fraunce*. Symon Stafford. Londres. 1604.
34. *Deloitte Football Money League 2025*. (2025, 23 janvier). Deloitte United Kingdom. <https://www.deloitte.com/uk/en/services/financial-advisory/analysis/deloitte-football-money-league.html>
35. Développer la Francophonie sportive et valoriser la langue française <https://www.sports.gouv.fr/developper-la-francophonie-sportive-et-valoriser-la-langue-francaise-2544#:~:text=Un%20groupe%20interminist%C3%A9riel%20et%20interinstitutionnel,%2C%20Min%20jeunesse%2C%20Min%20Sports>
36. DIETSCH et GUEGAN, La France n'est pas un pays de sport ? Ce que le sport dit de nous, De Boeck, Paris et Bruxelles, 2025, 220 p.
37. Dossiers de l'IRDS n°46 : Cartographie du sport professionnel en Île-de-France (2022, décembre). IRDS, Région Île-de-France, Région académique Île-de-France.
38. Dossiers : La Grande Cause nationale 2024. (2025, 10 février). Préfecture et services de l'Etat en région Nouvelle-Aquitaine. <https://www.prefectures-regions.gouv.fr/nouvelle-aquitaine/Grands-dossiers/La-Grande-Cause-nationale-2024>
39. *Faire du sport en milieu professionnel un levier stratégique du développement de l'activité physique et sportive*. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/faire-du-sport-en-milieu-professionnel-un-levier-strategique-du-developpement-de-l-activite>
40. Faney, G. (2024, 3 avril). Sport au travail ; : une mission flash appelle à renforcer la sensibilisation des entreprises. *AEF Info*. <https://www.aefinfo.fr/depeche/710161-sport-au-travail-une-mission-flash-appelle-a-renforcer-la-sensibilisation-des-entreprises>
41. Fédération Internationale de l'Automobile. (2019, 12 novembre). *La Formule 1 dévoile les plans de son objectif zéro émissions d'ici 2030*. FIA. <https://www.fia.com/fr/news/la-formule-1-devoile-les-plans-de-son-objectif-zero-emissions-dici-2030>
42. GIORGIO Pete. *2025 global sports industry outlook*. Deloitte. (13/02/2025) [2025 sports industry outlook | Deloitte Insights](#)
43. GIORGIO, Pete et WESTCOTT, Kevin. *The Future of GenAI in Sports*. Deloitte Global. Disponible sur : [The Future of GenAI in Sports | Deloitte Global](#)
44. GIORGIO, Pete. *2023 sports fan insights: The beginning of the immersive sports era*. Deloitte Insights. (26/06/2023). Disponible sur : [Immersive sports fandom | Deloitte Insights](#)
45. GIORGIO, Pete. *How data can help drive sports sponsorship and fan engagement*. Deloitte US. (2017). Disponible sur : [How Data Can Help Drive Sports Sponsorship and Fan Engagement | Deloitte US](#)
46. HAQ, Sana Noor. *MLS and Apple announce 10-year streaming deal*. CNN. (15/06/2022) [MLS and Apple announce 10-year streaming deal | CNN](#)
47. Héritage – L'histoire d'une marque iconique. Lookcycle. [Héritage - LOOK Cycle](#)
48. *Historique Jeu de Paume*, fontainebleau-tourisme.com (2017). [\(Microsoft Word - Historique Jeu de PaumeCh\342teau de Fbleau POUR LE SITE\)](#)

49. <https://www.sportspourtous.org/le-sport-un-levier-essentiel-pour-la-societe-et-leconomie/>
50. INJEP. (2024, 18 décembre). *Les pratiques sportives en France en 2024 avant les Jeux de Paris - INJEP - Philippe Lombardo (INJEP) Jörg Müller (CREDOC)*. <https://injep.fr/publication/les-pratiques-sportives-en-france-en-2024-avant-les-jeux-de-paris/>
51. IRSS. (2024, 3 avril). Éco-responsabilité en sport : défis et solutions. IRSS. <https://www.irss.fr/84220-eco-responsabilite-en-sport-defis-et-solutions/>
52. Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal Of Political Economy*, 99(3), 483499. <https://doi.org/10.1086/261763>
53. *L'équitation et les Français*. (s. d.). <https://www.sportsdenature.gouv.fr/equitation/observation/pratiquants>
54. *L'escrime démasquée*. Comité International Olympique. 2015. [L'escrime démasquée - Actualité Olympique](#)
55. *L'histoire d'un champion industriel français*. Groupe Rossignol [Histoire - Groupe Rossignol](#)
56. *L'impact des Jeux olympiques de Paris sur l'activité économique et les paiements au troisième trimestre 2024* | Banque de France. (s. d.). Banque de France. <https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/limpact-des-jeux-olympiques-de-paris-sur-lactivite-economique-et-les-paiements-au-troisieme>
57. *L'innovation au service du sport : l'exemple de la startup Sportech Ochy*. CCI Paris Île-De-France Entreprises. [L'innovation au service du sport : l'exemple de la startup Sportech Ochy](#)
58. *L'OBSERVATOIRE DES INNOVATIONS DE PARIS 2024*. CNOSF. (10/2024). [PARIS2024-ObservatoireDesInnovations.pdf](#)
59. *La bande de Michel Leclercq*. Décathlon. [Les fondateurs DECATHLON : la bande des 7](#)
60. *LA FILIÈRE ÉQUINE NORMANDE*. (2024, 19 décembre). Conseil des Chevaux de Normandie. <https://chevaux-normandie.com/le-cheval-en-normandie/la-filiere-equine-normande/>
61. *La Grande cause nationale 2024 au cœur des territoires*. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/la-grande-cause-nationale-2024-au-coeur-des-territoires-2721>
62. *La presse internationale s'enflamme après les Jeux olympiques de Paris 2024*. (2024, août 13). Stratégies. <https://www.strategies.fr/actualites/medias/LQ3485457C/la-presse-internationale-senflamme-apres-les-jeux-olympiques-de-paris-2024.html>
63. *La société OBUT supprime les rejets liquides de son atelier de traitement de surface des boules de pétanque*. (En ligne), France. Agende de l'eau Loire-Bretagne. 2019. (01/09/2019). [La société OBUT supprime les rejets liquides de son atelier de traitement de surface - Aides et redevances - Agence de l'eau Loire-bretagne](#)
64. *La stratégie nationale pour l'intelligence artificielle (2025, 07 février)*. Ministère de l'économie des finances et de la souveraineté industrielle et numérique. <https://www.economie.gouv.fr/actualites/strategie-nationale-intelligence-artificielle>
65. LABORDE, Christian. *Robic 47*. Editions du Rocher, 2017. 92 p.
66. LAGARDE, Yann. *À l'origine du vélo*. France Culture. (16/06/2020). [À l'origine du vélo | France Culture](#)
67. LATTÀ, Jérôme. « C'est en voulant le rendre toujours plus spectaculaire que l'on a rendu le football ennuyeux ». *Le Monde*. (21/10/2024). Disponible sur : [« C'est en voulant le rendre toujours plus spectaculaire que l'on a rendu le football ennuyeux »](#)
68. *Le cordage en boyau naturel Babolat, une légende vivante made in France*. Babolat. [Le cordage en boyau naturel Babolat, une légende vivante made in France | Babolat Site Officiel](#)
69. *Le point sur : les Troubles musculosquelettiques (TMS)*. (s. d.). <https://www.preventica.com/magazine/dossiers/le-point-sur-les-troubles-musculosquelettiques-tms-12112021>
70. *Le secrétariat d'État chargé de la Mer partenaire officiel de l'équipe française de la Coupe de l'America* (En ligne), France. Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche. 2023. (28/09/2023). [Coupe de l'America | Ministère de la Transition écologique, de la Biodiversité, de la Forêt, de la Mer et de la Pêche](#)
71. *Le ski alpin : origine et évolution*. Sport 2000. [Tout savoir sur l'histoire et l'évolution du ski alpin](#)
72. *Le sport en entreprise, une pratique en plein essor - France Travail*. (s. d.). France Travail. <https://www.francetravail.org/accueil/actualites/2023/le-sport-en-entreprise-une-pratique-en-plein-essor.html?type=article>

73. *Le virage de l'international*. Cityz Media. [Histoire - Cityz Media](#)
74. Les chiffres clés du sport en Île-de-France (2023, décembre). IRDS.
75. *Les Data du Jour*. Tour de France. [Data](#)
76. Les Sportives. (2020, 8 décembre). *Paris 2024, les premiers JO strictement paritaires de l'histoire*. Les Sportives. <https://www.lessportives.fr/dans-lactu/paris-2024-les-premiers-jo-strictement-paritaires-de-lhistoire/>
77. *L'histoire de DECATHLON*. [L'histoire de Decathlon - nos dates clés](#)
78. LINDBLADE, trudy, « Les Championnats du Monde Cyclisme Esport UCI ont parfaitement lancé une année passionnante pour l'Ecosse », UCI. Cycisme esport. (09/03/2023) [Lindblade : « Les Championnats du Monde Cyclisme Esport UCI ont parfaitement lancé une année passionnante pour l'Ecosse » | UCI](#)
79. MARIE, Elsa. *La francophonie, une bonne piste pour les startups*. Les Echos Start (2015). Disponible sur : [La francophonie, une bonne piste pour les startups | Les Echos Start](#)
80. Ministère de la Transition écologique (2023, 20 janvier). Comment organiser des événements sportifs écoresponsables. Notre Environnement. <https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/breves/article/comment-organiser-des-evenements-sportifs-eco-responsables>
81. Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. (2024, 3 décembre). *Journée internationale des personnes en situation de handicap*. education.gouv.fr. <https://www.education.gouv.fr/journee-internationale-des-personnes-en-situation-de-handicap-3200>
82. Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques. (2023, décembre). *Premier plan national d'adaptation du sport au changement climatique*. Vie publique. <https://www.vie-publique.fr/rapport/297248-premier-plan-national-dadaptation-du-sport-au-changement-climatique>
83. Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative. (2022, 3 novembre). *Tendre vers un sport plus sobre en ressources*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/tendre-vers-un-sport-plus-sobre-en-ressources-1144>
84. Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative. (2023, décembre). *Benchmark international des méthodologies d'étude d'impact environnemental applicables aux grands événements sportifs internationaux*. sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/benchmark-international-des-methodologies-d-etude-d-impact-environnemental-applicables-aux-grands>
85. Ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles. (2024, 30 avril). *Quels héritages pour les Jeux Olympiques de Paris 2024 ?* handicap.gouv.fr. <https://handicap.gouv.fr/quels-heritages-pour-les-jeux-de-paris-2024>
86. Netflix et A.S.O., en partenariat avec France Télévisions, annoncent une série documentaire sur le Tour de France 2022. Netflix (31/03/2022) [Netflix et A.S.O., en partenariat avec France Télévisions, annoncent une série documentaire sur le Tour de France 2022 - About Netflix](#)
87. *Notre Histoire*. Lacoste [Notre Histoire - Lacoste](#)
88. OGDEN Mark. *Is soccer heading for burnout ahead of longest-ever season?* ESPN (13/08/2024). Disponible sur : [Is soccer heading for burnout ahead of longest-ever season? - ESPN](#)
89. Olympique de Marseille. (2025, 18 janvier). *L'OM lance son équipe de football pour amputés*. OM.fr. <https://www.om.fr/fr/actualites/5900/treizieme-homme/94971-lom-lance-son-equipe-de-football-pour-amputes>
90. Orange et Immersiv.io révolutionnent la manière de regarder un match de foot - Orange 5G Lab. (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/immersiv-io-avec-augmented-match-et-la-5g-orange-et-immersive-io-revolutionnent-la-maniere-de-regarder-un-match-de-foot/>
91. ORMANIN, François. Première mondiale pour les JO de Paris 2024 : un service d'audiodescription pour les malvoyants sur France Télévisions. France 3 Normandie. (05/08/2024). Disponible sur : [Première mondiale pour les JO de Paris 2024 : un service d'audiodescription pour les malvoyants sur France Télévisions](#)
92. Parlement Européen. Commission de la culture et de l'éducation. *RAPPORT sur la politique des sports de l'Union européenne : bilan et pistes pour l'avenir*. Procédure 20231/2025(INI). (08/11/2021). [RAPPORT sur la politique des sports de l'Union européenne: bilan et pistes pour l'avenir | A9-0318/2021 | Parlement européen](#)
93. PerfAnalytics, *l'analyse vidéo dans le sport optimisée* (En ligne), France. Ministère Chargé de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. 2024. [PerfAnalytics, l'analyse vidéo dans le sport optimisée | enseignementsup-recherche.gouv.fr](#)

94. PRAUZE, Alexandre. *Moins de produits chimiques et des économies d'eau : le tir gagnant d'Obut*. Le progrès. (19/03/2025). [Loire. Moins de produits chimiques et des économies d'eau : le tir gagnant d'Obut](#)
95. Predators and prey : a new ecology of competition. (1993, 1 juin). PubMed. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10126156/>
96. *Premier bilan des Jeux olympiques de Paris 2024 et premières perspectives sur les Jeux paralympiques*. (s. d.). sports.gouv.fr. <https://www.sports.gouv.fr/premier-bilan-des-jeux-olympiques-de-paris-2024-et-premieres-perspectives-sur-les-jeux>
97. Première Usine Automatisée de Chaussures de Sport en France. Salomon (21/10/2021). [Première Usine Automatisée de Chaussures de Sport en France | Salomon](#)
98. Protection Airbag. HELITE. [Protection Airbag -Technologie Unique- Helite](#)
99. *Recensement des équipements sportifs : Data ES* (En ligne), France. Ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie Associative. 2024. [Recensement des équipements sportifs: Data ES | sports.gouv.fr](#)
100. Rédaction Châteaubriant. *Tour de France : des drones de Châteaubriant ont filmé l'étape Monaco Nice*. (22/07/2024). Disponible sur : [Tour de France : des drones de Châteaubriant ont filmé l'étape Monaco Nice](#)
101. *Retrouvez le Palmarès du Championnat du Monde depuis 1959 (année de lancement de cette compétition)*. Pétanque Dijon 2024. [Palmarès - Championnat du Monde de Pétanque 2024](#)
102. Rouaux, C. (2024, 4 avril). Sport au travail : conclusions de la mission flash. *Claudia Rouaux, Députée D'Ille et Vilaine (35)*. <https://www.claudiarouaux.fr/ma/actualites/sport-au-travail-conclusions-de-la-mission-flash.php>
103. SAUVAJOT, Mathieu. *Et si l'avenir du Maroc passait par le sport ?* Le Figaro (2023). Disponible sur : [Et si l'avenir du Maroc passait par le sport ?](#)
104. SCHNEIDER, Julien. *Lacoste : « Ma mission consiste à stimuler la transformation digitale dans plus de 100 pays »*. Blog CGI.(10/05/2017) [Lacoste : transformation digitale à l'échelle de 120 pays | CGI](#)
105. Seigneur-Vitellius, L., & Da Costa-Borgnon, I. (2024, 15 septembre). Paris 2024 : la Seine-Saint-Denis veut prolonger l'effet paralympique. *Le Monde.fr*. https://www.lemonde.fr/sport/article/2024/09/11/paris-2024-la-seine-saint-denis-veut-prolonger-l-effet-paralympique_6313596_3242.html?utm_source=chatgpt.com
106. *Serment du Jeu de Paume, 20 juin 1789*. Château de Versailles. [Serment du Jeu de paume | Château de Versailles](#)
107. SHARE - *Practical guidance on developing Sport and Physical Activity Projects under the Cohesion Policy Funds* (En ligne), Union Européenne. Commission Européenne. 2023. (October 2023). [SHARE - Practical guidance on developing sport and physical activity projects under the Cohesion Policy Funds \(October 2023\) - Sport](#)
108. *SMART STADIUM - La révolution 5G est en marche dans les stades ! - Orange 5G Lab*. (s. d.). 5G Lab. <https://5glab.orange.com/fr/realisations/smart-stadium-la-revolution-5g-est-en-marche-dans-les-stades/>
109. SporTech. (2025). Livre blanc sur la parité dans les métiers du sport.
110. Statista. (2024, 9 décembre). *JO de Paris 2024 : impact sur l'opinion qu'ont les étrangers de la France 2024*. <https://fr.statista.com/statistiques/1538309/jeux-olympiques-impact/>
111. Synthèse en français de l'étude « Réalisation d'une cartographie des clusters du « sport » en Europe, (2018), Deloitte.
112. The Shift Project. (2025, 13 février). *Décarbonons le Sport : un premier applicatif au football et au rugby*. The Shift Project. <https://theshift-project.org/decarbonons-le-sport/>
113. The Tokyo Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games. (2022). *Tokyo 2020 Official Report*. https://library.olympics.com/Default/doc/SYRACUSE/2954165/tokyo-2020-official-report-the-tokyo-organising-committee-of-the-olympic-and-paralympic-games?_lg=en-GB
114. This is TGL presented by Sofi. TGL. (2025). [Explained | TGL](#)
115. *TMT Predictions 2025*. (s. d.). Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions.html>
116. TOISON, Nicolas. « *Il se vend une raquette de tennis Babolat toutes les 20 secondes dans le monde* ». *Sportune* (20minutes). (02/06/2022). [«Il se vend une raquette de tennis Babolat toutes les 20 secondes dans le monde»](#)

117. TRONCOSO, Alfredo, OJEAGA, Tamara et RAMSINGHANI, Sagar. *Determining sponsorship ROI*. Kantar. (02/04/2023). Disponible sur: [Determining sponsorship ROI](#)
118. Vecteur Plus. (2023, 22 février). *La gestion des déchets pendant les JO : quels sont les besoins à venir ?* Vecteur Plus. <https://www.vecteur-plus.com/gestion-dechets-pendant-les-jo-2024/>
119. Ville de Paris, *Photographie du geste sportif et pratique rationnelle du sport*. Bibliothèque de l'Hôtel de Ville (17/02/2020). [Photographie du geste sportif et pratique rationnelle du sport - Bibliothèques spécialisées et patrimoniales de la Ville de Paris](#)
120. Wirth, T., & Wirth, T. (2024, 3 avril). *Guide des TMS en 2024 : Chiffres et Nouvelles Solutions*. *Wellness Prévention - Pour une entreprise active et engagée*. <https://wellness-prevention.fr/guide-des-tms-en-2024-chiffres-et-nouvelles-solutions/>
121. ZANCHI, Jean-Sébastien. *ADN Group signe un partenariat avec le CNRS pour recycler les matériaux composites*. CNRS Innovation. (23/01/2025). [CNRS Innovation » ADN Group signe un partenariat avec le CNRS pour recycler les matériaux composites](#)

Annexe

Fiches d'identité des startups de la sportech



act for sport



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Guillaume Sarfati

Contact : guillaume@actforsport.eu



Site web <https://actforsport.eu/>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Bouches-du-Rhône (13)



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

10 001 - 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Act for sport se nourrit de deux ambitions fortes : faire du sport amateur local un véritable asset de marque engagé pour les plus grands groupes et offrir un moyen de développement aux clubs de sport amateurs en les faisant briller comme des pros.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Rugby ; Handball ; Basketball ; Volleyball ; Vélo



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

Aucune d'entre elles



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

+ 5 M€

AI BRIGHT



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Ouael Mouelhi

Contact : ouael@ai-bright.com



Site web <https://ai-bright.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Hauts-de-Seine (92)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 - 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Démocratiser le coaching sportif individuel grâce à l'IA



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Clubs



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Fitness



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

500 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

AIA SPORTS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Thomas Lievrement

Contact : contact@aiasports.frSite web <https://www.aiasports.fr/>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

Pyrénées-Atlantiques (64)

Collaborateurs

11 - 50

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

501 - 2 500

Proposition de valeur de l'entreprise

Production de statistiques sportives
Mise à disposition de logiciels d'analyse vidéo multisports

Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs professionnels ; Fédérations ; Fans



Discipline

Rugby ; Football ; Handball ; Basketball ; Pelote basque ; MMA



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

1 900 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

AirFit



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Pierre Paquin

Contact : info@airfit.coSite web <https://www.airfit.co>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

Paris (75)

Collaborateurs

11 - 50

CA

1 M€ - 10 M€

Nombre d'utilisateurs

Plus de 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Créer une société plus saine en démocratisant l'activité physique grâce à des aires de fitness en accès libre connectées à des solutions de coaching digital.



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Nouveaux espaces sportifs



Montants levés

577 000 €

En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Claire Allard

Contact : claire.allard@alkesoccer.com



Site web <https://www.alkesoccer.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

ALKÉ est la marque de Sport & Lifestyle pensée par et pour les Femmes. Avec des vêtements alliant confort, style et technicité, fabriqués en Europe, notre mission est de valoriser l'image et la place des femmes dans le Foot et plus généralement dans le Sport grâce à la Mode, et de militer pour le droit de jouer pour toutes.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Fédérations ; Clubs ; Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques ; Fans



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Athlétisme ; Rollerderby ; Course à pied



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

N/A



Montants levés

200 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

ALL SPONSORED



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Lucereau Stevens - Lopez Arnaud

Contact : contact@allsponsored.com



Site web <https://www.allsponsored.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Loiret (45)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Permettre aux entreprises de bénéficier de prestations de services de la part d'associations sportives



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €

ANYBUDDY



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Martial Guermonprez - Frédéric Fouco - Arnaud Tanguy

Contact : martial@anybuddyapp.comSite web <http://www.Anybuddyapp.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Nord (59)

Collaborateurs

11 - 50

CA

1 M€ et 10 M€

Nombre d'utilisateurs

+ de 300 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Rendre accessible et visible les infrastructures de sport de raquette



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Institutions publiques ; Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tennis ; Badminton ; Tennis de Table ; Padel ; Squash ; Pickleball



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Synchronisation d'agenda



Montants levés

5 200 000 €

En recherche de financement ?

Non

Apnea sub



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Ludovic Lahccen - Vincent Langlois

Contact : contact@apnea-sub.comSite web apnea-sub.com/frMembre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Nord (59)

Collaborateurs

0

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

Créer des équipements d'apnée sous-marine innovants, sûrs et performants, en étant le plus en adéquation avec l'écosystème marin.



Type d'utilisateurs

B2C

Clients principaux

Sportifs professionnels ; Fans ; Clubs ; Sportifs amateurs



Discipline

Triathlon ; Pêche sportive ; apnée sous-marine



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; mise en sécurité de la personne



Montants levés

30 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

ARENAMETRIX



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Kévin Vitoz - Ludovic Bordes

Contact : compta@arenamatrix.com



Site web <http://arenamatrix.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

1 - 250



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Un écosystème collaboratif pour centraliser les données des organisations sportives, offrir la meilleure expérience à leurs fans et atteindre leurs objectifs de développement.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B



Clients principaux

Fédérations ; Clubs ; Institutions publiques ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football ; Rugby ; Course à pied ; Handball ; Basketball ; Natation ; Trail running ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon ; Athlétisme



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse de données ; CRM



Montants levés

10 000 000 €



En recherche de financement ?

Non

ATCLUB (app détenue par la société Access World)



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Eloi Castarède

Contact : loicastarede@atclub.app



Site web <https://www.atclub.app>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

ATCLUB a pour mission de permettre à n'importe qui, partout dans le monde, de rencontrer des sportifs rapidement avec qui faire du sport.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Application mobile



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

AUGMENTED SPORTS TECHNOLOGIES

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Adrien Frizé - Maxim Karpushin

Contact : contact@pinghero.ai**Site web** -**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Essonne (91)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****501 à 2 500****Proposition de valeur de l'entreprise**

Augmented Sports Technologies propose aux pratiquants de sports de raquette un outil de coaching à partir de l'analyse automatique de vidéos de leurs matchs. Notre premier produit, Ping Hero, s'adresse aux pongistes.

**Type d'utilisateurs****B2C ; B2B****Clients principaux**

Sportifs amateurs

**Discipline**

Sports de raquette

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)

**Montants levés****0 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****300 k€ - 1 M€**

BEBALLER

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Benoit Fouchault - Farid Moubayed

Contact : benoit.fouchault@beballerapp.com**Site web** beballerapp.com**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Seine-St-Denis (93)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****10 001 à 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Faciliter l'accès au sport en pratique libre.

**Type d'utilisateurs****B2B ; B2C****Clients principaux**

Sportifs amateurs ; Institutions publiques ; Clubs

**Discipline**

Basketball

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Nc.

**Montants levés****170 000 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****300 k€ - 1 M€**

BlackTicket



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Dino Mattioni - Arnaud Tonon - Lumena StartUp Studio

Contact : dino@blackticket.net



Site web <https://blackticket.net>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
Moselle (57)



Collaborateurs
2 - 10



CA
- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs
0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

BlackTicket est spécialisée dans la valorisation et la sécurisation des billets d'événements grâce à un nouveau mode de distribution. En transformant chaque billet en un actif sécurisé et unique, BlackTicket permet aux organisateurs d'améliorer leur communication, d'engager leurs publics et d'activer de nouveaux leviers marketing. Distribués via une application mobile personnalisée aux couleurs des organisateurs, les billets deviennent des outils dynamiques, traçables et monétisables avant, pendant et après les événements.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux
Fédérations ; Clubs



Discipline

Discipline : Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Tennis ; MMA ; Athlétisme ; Volleyball



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)



Montants levés
1 000 000 €



En recherche de financement ?
Non

Quel besoin ?
1 M€ - 5 M€

BraimIA



BraimIA



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Frédéric Valette - Pierre-Jacques Lyon

Contact : fv@braimia.com



Site web <https://www.braimia.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
Bouches-du-Rhône (13)



Collaborateurs
2 - 10



CA
- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs
101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Rendre l'IA Générative accessible au plus grand nombre pour résoudre leur problème de santé et bien-être.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
0 €



En recherche de financement ?
Oui

Quel besoin ?
1 M€ - 5 M€

bsport

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Zakaria Mansour - Sofian Medbouhi - Marc Capelo

Contact : contact@bsport.ioSite web <https://pro.bsport.io>Membre du collectif SportTech **Oui****Siège****Paris (75)****Collaborateurs****51 - 250****CA****+ de 10 M€****Nombre d'utilisateurs****+ de 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Bsport est une plateforme de Marketing et de gestion à destination des acteurs du wellness (boutique fitness).

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Entreprises de l'industrie du sport

**Discipline**

Boxe ; Danse ; Crossfit ; Musculation ; MMA ; Yoga ; Pilates ; Bootcamp ; etc.

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)

**Montants levés****35 000 000 €****En recherche de financement ?****Non****BURN CONTROLLERS****Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Un pool d'associés

Contact : sylvainvachier@gmail.comSite web <https://burn-controllers.com>Membre du collectif SportTech **Oui****Siège****Bouches-du-Rhône (13)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****2 501 à 10 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Proposer aux gamers du monde entier des solutions de personnalisation innovantes et engagées. Pour marquer leur singularité, améliorer leurs performances et intégrer une communauté engagée.

**Type d'utilisateurs****B2C****Clients principaux**

Sportifs amateurs ; Sportifs professionnels

**Discipline**

Esport

**Type de produits / services**

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Configurateur de personnalisation

**Montants levés****1 000 000 €**

CHAMP'S



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Stéphane Gaultier - Thierry Magnien

Contact : contact@champs.fr



Site web <https://champs.fr>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Yvelines (78)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Diffuser en direct et monétiser les compétitions sportives de toutes disciplines en offrant une expérience combinant vidéo et données de la compétition. Ce service permet la diffusion de pub digitale qui finance le service et les sports diffusés.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B



Clients principaux

Fans ; Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs



Discipline

Football ; Rugby ; Vélo ; Handball ; Basketball ; Tennis ; Tennis de Table ; Padel ; Volleyball ; Hockey sur gazon ; Tous les sports ; Cécifoot, Rugby fauteuil



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

3 000 000 €



En recherche de financement ?
Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

COOLROOL



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Thomas Rung - Florence Roux-Christmann

Contact : info@coolrool.com



Site web <https://coolrool.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Ardennes (08)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

COOLROOL facilite l'écomobilité dans le sport amateur en optimisant le covoiturage et en réduisant l'empreinte carbone des déplacements. Sa mission est d'accompagner les clubs, fédérations, partenaires; sponsors dans leur transition écologique et politique RSE en proposant une solution simple et accessible à tous.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C



Clients principaux

Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques ; Fédérations



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

App IOS - Android



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?
Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Coureurs

Coureurs.

- Nantes -

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Albéric Aubron - Henri Ternon

Contact : alberic@coureurs.club**Site web** <http://coureurs.club>**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Loire-Atlantique (44)****Collaborateurs****0****CA****- de 10 M€****Nombre d'utilisateurs****+ de 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Coureurs conçoit des animations sportives ludiques, fun et accessibles, pour transformer chaque événement en expérience mémorable, en valorisant les participants et en renforçant l'engagement des marques.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Entreprises de l'industrie du sport ; Organismes d'événements ; Institutions publiques

**Discipline**

Course à pied

**Type de produits / services**

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Capteur Radar

**Montants levés****0 €****En recherche de financement ?****Non****Quel besoin ?****0 - 300 k€**

Cryo Control

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Bertrand Avignon

Contact : bertrand@cryocontrol.fr**Site web** <https://cryocontrol.fr>**Membre du collectif SportTech** **Non****Siège****Haute-Garonne (31)****Collaborateurs****2 - 10****CA****1 M€ - 10 M€****Nombre d'utilisateurs****501 à 2 500****Proposition de valeur de l'entreprise**

Cryo Control conçoit, fabrique et commercialise des bains froids autonomes pour la récupération physique, principalement destinés aux sportifs. Leur mission est de proposer des solutions de cryothérapie innovantes et performantes pour optimiser la récupération et les performances athlétiques.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Fédérations ; Institutions publiques ; Sportifs professionnels ; Clubs ; Sportifs amateurs

**Discipline**

Tous les sports

**Type de produits / services**

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

-

**Montants levés****100 000 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****300 k€ - 1 M€**

DANC·R

DANC·R



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Adrien Bisset - Laure Colmard - Laure Leroy

Contact : hello@dancr.co



Site web <https://dancr.co>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

DANC·R transforme l'éducation en danse grâce aux nouvelles technologies pour la rendre encore plus accessible et bénéfique à toutes et à tous.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Danse



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel); IA (Analyse prédictive; Traitement des données (big data); Assistant virtuel)



Montants levés

160 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Dataxx



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Clément Authier - Martin Masseline - Vincent Michelangeli

Contact : clement.authier@hec.edu



Site web dataxx-martin-masselines-projects.vercel.app



Membre du collectif SporTech **Non**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

0



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission de Dataxx est d'aider les clubs sportifs à optimiser leurs revenus, remplir leurs stades et mieux comprendre leur base de fans grâce à l'intelligence artificielle et l'analyse de données. Nous permettons une tarification dynamique et intelligente, tout en aidant les clubs à exploiter leurs données pour mieux cibler, fidéliser et acquérir de nouveaux supporters.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive; Traitement des données (big data); Assistant virtuel)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Deeptimize



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Antoine Pirovano - Guillaume Vaudaux-Ruth

Contact : antoine.pirovano@deeptimize.comSite web <https://www.deeptimize.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris (75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Nous développons des outils d'intelligence artificielle pour l'analyse vidéo, automatique précise, complète et rapide, de la performance sportive. Nous adressons clubs et fédérations pour l'optimisation de la performance, médias et site de paris pour l'engagement des audiences et les fournisseurs de données pour synergiser.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby ; Judo ; Handball ; Basketball ; Tennis



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

900 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Domaine du Net ; Appli en Direct



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Julien Trotoux

Contact : julien@domainedunet.frSite web <https://appliendirect.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Ille-et-Villaine (35)



Collaborateurs

1



CA

+ de 100 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission de Domaine du Net est de digitaliser l'expérience des supporters et des participants en fournissant des applications mobiles performantes et personnalisables pour les clubs sportifs, les événements et les organisations. Nous facilitons l'engagement des communautés grâce à des solutions intuitives, évolutives et accessibles sans contrainte technique.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Institutions publiques ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football ; Golf ; Course à pied ; Vélo ; Basketball ; Tennis ; Trail running ; Triathlon ; Athlétisme



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

-



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

EVENIZER



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Alexandre Champeil - Séverin Groisne

Contact : severin.groisne@evenizer.io



Site web <http://evenizer.io>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Nous aidons les entreprises à exploiter 100% du potentiel de valeur de leurs billets VIP (BtoB et protocole).



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs ; Fédérations ; Institutions publiques



Discipline

Football ; Rugby ; Vélo ; Basketball ; Tennis



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

1 000 000 €

Event Factory



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Matthieu Carton

Contact : mat@eventfactory.eu



Site web <https://eventfactory.eu>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Côtes-d'Armor
(22)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Apporter l'innovation et la technologie pour améliorer l'expérience événementielle de tous les acteurs du monde sportif.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; Computer Vision



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

EXO



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Bérénice Marmonier - Bastien Lachambre

Contact : bmarmonier@exo-sport.frSite web <https://exo-sport.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**10 001 à 100 000**

Proposition de valeur de l'entreprise

EXO, c'est l'app qui motive et récompense les sportifs indoor. Présent dans +400 salles de sport, EXO réinvente ainsi l'expérience dans les salles de sport en motivant les pratiquants sur la durée grâce à la gamification et à la récompense.



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Crossfit ; Musculation ; Padel ; Tennis ; Danse ; Natation ; Basketball ; Boxe ; Escalade ; Football ; fitness



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Gamification; jeu



Montants levés

1 000 000 €En recherche
de financement ?**Non**

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

FAIR VISION



FAIR VISION



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Jean-Michel Felderhoff

Contact : contact@fairvision.frSite web <https://fairvision.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Alpes-Maritimes
(06)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**0 à 100**

Proposition de valeur de l'entreprise

FAIR VISION est un Bureau d'études spécialisé en Intelligence Artificielle, fournisseur de solutions logiciels et d'équipements de captation vidéo autonome pour connecter les arènes sportives.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby ; Equitation ; Handball ; Tennis



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

1 600 000 €En recherche
de financement ?**Oui**

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Fairplayer



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Dorian Cauvas

Contact : dorian@fairplayer.fr



Site web -



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Rhône
(69)**



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Fairplayer est une solution de fidélisation des communautés et de collecte de dons, destinée aux fondations, au monde sportif professionnel et aux entreprises.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

500 000 €



En recherche
de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

fanxp



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Thomas Kouck - Dang Tran

Contact : jihane@fan-xp.com



Site web <https://fan-xp.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Hauts-de-Seine
(92)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre
d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Fanxp développe un ensemble de solutions digitales pour optimiser l'engagement des fans, améliorer l'expérience client et augmenter les revenus des clubs et organisateurs d'événements. Nous combinons une expertise sectorielle et des technologies avancées pour simplifier la gestion opérationnelle et maximiser la performance des acteurs du sport et du divertissement.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Fédérations ; Fans ; Clubs



Discipline

Football ; Rugby ; Tennis ; Handball ; Basketball ; Hockey



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)



Montants levés

0 €

FANarZONE



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Cyril Nardon

Contact : Hello@artdesignstory.frSite web <http://Artdesignstory.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Loire-Atlantique
(44)

Collaborateurs

11 - 50



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Contrer la sédentarité ! New media outdoor AR & AI.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C



Clients principaux

Fédérations ; Sportifs amateurs ; Clubs ; Fans ; Sportifs professionnels ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

2 300 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

+ 5 M€

Fiilin



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Mickael Leban - Jonathan Leban - Antoine Garbay

Contact : mickael.leban@fiilin.frSite web <https://fiilin.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris
(75)

Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Solution de nutrition sportive pensée pour les salles de sport qui accompagne le sportif dans sa pratique.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Musculation ; Crossfit



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

App et machine connectée



Montants levés

500 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Finishers

FINISHERS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Benoit Grassigny - Hugo Charrier - Arnaud Didry

Contact : benoit@finishers.comSite web <https://finishers.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Rhône
(69)**

Collaborateurs

11 - 50

CA

1 M€ - 10 M€Nombre
d'utilisateurs**+ de 100 000**

Proposition de valeur de l'entreprise

Finishers facilite l'accès aux courses du monde entier à plus de 3 millions de visiteurs uniques par mois. En parallèle, ils développent des solutions technologiques et marketing innovantes pour accompagner les organisateurs dans la réussite et la croissance de leurs événements capitalisant sur un réseau de 1 500 organisateurs déjà partenaires.



Type d'utilisateurs

B2C ; B2B

Clients principaux

Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Course à pied ; Vélo ; Trail running ; Triathlon ; Athlétisme



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

4 000 000 €En recherche
de financement ?**Oui**

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Fitness Boost

FitnessBoost



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Colin Fauter - Laurent Meunier

Contact : mathias@fitnessboost.frSite web <https://fitnessboost.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Bouches-
du-Rhône (13)**

Collaborateurs

11 - 50

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**101 à 500**

Proposition de valeur de l'entreprise

La mission de Fitness Boost est d'aider les salles de sport et franchises à attirer plus de prospects et à les convertir en abonnés grâce à des stratégies digitales performantes. Nous optimisons l'acquisition et la fidélisation avec des solutions innovantes comme la publicité en ligne, l'automatisation des relances et notre logiciel Boost.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Crossfit ; Musculation ; Boxe



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €En recherche
de financement ?**Non**

Quel besoin ?

0 - 300 k€

FizYou

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Talia Lipiec - Florian Patalagoity

Contact : talia.lipiec@fizyou.frSite web <http://fizyou.fr>Membre du collectif SportTech **Oui****Siège****Hauts-de-Seine (92)****Collaborateurs****1****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****10 001 à 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

FizYou vise à prévenir les TMS, responsables de 87% des maladies professionnelles en France, en offrant des séances courtes d'exercices ciblés pour soulager les douleurs, réduire le stress, améliorer l'échauffement, augmenter l'activité physique, et favoriser un meilleur sommeil et une alimentation équilibrée.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

nc.

**Discipline**

Activité physique

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Algorithmes spécifiques

**Montants levés****600 000 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****300 k€ - 1 M€**

FizzUp

**FIZZUP****Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Julien Lavault (ne fait plus partie de la société)

Contact : kirsty.hood@fizzup.comSite web <http://fizzup.com>Membre du collectif SportTech **Oui****Siège****Haut-Rhin (68)****Collaborateurs****11 - 50****CA****1 M€ - 10 M€****Nombre d'utilisateurs****+ de 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Démocratiser l'accès à l'activité physique en proposant des solutions simples, efficaces et motivantes pour améliorer la santé et le bien-être, peu importe le niveau ou les moyens du cible. L'entreprise vise à encourager un mode de vie actif en offrant des programmes adaptés aux besoins individuels, tout en inspirant ses utilisateurs à atteindre leurs objectifs personnels.

**Type d'utilisateurs****B2C ; B2B ; B2B2C****Clients principaux**

Sportifs amateurs

**Discipline**

Fitness

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)

**Montants levés****1 500 000 €****En recherche de financement ?****Non****Quel besoin ?****300 k€ - 1 M€ ;
0 - 300 k€**

Flit Coach



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Pierre Gilfriche - Aurélien Appriou - Mickaël Martran

Contact : pierre.gilfriche@flit-sport.fr



Site web <https://flit.run>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Gironde (33)



Collaborateurs

2 - 10



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Flit Coach accompagne les sportifs amateurs d'endurance (running, cyclisme, triathlon) à progresser efficacement sans se blesser via des programmes d'entraînement entièrement personnalisés.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Vélo ; Course à pied ; Triathlon



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

200 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

Flycup



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Olivier Rousseau

Contact : orousseau@flycup-packaging.com



Site web -



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Bouches-du-Rhône (13)



Collaborateurs

2 - 10



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Améliorer l'expérience de consommation des fans dans les stades et événements sportifs et proposer un nouvel asset de visibilité pour les partenaires.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Marketing digital



Montants levés

600 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Footbar

FOOTBAR



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Sylvain Ract - Loïc Manent

Contact : emma@footbar.com



Site web <https://footbar.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Paris
(75)**



Collaborateurs

1 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Footbar aide les joueurs de football à progresser en leur permettant d'analyser leurs statistiques physiques et techniques via une application ludique. Avec Footbar, chaque joueur progresse à son rythme, en amplifiant ce qui compte le plus : le plaisir de jouer et de partager ce jeu avec un collectif.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Sportifs amateurs



Discipline

Football



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

5 000 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Frive

FRiVE



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Killian Greatti - Valentin Gallet

Contact : killian@frive.io



Site web <https://frive.io>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Doubs
(25)**



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Permettre aux cyclistes amateurs sans entraîneur de progresser en vélo.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Vélo



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

200 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Genezys

GENEZYs



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Alban Richard - James Weir - Thomas Debru

Contact : natan.etienne@genezys-app.com



Site web <https://genezys.xyz>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Isère
(38)**



Collaborateurs
11 - 50



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Genezys permet aux athlètes et clubs de monétiser leur fanbase en leur offrant un outil innovant pour engager leur communauté à travers des Fancards et des expériences exclusives. Pour les fans, c'est une opportunité unique de soutenir directement leurs sportifs favoris, tout en accédant à des récompenses et des moments inédits.



Type d'utilisateurs
B2B2C



Clients principaux

Fans ; Clubs ; Sportifs professionnels



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)



Montants levés
3 000 000 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
**1 M€ - 5 M€ ;
+ 5 M€**

GiveVision



GIVE VISION



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Elodie Draperi - Stan Karpenko - Piotr Imielski

Contact : hello@givevision.net



Site web <https://givevision.net/fr>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
Paris (75)



Collaborateurs
2 - 10



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Notre mission est d'améliorer l'expérience fan des spectateurs malvoyants en proposant aux sites sportifs un casque basse vision qui permet à ces spectateurs de suivre des événements sportifs avec leur vision résiduelle. Notre ambition est de devenir une nouvelle norme d'accessibilité comme l'audio-description.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Clubs ; Institutions publiques ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures)



Montants levés
0 €

GOAT Stadium



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Soufyane Mokhtari - Jean-François Mena - Gerard Hequet

Contact : smokhtari@goatstadium.comSite web <https://goatstadium.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Pas-de-Calais
(62)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**501 à 2 500**

Proposition de valeur de l'entreprise

Notre mission est de démocratiser l'investissement des fans dans le sport et de favoriser l'émergence de clubs plus inclusifs, solidaires et résilients.



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Clubs ; Fans



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Volleyball ; Hockey sur glace



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)



Montants levés

0 €

EGYM WELLPASS (ex-GYMLIB)

E G Y M
WELLPASS

Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Sébastien Béquart - Mohamed Tazi - Grégoire Veron

Contact : contact@gymlib.comSite web <https://gymlib.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

51 - 250

CA

10€ - 100 M€Nombre
d'utilisateurs**+ de 100 000**

Proposition de valeur de l'entreprise

EGYM Wellpass (ex-Gymlib) accompagne les entreprises pour engager leurs salariés dans un mode de vie actif et sain.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B

Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

13 000 000 €En recherche
de financement ?**Non**

Quel besoin ?

0 - 300 k€

HAOMAH SPORTS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

BINI

Contact : hello@haomahsports.com



Site web <https://haomahsports.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Hérault
(34)**



Collaborateurs
2-10



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Haomah Sports est la première marque de vêtements de sports menstruels qui permet aux sportives de s'entraîner et de performer sans stress ni inconfort tout au long de leur cycle. Sa mission est de lever les tabous autour des règles et des fuites urinaires à l'effort dans le sport et de rendre la pratique plus inclusive grâce à des solutions innovantes.



Type d'utilisateurs
B2B2C ; B2C



Clients principaux

Sportifs professionnels ; Fédérations ; Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Football ; Rugby ; Escrime ; Boxe ; Karaté ; Judo ; Course à pied ; Surf ; Handball ; Gymnastique ; Patinage ; Roller ; Skateboard ; Basketball ; Tir à l'arc ; Natation ; Danse ; Tennis ; Trail running ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Triathlon ; Athlétisme ; Musculation ; Crossfit ; Cheerleading ; Lutte



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

NA



Montants levés
0 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
300 k€ - 1 M€

Immersiv



immersiv.io



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Stéphane Guérin - Emmanuelle Roger

Contact : sg@immersiv.io



Site web <https://immersiv.io>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
Paris (75)



Collaborateurs
11 - 50



CA
1 M€ - 10 M€



Nombre
d'utilisateurs
+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Nous réinventons l'expérience fan grâce à la réalité augmentée.



Type d'utilisateurs
B2B2C



Clients principaux

Fédérations ; Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; VR (Formation immersive ; simulations d'événements sportifs)



Montants levés
0 €

I-PERCUT



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Olivier HUC - Maryline HUC

Contact : contact@i-percut.comSite web <https://i-percut.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Tarn
(81)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

10€ - 100 M€

Nombre d'utilisateurs

0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

Il n'y a pas de progrès sans mesure. Mais dans la boxe et la rééducation fonctionnelle, il n'y avait jusque-là pas d'outils mesurant la force, vitesse, et réactivité des coups portés.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C

Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Salles de sport



Discipline

Boxe ; MMA ; Fitboxing



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.) ; Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

300 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

JOOKS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Olivier Lebleu

Contact : contact@jooks.appSite web <http://jooks.app>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Rhône
(69)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Nous surprenons nos utilisateurs, leur faisons vivre des émotions. Nous leur fournissons des souvenirs.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C

Clients principaux

Institutions publiques ; Fédérations



Discipline

Course à pied ; Vélo ; Ski ; Trail running



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes)



Montants levés

2 300 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Kalisport



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Geoffrey LAUNAY

Contact: contact@kalisport.com



Site web <https://kalisport.com>



Membre du collectif SportTech **Non**



Siège

Ille-et-Villaine (35)



Collaborateurs

1



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Digitaliser et faire gagner du temps dans la gestion des associations sportives.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Clubs ; Sportifs amateurs ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

SaaS de gestion



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Kinomap



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Philippe Moity

Contact: sales@kinomap.com



Site web <http://kinomap.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Nord (59)



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 350 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Kinomap édite une application d'entraînement indoor.



Type d'utilisateurs

B2C ; B2B



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs



Discipline

Course à pied ; Vélo ; Kayak ; Trail running ; Triathlon ; Aviron



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; VR (Formation immersive ; simulations d'événements sportifs) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

4 000 000 €



En recherche de financement ?

Non

KINVENT



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Athanase Kollias

Contact : i.point@k-invent.comSite web <https://physio.kinvent.com>Membre du collectif SportTech **Oui**Siège
**Hérault
(34)**Collaborateurs
51 - 250CA
1 M€ - 10 M€Nombre
d'utilisateurs
10 001 à 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

La mission de Kinvent est de démocratiser la science du mouvement en fournissant des outils d'évaluation biomécanique innovants, accessibles et intuitifs, permettant aux professionnels de mesurer, analyser et optimiser la performance humaine.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C

Clients principaux

Sportifs professionnels ; Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Ski ; Natation ; Tennis ; Volleyball ; Athlétisme ; Musculation



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)

Montants levés
16 000 000 €En recherche
de financement ?
NonQuel besoin ?
+ 5 M€

Kmoove



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Karim Mounassib - Hans Pelanga - Coralie Rodriguez

Contact : contact@kmoove.comSite web <https://kmoove.com>Membre du collectif SportTech **Oui**Siège
**Rhône
(69)**Collaborateurs
2 - 10CA
+ de 100 M€Nombre
d'utilisateurs
0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

La mission principale de Kmoove est de favoriser le sport et l'éducation pour tous, en rendant l'activité physique accessible et inclusive, quel que soit le niveau de capacité. Nous promovons également l'éducation par le sport, en utilisant le jeu interactif pour développer les compétences sociales, cognitives et émotionnelles de chacun.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Institutions publiques ; Fédérations ; Clubs



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Tir à l'arc ; Tennis ; Volleyball ; Hockey sur gazon



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)

Montants levés
0 €En recherche
de financement ?
OuiQuel besoin ?
300 k€ - 1 M€

Kobi



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Sofiane Laurent - Adam Laurent - Nicolas Reaud

Contact : sofiane.laurent@kobisport.eu



Site web <https://www.kobisport.eu>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Pas-de-Calais
(62)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Proposer aux entreprises des solutions accessibles, économiques et inclusives pour encourager la pratique d'activités physiques et de bien-être par leurs salariés.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Fintech ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

4 000 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Kop Media



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Edouard Desmettre

Contact : edouard@kop-media.com



Site web <http://kop-media.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Paris
(75)**



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Avec un focus tech, ai et data, Kop accompagne les annonceurs, les organisateurs et ayants droits sportifs dans leurs stratégies de contenu vidéo.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Fédérations ; Clubs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AI



Montants levés

500 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

LUCKYSIT



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Geoffroy Valéry - Lionel GRIVEL

Contact : lionel@luckysit.comSite web <https://luckysit.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Rhône
(69)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**+ de 100 000**

Proposition de valeur de l'entreprise

Luckysit, spécialisée dans la fan expérience et orientée vers la fan connection de demain, vous accompagne pour renforcer le lien émotionnel avec votre public. La solution LUCKYSIT aide les organisateurs d'événements à concevoir, structurer et monétiser la relation aux fans. Cette approche permet non seulement de collecter des données précieuses, mais en plus de générer des revenus tout en offrant un véritable service aux supporters.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B

Clients principaux

Clubs ; Fans



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Gaming de la Fan experience



Montants levés

400 000 €En recherche
de financement ?**Non**

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Manita



Manita



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Camille Amar

Contact : camille.amar@manita.clubSite web <https://www.manita.club>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Hauts-de-Seine
(92)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**501 à 2 500**

Proposition de valeur de l'entreprise

Rendre le football accessible à toutes les femmes.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C

Clients principaux

Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne et service physique



Technologie(s) utilisée(s)

Application



Montants levés

0 €

McLloyd



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Pierre-Arnaud Coquelin

Contact : contact@mcclloyd.comSite web <https://mcclloyd.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Hérault
(34)**

Collaborateurs

11 - 50

CA

1 M€ - 10 M€

Nombre d'utilisateurs

0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

Nous concevons, produisons, et opérons des systèmes de tracking de pointe pour le monde des courses à des fins de performance et de production broadcast. Notre technologie est utilisée sur plus de 10 000 courses par an dans plus de 20 pays.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Fédérations



Discipline

Equitation ; Course à pied ; Ski ; Snowboard ; Trail running ; Athlétisme ; Kitesurf ; Planche à voile ; Aviron



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures)



Montants levés

1 900 000 €

En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

MFL



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Mathurin Blouin - Yann Uzel

Contact : hello@playmfl.comSite web <https://playmfl.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000

Proposition de valeur de l'entreprise

MFL permet à tous les fans de football de créer et gérer leur propre club de football dans un univers virtuel.



Type d'utilisateurs

B2C

Clients principaux

Fans



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)



Montants levés

50 000 €

En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

MICROOLED - Engo Eyewear

engo



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Eric Marcellin-Dibon

Contact : xavier.bonjour@engoeyewear.comSite web <https://engoeyewear.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

Isère
(38)

Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Real time and mission critical information for people on the move.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Sportifs professionnels



Discipline

Vélo ; Course à pied ; Equitation ; Patinage ; Triathlon ;
Athlétisme ; Aviron ; Parapente ; Planche à voile

Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures) ;
Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring
des conditions de jeu) ; AR (Expérience immersive ;
entraînement et simulation pour athlètes)

Montants levés

50 000 000 €

Miles Republic



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Ronan Denoual

Contact : ronan@miles.teamSite web <https://milesrepublic.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

Nord
(59)

Collaborateurs

11 - 50



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Miles Republic rend les courses outdoor (running, trail, triathlon, vélo, ski ...) plus accessibles et visibles. Nous aidons les organisateurs à mieux gérer leur événement et les sportifs à trouver leurs prochains défis.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Clubs ; Fédérations ; Institutions
publiques ; Entreprises de l'industrie du sport

Discipline

Course à pied ; Vélo ; Ski ; Snowboard ; Natation ; Trail
running ; Triathlon ; Athlétisme ; Parapente ; Aviron ; Crossfit

Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ;
Assistant virtuel)

Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

MonClub



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Yanis Chahboub - Roxane Bonnet - Lucas Charron

Contact : yanis@monclub.app



Site web <https://monclub.eu>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Digitaliser et faciliter la gestion des associations sportives.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Escrime ; Escalade ; Boxe ; Karaté ; Judo ; Golf ; Surf ; Gymnastique ; Patinage ; Roller ; Skateboard ; Basketball ; Canoë ; Tir à l'arc ; Ski ; Natation ; Danse ; Tennis ; Badminton ; Tennis de Table ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Triathlon ; Athlétisme ; Aviron ; Parkour ; Musculation ; Crossfit ; MMA ; Cheerleading



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

MOVE 'N SEE



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Eric Willemenot de Nanc

Contact : eric@movensee.com



Site web <https://shop.movensee.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Finistère
(29)



Collaborateurs

0



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Inventeur du concept de caméra auto-follow, MOVE 'N SEE propose au sport amateur de quoi filmer sans caméraman, stocker, analyser, diffuser en live streaming en monétisant et/ou en mettant en avant ses sponsors. Le tout avec une qualité, un coût, et une simplicité absolument uniques pour que ce soit accessible au plus grand nombre.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C ; B2B2C



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs ; Clubs ; Fédérations



Discipline

Rugby ; Equitation ; Handball ; Patinage ; Basketball ; Danse ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon ; Football américain



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Captation vidéo sans caméraman



Montants levés

-



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€ ; + 5 M€

Movelytics

MOVELYTICS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Fabrice Sepret

Contact : fabrice@movelytics.frSite web <https://movelytics.fr>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

Pyrénées-Atlantiques (64)



Collaborateurs

0



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission de Movelytics est de lutter contre la sédentarité en aidant le grand public à démarrer une pratique sportive réellement adaptée à leur niveau. Nous développons des outils innovants pour motiver chacun à bouger davantage et à progresser à son rythme.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs amateurs



Discipline

Gymnastique ; Golf ; Musculation ; Crossfit ; Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

myBodyMetrix



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Anthony Moucadié

Contact : anthony@mybodymetrix.comSite web <https://mybodymetrix.com>Membre du collectif SporTech **Non**

Siège

Hauts-de-Seine (92)



Collaborateurs

1



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Nous aidons nos clients à mieux comprendre leur corps et à rester motivé pour atteindre leur objectif santé : perte de masse grasse, prise de masse musculaire, réhydratation etc.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2C ; B2B



Clients principaux

Clubs ; Sportifs amateurs ; Sportifs professionnels ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football ; Rugby ; Escalade ; Boxe ; Karaté ; Judo ; Equitation ; Course à pied ; Vélo ; Handball ; Gymnastique ; Patinage ; Basketball ; Canoë ; Ski ; Snowboard ; Natation ; Danse ; Tennis ; Badminton ; Trail running ; Padel ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon ; Triathlon ; Athlétisme ; Kitesurf ; Planche à voile ; Alpinisme ; Aviron ; Parkour ; Musculation ; Crossfit ; MMA ; Lutte



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

23 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Mycoach Pro

mycoach pro



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Cedric Messina - Cindy Spaziani

Contact : c.spaziani@mycoachpro.io



Site web <https://mycoach.pro>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Alpes-Maritimes (06)



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

My CoachPro est le seul logiciel de centralisation de la data sportive, multi-sports avec un outil de BI intégré. Il s'adresse aux clubs, aux fédérations, aux ligues et à toutes organisations sportives.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football ; Rugby ; Escrime ; Judo ; Equitation ; Surf ; Handball ; Triathlon ; Athlétisme ; Hockey sur gazon ; Volleyball ; Omnisport



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

: IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; Software



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

NATURAL GRASS

NG

NATURAL GRASS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Bertrand Picard

Contact : info@naturalgrass.com



Site web <https://naturalgrass.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris (75)



Collaborateurs

51 - 250



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Leader européen de la conception, construction et maintenance de surfaces naturelles innovantes pour le sport de haut niveau.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Institutions publiques



Discipline

Football ; Rugby ; Golf ; Equitation



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

NeoXperiences

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Boris Courté

Contact : bcourte@neoxperiences.com**Site web** <https://neoxperiences.com>**Membre du collectif SporTech** **Oui****Siège****Calvados
(14)****Collaborateurs****11 - 50****CA****1 M€ - 10 M€****Nombre
d'utilisateurs****+ de 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Chez NeoXperiences, nous créons des expériences interactives et immersives, alliant activité physique et jeux vidéo. Notre mission est de rendre l'activité physique accessible et engageante pour tous, en favorisant le partage d'expériences sportives, sociales et le bien-être grâce aux nouvelles technologies.

**Type d'utilisateurs****B2B2C****Clients principaux**

Fédérations ; Institutions publiques ; Clubs

**Discipline**

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Tir à l'arc ; Tir ; Tennis ; Hockey sur gazon

**Type de produits / services**

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes)

**Montants levés****1 500 000 €**

Nolio

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Alexandre Bouquet - François Dupont

Contact : alexandre@nolio.io**Site web** <https://www.nolio.io>**Membre du collectif SporTech** **Oui****Siège****Isère
(38)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre
d'utilisateurs****10 001 à 100 000****Proposition de valeur de l'entreprise**

Transformer le quotidien des coaches dans l'accompagnement de leur sportifs avec des outils adaptés à leurs besoins.

**Type d'utilisateurs****B2B ; B2B2C ; B2C****Clients principaux**

Fédérations ; Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs amateurs ; Sportifs professionnels

**Discipline**

Course à pied ; Vélo ; Roller ; Natation ; Trail running ; Triathlon ; Athlétisme ; Planche à voile ; Aviron ; Crossfit ; Musculation ; Kitesurf ; Escalade

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures)

**Montants levés****0 €****En recherche
de financement ?****Non****Quel besoin ?****0 - 300 k€**

Ochy



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Khaldon Evans, Perrine Chapot, Victor Dequidt

Contact : victor@ochy.io



Site web <https://www.ochy.io>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Ille-et-Villaine
(35)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

Nc.



Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Rendre accessible à tous les analyses biomécaniques jusqu'ici faites en laboratoire afin de prévenir les blessures et améliorer les performances.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C ; B2B2C



Clients principaux

Institutions publiques ; Fédérations ; Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs



Discipline

Course à pied ; Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

2 300 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

ODIHO



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Gauthier Dalle

Contact : gauthier.dalle@odiho.com



Site web <https://odiho.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Paris
(75)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Diffuser le ou les contenus audios en direct live, aux spectateurs dans le stade, via leur équipement personnel : le Smartphone.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques ; Clubs ; Fédérations



Discipline

Tous les sports ; Football ; Rugby ; Golf ; Equitation ; Natation ; Tennis ; Volleyball ; Athlétisme



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; streaming hd à haute vitesse (web RTC), avec serveur propriétaire et CDN déporté



Montants levés

48 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

ONJOUKAN



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Bensimon Adam

Contact : adam@onjoukan.comSite web <https://onjoukan.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€Nombre
d'utilisateurs**0 à 100**

Proposition de valeur de l'entreprise

Onjoukan conçoit et anime des événements sportifs et ludiques pour renforcer la cohésion d'équipe et créer des expériences uniques en entreprise. Nous transformons le sport en un véritable levier d'engagement et de bien-être au travail.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Escalade ; Basketball ; Tir à l'arc ; Tir ; Badminton ; Tennis de Table ; Padel ; Volleyball ; Pétanque



Type de produits / services

prestation de service



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

0 €En recherche
de financement ?**Non**

Quel besoin ?

0 - 300 k€

ONSEN



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Yann Menez

Contact : y.menez@onsen-sas.comSite web <https://onsen-sas.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Rhône
(69)**

Collaborateurs

11 - 50

CA

1 M€ - 10 M€Nombre
d'utilisateurs**101 à 500**

Proposition de valeur de l'entreprise

Réduire impact environnemental des piscines accueillant du public.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Institutions publiques



Discipline

Natation



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €En recherche
de financement ?**Oui**

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Oppomatch



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Cédric Beauséjour

Contact : contact@oppomatch.com



Site web <https://oppomatch.com>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Notre objectif c'est de donner la possibilité au coach au club et académie de pouvoir structurer leurs matchs amicaux.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Fédérations ; Sportifs amateurs ; Clubs ; Institutions publiques



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Tennis ; Badminton ; Padel ; Tennis de Table ; Volleyball ; e game



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Na



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Oxygen - Solutions



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Laurent Marchal - Juliette Brossard - Nathalie Nénon - Zimmermann

Contact : nathalie.nenon@oxygen-solutions.ai



Site web <https://oxygen-solutions.ai>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Hérault
(34)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

261Pi est une sportech française spécialisée dans le pilotage et le reporting automatisé des performances RSE et financières des organisations sportives.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

900 000 €

PLOUFFF



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Joël LE GALL et Camille LACOURT

Contact : joel.legall@ploufff.frSite web <https://www.ploufff.fr>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Eure-et-Loire
(28)**

Collaborateurs

0

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500

Proposition de valeur de l'entreprise

Ploufff facilite l'apprentissage de la natation en digitalisant la recherche et la réservation de leçons, rendant l'accès plus simple et rapide pour prévenir les noyades et permettre à tous d'être à l'aise dans l'eau avec un encadrement professionnel.



Type d'utilisateurs

B2C

Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Natation



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €

En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

PrediTwins Lab

**PREDITWINS LAB**

TRAIN SMARTER • PERFORM SHARPER • PLAY LONGER



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Ziad Zaïri - Abderrahman Tamoud - Amil Derrouiche - Fahmi Zaïri

Contact : ziad.zaïri@preditwins.comSite web <https://preditwins.com>Membre du collectif SporTech **Oui**

Siège

**Nord
(59)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

Permettre aux athlètes professionnels d'atteindre leur plein potentiel tout en minimisant le risque de blessure grâce à la création de leur jumeau numérique.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Clubs ; Sportifs professionnels



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

270 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Pro & Sport



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Kevin Jéhu - Michael Deboudt

Contact : kevinjehu@pro-and-sport.com



Site web <https://pro-and-sport.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Nord
(59)**



Collaborateurs
2 - 10



CA
10€ - 100 M€



Nombre
d'utilisateurs
0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Sécuriser et professionnaliser les clubs de sports ,
Fédérations, Ligues dans la gestion des fiches de paie et
déclarations des charges sociales.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de
produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ;
Assistant virtuel)



Montants levés
500 000 €



En recherche
de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

Re.Events



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Kévin Martel

Contact : kmartel@re-events.org



Site web <https://re-events.org>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Paris
(75)**



Collaborateurs
2 - 10



CA
< 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Accompagner les organisations d'événements sportifs à
analyser leurs données en produisant des recommandations
concrètes pour améliorer leur efficacité opérationnelle,
optimiser leurs coûts et réduire leur empreinte carbone.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse de données, plateforme data, outil collaboratif de
gestion de projet événementiel et dashboards temps réel
pour le monitoring des opérations ; IA (Analyse prédictive ;
Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
0 €



En recherche
de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

REGENLIFE

REGENLIFE

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Guillaume Blivet

Contact : Gblivet@regenlife.com**Site web** <https://regenlife.com>**Membre du collectif SportTech** **Non****Siège****Hérault
(34)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****0 à 100****Proposition de valeur de l'entreprise**

Solution de neurostimulation innovante pour traiter les symptômes aigus commotions cérébrales dans le sport.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Institutions publiques ; Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs

**Discipline**

Football ; Rugby ; Escalade ; Boxe ; Karaté ; Judo ; Equitation ; Vélo ; Surf ; Handball ; Gymnastique ; Patinage ; Roller ; Skateboard ; Basketball ; Ski ; Snowboard ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon ; Athlétisme ; Kitesurf ; Planche à voile ; Parapente ; Alpinisme ; Parkour ; MMA ; Lutte

**Type de produits / services**

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures) ; Neurostimulation

**Montants levés****8 000 000 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****+ 5 M€**

Renford

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Nicolas Vere - Seren Asatekin

Contact contact@renford.fr**Site web** <https://renford.fr>**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Hauts-de-Seine
(92)****Collaborateurs****0****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****101 à 500****Proposition de valeur de l'entreprise**

Renford c'est l'outil qui permet de connecter les auto-entrepreneurs du sport avec les structures sportives grâce à une technologie de matching des besoins. Nous innovons de la simple market-place en permettant à nos utilisateurs de répondre à leurs besoins sans nécessité de connexions quotidienne à la plateforme.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs

**Discipline**

Escalade ; Musculation ; Crossfit ; Yoga

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Algorythmique de concordance

**Montants levés****75 000 €**

RunMotion Coach



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Romain Adam

Contact romain@run-motion.com



Site web <https://run-motion.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Savoie
(73)**



Collaborateurs
2 - 10



CA
1 M€ - 10 M€



Nombre
d'utilisateurs
+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Démocratiser l'entraînement personnalisé pour tous.



Type d'utilisateurs
B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Trail running ; Athlétisme ; Course à pied ; Triathlon



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
1 000 000 €



En recherche
de financement ?
Non

Quel besoin ?
1 M€ - 5 M€

Second Relais



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Manon Renaudo

Contact : secondrelais@gmail.com



Site web <https://secondrelais.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Alpes-Maritimes
(06)**



Collaborateurs
0



CA
10€ - 100 M€



Nombre
d'utilisateurs
501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Second Relais intègre et engage les acteurs du sport dans une nouvelle façon de consommer autour des achats responsables et l'économie circulaire. Notre mission est de communiquer les nouveaux modes de consommateurs sur le terrain et de façon digitale.



Type d'utilisateurs
B2B2C



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Sportifs amateurs ; Institutions publiques



Discipline

Golf ; Equitation ; Course à pied ; Vélo ; Natation ; Trail running ; Triathlon ; Athlétisme ; Kitesurf



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

Na.



Montants levés
0 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
300 k€ - 1 M€

SFEIRA

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Massimo Magnifico - Davide Cassaro

Contact : massimo@sfeira.com**Site web** <https://sfeira.com>**Membre du collectif SporTech** **Oui****Siège**
Nord
(59)**Collaborateurs**
2 - 10**CA**
- de 1 M€**Nombre d'utilisateurs**
2 501 à 10 000**Proposition de valeur de l'entreprise**

La mission de Sfeira est de transformer l'expérience des clubs sportifs en leur offrant une plateforme complète et intuitive pour développer une relation durable et fructueuse avec leurs fans et leurs licenciés.

**Type d'utilisateurs****B2B ; B2B2C****Clients principaux**

Fans ; Clubs ; Fédérations ; Institutions publiques

**Discipline**

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)

**Montants levés**
1 000 000 €**En recherche de financement ?**
Oui**Quel besoin ?**
1 M€ - 5 M€

Sk4b

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Yannick Behr

Contact contact.sk4b@gmail.com**Site web** -**Membre du collectif SporTech** **Non****Siège**
Bas-Rhin
(67)**Collaborateurs**
2 - 10**CA**
- de 1 M€**Nombre d'utilisateurs**
0 à 100**Proposition de valeur de l'entreprise**

Sk4b est une startup proposant une App d'apprentissage du basket, rendant accessible à tous un coaching de qualité.

**Type d'utilisateurs****B2C****Clients principaux**

Fédérations ; Clubs ; Sportifs amateurs ; Sportifs professionnels

**Discipline**

Basketball

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

Blockchain (tokenisation pour engagement des fans -NFT, tickets - ; traçabilité des équipements ou données sportives)

**Montants levés**
30 000 €**En recherche de financement ?**
Oui**Quel besoin ?**
300 k€ - 1 M€

SkillCorner

SKILLCORNER



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Hugo Bordigoni - Charles Montmaneix

Contact contact@skillcorner.comSite web <https://skillcorner.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris
(75)

Collaborateurs

51 - 250



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

SkillCorner utilise la technologie de vision par ordinateur pour collecter des données sportives à partir de flux vidéo, aidant les clubs, fédérations, ligues et agences à prendre des décisions éclairées en matière de recrutement et d'analyse des performances dans le football, le basketball et le football américain.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs ; Fédérations ; Sportifs professionnels



Discipline

Football ; Basketball ; US Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; Vision par ordinateur



Montants levés

2 500 000 €



En recherche de financement ?

Non

SKRINERS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Gill Affoum

Contact : gill.affoum@skriners.frSite web <https://skriners.fr>Membre du collectif SportTech **Non**

Siège

Eure
(27)

Collaborateurs

0



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission principale de Skriners est d'accompagner les footballeurs amateurs en leur fournissant des analyses de performance basées sur la data pour maximiser leur visibilité auprès des recruteurs et clubs. Nous ambitionnons également de créer la plus grande base de données de joueurs amateurs, afin de centraliser et valoriser leur potentiel à grande échelle.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Smatchy



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Maude Baudier

Contact : maude.baudier@smatchy.app



Site web <https://smatchy.app>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Haute-Savoie
(74)



Collaborateurs

2 - 10



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Une app pour trouver des personnes avec qui faire du sport près de chez soi qui apporte de la data aux entreprises qui souhaitent toucher cette cible. L'app est construite comme le premier éco-système centralisateur.



Type d'utilisateurs

B2B ; C2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Aucune



Montants levés

320 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

SPART



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

André Lenquette - Jean-Bernard Falco

Contact Andre.lenquette@spart.life



Site web <https://spart.life>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

11 - 50



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Promouvoir la mise en mouvement, le bien-être et la cohésion.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C



Clients principaux

Institutions publiques ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

3 000 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

SPASH (anciennement NGTV Experience)



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Tristan Vernay - Guillaume Noe

Contact infos@spash.com



Site web <https://spash.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Rhône
(69)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10M



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Créée en 2018, SPASH est une entreprise spécialisée dans les technologies vidéo et statistiques. Elle propose des solutions vidéo qui permettent de créer une réelle valeur ajoutée aux centres et clubs sportifs en répondant à leurs différents besoins (rentabilité, fidélisation, différenciation...).



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B



Clients principaux

Clubs ; Sportifs amateurs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby ; Handball ; Basketball ; Tennis ; Tennis de Table ; Padel ; Volleyball



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

4 500 000 €



En recherche de financement ?

Oui

SportEasy



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Albin Egasse - Nizar Melki

Contact : nizar.melki@sporteasy.net



Site web <https://sporteasy.net>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

**Paris
(75)**



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

SportEasy aide les clubs amateurs à grandir grâce à un outil de gestion administrative et sportive, et à des solutions innovantes de sponsoring.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2B2C ; B2C



Clients principaux

Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Solution numérique tout-en-un



Montants levés

7 200 000 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

+ 5 M€

Sportfield

Sportfield



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Jean Maleyrat

Contact : jean.maleyrat@sportfield.frSite web <https://www.sportfield.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris
(75)

Collaborateurs

2 - 10



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Le sport en cœur de ville.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Institutions publiques



Discipline

Padel ; Football ; Basketball



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

infrastructures



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

Sportigo

sportigo



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Laurent Ait-Lhadj - Dan Amara

Contact dan@sportigo.ioSite web <https://sportigo.io>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Val-de-Marne
(94)

Collaborateurs

11 - 50



CA

+ de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Sportigo simplifie, sécurise et automatise la gestion des clubs de sport grâce à une solution tout-en-un. Nous aidons également les clubs à augmenter leurs revenus grâce à des modules de marketing, de gamification et de personnalisation avancée, qui renforcent la rétention et soutiennent leur stratégie d'acquisition.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs ; Institutions publiques



Discipline

Boxe ; Judo ; Natation ; Danse ; Fitness ; Hyrox ; Pilate ; Padel ; Musculation ; Crossfit ; MMA ; Escalade ; Yoga



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Sportiw



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Léa Gaget - Zeljko Kiauta

Contact contact@sportiw.com



Site web <https://sportiw.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Savoie
(73)**



Collaborateurs
11 - 50



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
+ de 300 000



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission principale de Sportiw est de démocratiser l'accès aux opportunités sportives en utilisant la technologie pour rendre le recrutement plus inclusif, efficace et transparent. Nous connectons athlètes, coaches, clubs et recruteurs à l'échelle mondiale, en favorisant la diversité et l'égalité dans le sport.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C ; B2B2C



Clients principaux

Sportifs professionnels ; Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Sportifs amateurs ; Fédérations



Discipline

Football ; Handball ; Basketball



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
1 470 000 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
5 M€

Sports Science AI



Sports Science AI



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Kevin Yven

Contact : kevin.yven@sportndata.com



Site web <https://sportsscienceai.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Alpes-Maritimes
(06)**



Collaborateurs
0



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

La mission principale de Sports Science AI (SSAI) est de permettre aux scientifiques du sport, entraîneurs, médecins, kine, nutritionnistes ... d'explorer rapidement et efficacement la littérature scientifique en utilisant l'IA pour des analyses fiables et des résultats pertinents. L'objectif est de démocratiser l'accès à la science du sport tout en optimisant le processus de revue scientifique.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport ; Fédérations ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
0 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
0 - 300 k€

Sportscore



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Noureddine Mohtaram

Contact : mohtaram.noureddine@gmail.comSite web <https://sportscore.tech>Membre du collectif SportTech **Non**

Siège

Paris
(75)

Collaborateurs

2 - 10



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

L'analyse des vidéos en temps réel et l'analyse des performances des joueurs.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Fédérations ; Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

30 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

SportsDynamics



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Arnaud Santin - Vincent Ottow

Contact arnaud@sportsdynamics.euSite web <https://sportsdynamics.eu>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris
(75)

Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Révolutionner la data sportive via notre technologie brevetée.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

-



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Sporty Peppers



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Nathalie Paquet

Contact nathalie.paquet@sportypeppers.com



Site web <https://sportypeppers.com>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Hauts-de-Seine
(92)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Accompagner la pratique physique dans la durée.



Type d'utilisateurs

B2B



Clients principaux

Fédérations ; Entreprises de l'industrie du sport ; Institutions publiques ; Fans ; Clubs



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

450 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Stadify



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Guillaume Lefèvre

Contact : guillaume@stadify.fr



Site web <https://stadify.fr>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+100



Proposition de valeur de l'entreprise

Stadify est une plateforme de streaming immersif, permettant aux fans de sport de vivre leurs événements comme s'ils y étaient. La solution ouvre de nouveaux canaux de revenus publicitaires et d'engagement des fans.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Fans



Discipline

Football ; Rugby ; Boxe ; Handball ; Basketball ; Tennis ; Volleyball ; MMA



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

AR (Expérience immersive ; entraînement et simulation pour athlètes) ; VR (Formation immersive ; simulations d'événements sportifs)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€

Stadium Traveller



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Nicolas Heude

Contact: contact@stadiumtraveller.comSite web <https://stadiumtraveller.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Bas-Rhin (67)

Collaborateurs

1

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Permettre à chacun d'accéder à toutes les informations nécessaires à l'organisation de sa venue au stade sur une plateforme 100% dédiée qui traite l'expérience dans sa globalité (Accès, Billetterie, Infos pratiques, Hébergement ...). L'outil incite au partage d'avis et est complété par un réseau social dédié.

Fédérer l'écosystème "Stades" et mettre notre expertise et nos outils au service des clubs.



Type d'utilisateurs

B2C ; B2B

Clients principaux

Fans ; Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Football ; Rugby



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Aucune de ces technologies



Montants levés

0 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

StadiumGO

**StadiumGO**

Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Romain Lauvergnat - Olivier Lega

Contact romain@stadiumgo.frSite web <https://stadiumgo.fr>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Paris (75)

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Enrichir l'expérience spectateur et réduire l'empreinte carbone de leurs déplacements grâce au covoiturage.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C

Clients principaux

Fédérations ; Clubs ; Fans



Discipline

Football ; Rugby



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

SaaS



Montants levés

300 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

STRIVEE



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Kevin Boirel

Contact hatim@strivee.app



Site web <https://strivee.app>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Côte-d'Or
(21)



Collaborateurs

2 - 10



CA

+ de 100 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Faciliter la création et la vente de programmes d'entraînements en ligne. Créer et fidéliser une communauté d'athlètes dans les salles de fitness fonctionnel ; crossfit ; crosstraining.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Musculation ; Haltérophilie, préparation physique ; Crossfit ; MMA ; Planche à voile ; Athlétisme ; Snowboard ; Ski ; Surf ; Course à pied ; Boxe ; Rugby ; Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

1 200 000 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Studio 4810 PARIS



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Anne-Emmanuelle Nettersheim

Contact : anne-emmanuelle@twosixone.fr



Site web <https://twosixone.fr>



Membre du collectif SporTech **Non**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

0



CA

10€ - 100 M€



Nombre d'utilisateurs

101 à 500



Proposition de valeur de l'entreprise

TwoSixOne est la marque de trail running 100% femmes, à l'écoute de toutes les coureuses et pas seulement des athlètes. Notre mission : permettre à chaque femme de courir sans complexe, avec confort et style.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Course à pied



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

20 000 €



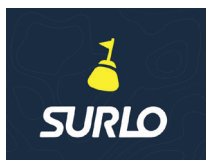
En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Surlo



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Greg Bulckaert - Jean-Marie Corteville - Patrick Paul

Contact: hello@surlo.appSite web <https://surlo.app>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Morbihan
(56)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Aider les pratiquants de sports nautiques à entretenir leur motivation et à progresser dans leur pratique.



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Sportifs amateurs ; Clubs



Discipline

Kitesurf ; Planche à voile ; wingfoil & voile



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Plateforme de tracking multi-sources



Montants levés

1 500 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Swish Live



swishlive



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Clement Gasner - Florian Gabach

Contact: contact@swishlive.comSite web <https://swishlive.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Hérault
(34)**

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Diffuser en direct les rencontres sportives qui ne sont pas diffusées à la Tv.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Clubs ; Ligues, Fédérations



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel)



Montants levés

0 €

En recherche de financement ?

Non

T24 XTREM TRIATHLON

XTREM TRIATHLON



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Charles Gallant

Contact pierremarie@t24-xtremtriathlon.com



Site web <https://t24-xtremtriathlon.com>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

2 - 10



CA

+ de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

6 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Offrir des expériences uniques, sportives et festives.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Fans ; Sportifs amateurs ; Clubs ; Fédérations



Discipline

Triathlon



Type de produits / services

Événementiel



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse des performances en live, Scoring



Montants levés

-



En recherche de financement ?

Non

TeamPulse



TeamPulse



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Arnaud Bailly - Kévin Perrotta - Nicolas Prugne

Contact : contact@teampulse.net



Site web <https://teampulse.net>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

Loire
(42)



Collaborateurs

11 - 50



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 1 000 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Simplifier la gestion quotidienne des équipes et des clubs grâce à des outils digitaux 100% gratuits. Fourniture d'équipements sportifs (tenues, matériels, ballons etc.). Fabrication de tenues de sport en sublimation au Portugal sous sa propre marque TP. Personnalisation de vêtements de sport (broderie, flocage, sérigraphie), et de vêtements pour entreprises.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Clubs ; Sportifs amateurs ; Institutions publiques ; Fédérations



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Aucune parmi les choix proposés



Montants levés

1 500 000 €



En recherche de financement ?

Non

The Sanctuary Group



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Renaud Nataf - Alexandre Wilhelm

Contact : julien@thesanctuary-group.comSite web <https://thesanctuary-group.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

51 - 250

CA

1 M€ - 10 M€

Nombre d'utilisateurs

10 001 à 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Nous créons des concepts innovants, des espaces de bien-être et d'échappée belle pour la communauté urbaine.



Type d'utilisateurs

B2C

Clients principaux

Sportifs amateurs



Discipline

Boxe ; Danse ; Crossfit ; Yoga, indoor cycling, aquacycling



Type de produits / services

Prestation de service



Technologie(s) utilisée(s)

Na



Montants levés

8 000 000 €

TiBib



TiBib



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Yann Mac Garry - Thierry Ollivier

Contact contact@tibib-live.comSite web <https://tibib-live.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Côtes-d'Armor
(22)**

Collaborateurs

0

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

0 à 100

Proposition de valeur de l'entreprise

TiBib est une solution dédiée au monde du Sport et s'adresse à toutes les disciplines outdoor longue distance (Trail, Ultra trail, Gravel, Vélo, Natation en eau libre, Swimrun, Endurance Equestre...) pour animer et surtout sécuriser ces épreuves.



Type d'utilisateurs

B2B2C

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Trail running ; Equitation ; Vélo ; Canoë ; Natation



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

20 000 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

Touch2see



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Arthur Chazelle

Contact arthur@touch2see.fr



Site web <https://touch2see.fr>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Haute-Garonne
(31)



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

0 à 100



Proposition de valeur de l'entreprise

Touch2see développe une solution pour rendre le suivi d'événement sportif, accessible au public non-voyant.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Clubs ; Fédérations



Discipline

Football ; Rugby



Type de produits / services

Produit physique (équipement sportif, capteurs connectés, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Tablette tactile + audio



Montants levés

600 000 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

TRAINME



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Gatien Letartre - Anatole Saby

Contact : gatien.letartre@trainme.co



Site web <https://trainme.co/fr>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège

Paris
(75)



Collaborateurs

11 - 50



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Améliorez la santé et l'efficacité de vos collaborateurs grâce au sport en entreprise.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C ; B2B2C



Clients principaux

Institutions publiques



Discipline

fitness



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

3 000 000 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Tricerasport



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Samuel Epaillard

Contact : samuel.epaillard@tricerasport.com



Site web <https://tricerasport.com>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

**Drôme
(26)**



Collaborateurs

1



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Oui, grâce à l'appli Tricerasport, les spectateurs prennent la main sur le déroulement de l'événement sportif ! Tricerasport offre une nouvelle expérience sportive, interactive et disruptive permettant :

1. aux clubs de sport de transformer les followers et fans passifs en spect'acteurs engagés et activables ;
2. aux agences événementielles d'ajouter une offre de sport inclusif et participatif.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Fédérations ; Ligues ; Institutions publiques ; Clubs ; Agences événementielles ; Fans



Discipline

Football ; Rugby ; Escrime ; Boxe ; Golf ; Handball ; Basketball ; Tennis ; Badminton ; Tennis de Table ; Padel ; Volleyball ; Hockey sur glace ; Hockey sur gazon ; Triathlon ; Lutte ; Judo



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc)



Technologie(s) utilisée(s)

Interactivité public <-> déroulé match ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

50 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

Tries Sport



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Nathan Guyot

Contact nathan@tries-sport.fr



Site web <https://tries-sport.fr>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

**Loire-Atlantique
(44)**



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

501 à 2 500



Proposition de valeur de l'entreprise

Nous accompagnons les clubs et les sportifs individuels, n'ayant pas de suivi de santé complet et régulier, dans leur structuration médicale afin d'optimiser leur performance.



Type d'utilisateurs

B2B2C



Clients principaux

Clubs



Discipline

Football ; Handball ; Hockey sur glace ; Basketball ; + Squash ; Basket 3x3 ; Rugby ; Tennis ; Trail ; Triathlon ; Rallycross



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Plateforme de mise à disposition de professionnels de santé ; IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures)



Montants levés

0 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

United Heroes



unitedheroes



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Paul-Emile Saab

Contact contact@united-heroes.com



Site web <https://united-heroes.com/fr>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

**Paris
(75)**



Collaborateurs

51 - 250



CA

1 M€ - 10 M€



Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

United Heroes aide les entreprises à engager leurs collaborateurs-trices et à prendre soin de leurs équipes pour avoir un impact positif et durable sur leur bien-être, sur le collectif, et même au-delà, sur la société et la planète.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Capteurs connectés (équipements intelligents ; monitoring des conditions de jeu)



Montants levés

15 000 000 €



En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

1 M€ - 5 M€

Uptrack



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Edouard Gohin - Matthieu Couet

Contact : edouard@uptrack-club.com



Site web <https://uptrackplus.com>



Membre du collectif SporTech **Oui**



Siège

**Ille-et-Villaine
(35)**



Collaborateurs

2 - 10



CA

- de 1 M€



Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Encourager le grand public à découvrir les sports en nature et se lancer des défis.



Type d'utilisateurs

B2C



Clients principaux

Fans ; Sportifs amateurs



Discipline

Trail running ; Vélo ; Course à pied ; Escalade ; Ski ; Triathlon ; Parapente



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc)



Technologie(s) utilisée(s)

-



Montants levés

150 000 €



En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

Vekta

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Paul-Antoine Girard - Doron Israel - Samuel Souci

Contact : info@joinvekta.com**Site web** <https://joinvekta.com>**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Hauts-de-Seine (92)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****501 à 2 500****Proposition de valeur de l'entreprise**

Vekta est une plateforme d'entraînement dédiée aux sports d'endurance, utilisant l'IA pour exploiter toutes les données des athlètes afin de suivre, analyser, optimiser leurs performances en personnalisant l'entraînement.

**Type d'utilisateurs****B2B2C****Clients principaux**

Sportifs professionnels ; Sportifs amateurs ; Clubs ; Entreprises de l'industrie du sport

**Discipline**

Vélo ; Course à pied ; Triathlon ; Natation

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Wearables (suivi biométrique ; prévention des blessures)

**Montants levés****600 000 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?****1 M€ - 5 M€**

VIQ TORY

**Fondateur(s) ou dirigeant(s)**

Quentin Rouxel - Maxime Hatton

Contact quentin@viqtory.fr**Site web** <https://viqtory.io>**Membre du collectif SportTech** **Oui****Siège****Paris (75)****Collaborateurs****2 - 10****CA****- de 1 M€****Nombre d'utilisateurs****0 à 100****Proposition de valeur de l'entreprise**

Exploiter le potentiel des athlètes pour faire gagner les marques, inspirer les nouvelles générations et transformer le monde.

**Type d'utilisateurs****B2B****Clients principaux**

Entreprises de l'industrie du sport

**Discipline**

Tous les sports

**Type de produits / services**

Service en ligne (SaaS, application, etc.)

**Technologie(s) utilisée(s)**

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)

**Montants levés****0 €****En recherche de financement ?****Oui****Quel besoin ?**

**300 k€ - 1 M€ ;
1 M€ - 5 M€**



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Christophe Carniel - Pierre Keiflin - Daniel Dédisse

Contact contact@vogo-group.com



Site web <https://vogo-group.com>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Hérault
(34)**



Collaborateurs
51 - 250



CA
1 M€ - 10 M€



Nombre
d'utilisateurs
10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

VOGO est une sportech internationale spécialisée dans les solutions audio et vidéo pour le sport, l'industrie et l'audiovisuel, aidant les professionnels à réussir leurs événements sportifs et missions terrain en améliorant l'analyse, la prise de décision, l'expérience des spectateurs, la sécurité des interventions et la coordination technique.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Clubs ; Fédérations ; Sportifs professionnels



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service phygital (combinaison de services en ligne et de produits physiques)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel) ; Analyse vidéo et posture (détection d'actions, analyse tactique ou technique, suivi de posture en temps réel) ; systèmes de communication audio



Montants levés
20 000 000 €



En recherche
de financement ?
Oui

Quel besoin ?
1 M€ - 5 M€

Weclimb



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Dylan Aubert - Thibault Glandais

Contact : dylan@weclimb.fr



Site web <https://weclimb.fr>



Membre du collectif SportTech **Oui**



Siège
**Sarthe
(72)**



Collaborateurs
2 - 10



CA
- de 1 M€



Nombre
d'utilisateurs
10 001 à 100 000



Proposition de valeur de l'entreprise

Weclimb permet aux salles d'escalade de gagner du temps et de développer leur activité grâce à une suite d'outils SaaS.



Type d'utilisateurs
B2B



Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport ; Clubs



Discipline

Escalade



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés
100 000 €



En recherche
de financement ?
Non

Quel besoin ?
0 - 300 k€

Weezevent

weezevent



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Pierre-Henri Deballon - Sébastien Tonglet

Contact : marketing@weezevent.comSite web <https://weezevent.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Hauts-de-Seine (92)

Collaborateurs

+ de 250

CA

+ de 100 M€

Nombre d'utilisateurs

+ de 100 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Équiper tous les organisateurs d'événements de solutions technologiques simples et performantes pour soutenir leur développement.



Type d'utilisateurs

B2B

Clients principaux

Fédérations ; Clubs ; Institutions publiques



Discipline

Tous les sports



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Ticketing & Paiements dématérialisés



Montants levés

6 000 000 €

En recherche de financement ?

Non

Quel besoin ?

0 - 300 k€

WETENNIX

WETENNIX.



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Guillaume Grimel - SARL DEVmachine

Contact : guillaume.grimel@wetennix.comSite web <https://wetennix.com>Membre du collectif SportTech **Non**

Siège

Côtes-d'Armor (22)

Collaborateurs

2 - 10

CA

10€ - 100 M€

Nombre d'utilisateurs

2 501 à 10 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Faire vibrer davantage les fans de tennis et booster la fan experience des tournois. On transforme un simple amateur de tennis en fan actif et engagé.



Type d'utilisateurs

B2B ; B2C

Clients principaux

Fans ; Entreprises de l'industrie du sport ; amateurs de tennis ; Toute entreprise souhaitant de la visibilité à l'international



Discipline

Tennis



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Fantasy tennis



Montants levés

0 €

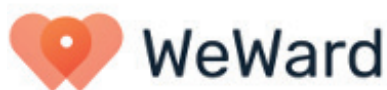
En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

300 k€ - 1 M€

WeWard



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Yves Benchimol - Tanguy de la Villegeorges

Contact marie-sophie@wewardapp.comSite web <https://wewardapp.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

**Paris
(75)**

Collaborateurs

11 - 50

CA

10€ - 100 M€

Nombre d'utilisateurs

+ de 20 millions

Proposition de valeur de l'entreprise

WeWard est une application mobile gratuite qui motive plus de 20 millions de personnes à marcher chaque jour grâce à un système de récompense unique. Elle contribue à augmenter le temps de marche de nos utilisateurs de 25%, luttant ainsi activement contre la sédentarité dont souffrent 80% des adolescents selon l'OMS.



Type d'utilisateurs

B2C ; B2B2C

Clients principaux

Entreprises de l'industrie du sport



Discipline

Marche



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

Application mobile inspirée des sciences cognitives afin de développer les facteurs motivationnels à la marche



Montants levés

Nc.

En recherche de financement ?

Non

Xenos Labs

Xenos Labs



Fondateur(s) ou dirigeant(s)

Alexandre Fournier - Joseph Hammad

Contact : alexandre@xenoslabs.comSite web <https://xenoslabs.com>Membre du collectif SportTech **Oui**

Siège

Tokyo, Japon

Collaborateurs

2 - 10

CA

- de 1 M€

Nombre d'utilisateurs

13 000

Proposition de valeur de l'entreprise

Xenos Labs développe SportsEye, une plateforme d'IA de nouvelle génération qui démocratise la couverture et l'analyse du sport à travers le monde. Nous proposons un chatbot d'analyse footballistique, ainsi que des services de création de contenu sportif entièrement automatisés.



Type d'utilisateurs

B2B2C ; B2C

Clients principaux

Fans ; Entreprises de l'industrie du sport ; Fédérations



Discipline

Football



Type de produits / services

Service en ligne (SaaS, application, etc.)



Technologie(s) utilisée(s)

IA (Analyse prédictive ; Traitement des données (big data) ; Assistant virtuel)



Montants levés

0 €

En recherche de financement ?

Oui

Quel besoin ?

0 - 300 k€

AUTEURS

Deloitte.

Deloitte fournit des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du consulting, du financial advisory, du juridique & fiscal à ses clients des secteurs public ou privé, de toutes tailles et de toutes activités.



Gilles Lucien

Partner, Sports Business Consulting
glucien@deloitte.fr



Stéphane Villard

Head of M&A, TMT Leader France
svillard@deloitte.fr

Alexandra Fournier-Bidoz

Senior Manager, Sports Business Consulting

Maxence Duhamel-Carpentier

Project Manager

Marco Salliot

Content Manager, Strategy, Risk & Transactions

Clément Volle

Content Manager, Strategy, Risk & Transactions

Vanessa Saliou

Content Manager, ESG

Hugo Gauriat

Content Manager, Strategy & Innovation

Yannis Le Guen

Content Manager, Technology Strategy
& Transformation

SPORTECH

La SporTech réunit les entreprises françaises digitales, innovantes ou à impact de l'économie du sport, avec pour but d'accompagner et de mettre en avant ses membres auprès des entreprises, du grand public et des institutions publiques. À cette fin, la SporTech anime un réseau d'entreprises en France et réalise annuellement une étude portant sur le marché de la sportech.



Jacques d'Arrigo

Co-fondateur Footbar
& Président SporTech Fr



Sébastien Bequart

CEO EGYM Wellpass (ex-Gymlib)
& Vice-Président SporTech Fr



Claire Allard

CEO Alké & Trésorière SporTech

Jules Boisson

Chef de projets SporTech Fr

Claire Goyon

Responsable SporTech Fr



À propos de Deloitte

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »), à son réseau mondial de cabinets membres et à leurs entités liées (collectivement dénommés « l'organisation Deloitte »). DTTL (également désigné « Deloitte Global ») et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes, qui ne peuvent pas s'engager ou se lier les uns aux autres à l'égard des tiers. DTTL et chacun de ses cabinets membres et entités liées sont uniquement responsables de leurs propres actes et manquements, et aucunement de ceux des autres. DTTL ne fournit aucun service aux clients. Pour en savoir plus, consultez www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SAS est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte
6, place de la Pyramide – 92908 Paris-La Défense Cedex

© Juin 2025 Deloitte SAS
Membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited
Designed by dot.