



# SPORTNER

## Note d'intention

Préparation Master Expert en Stratégie Digitale

---

**Projet de création d'un réseau social sportif**

Romain BARRON - 2017 / 2019

Directeur Technique

IESA MULTIMEDIA



# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b>	<b>1</b>
<b>1 - Le projet - L'offre</b>	<b>2</b>
Mes motivations	2
Le "problème" rencontré / le besoin du marché	2
La solution apportée / descriptif du projet	2
Comment décrire le projet en une seule phrase ?	2
<b>2 - Le marché</b>	<b>3</b>
La validation du besoin marché (données chiffrées)	3
La concurrence	5
En quoi le projet va-t'il se différencier des autres propositions existantes sur le marché et quelle valeur nouvelles ou supplémentaires va apporter le projet ?	6
Quelle est la cible ?	6
<b>3 - L'approche financière et la faisabilité du projet</b>	<b>7</b>
Quel est le modèle économique ?	8
Quel est l'intérêt stratégique et le besoin marché ?	8
Quels sont les risques ?	8
<b>4 - L'équipe</b>	<b>9</b>
Quelles vont être les compétences nécessaires à la mise en oeuvre du projet ?	9
Qui sont le ou les porteur(s) du projet ?	9
Quels autres membres éventuels qui participeront au projet ?	10
Prochaines étapes / plan d'actions	10
<b>5 - Modèle Canvas</b>	<b>11</b>
<b>6 - Sources</b>	<b>12</b>

## 1 - Le projet - L'offre

### ● Mes motivations

C'est un projet auquel je pense depuis quelque temps. L'idée m'est venu après avoir entendu plusieurs retours d'expériences de proches, d'amis ainsi que de ma propre expérience. Voulant exercer un sport et n'ayant personne de disponible pour être de la partie. Il existe de nombreuses applications de matching concernant les rencontres amoureuses, professionnelles... Et pourquoi pas le sport ?

Le passage du diplôme à l'IESA s'avère être une bonne opportunité pour le réaliser.

### ● Le "problème" rencontré / le besoin du marché

- Absence de partenaire dans le but d'exercer un sport.
- Manque de motivation à pratiquer un sport seul.
- La recherche d'un ou de plusieurs partenaires est longue et pas précise/adapté. (Forum, site, application)
- Evénements mal annoncés. (recherche et organisation d'événements)

### ● La solution apportée / descriptif du projet

- Création d'un réseau sportif familial.
- Faciliter le contact.
- Rapidité d'exécution.
- Une recherche pratique et confortable.
- Proposition d'événements, de coaching et de playlists de musique.
- Création d'une communauté sportive autour de vos envies et préférences.

### ● Comment décrire le projet en une seule phrase ?

#### Phrase de synthèse

- Le réseau social de recherche de partenaires sportifs disponibles à toute heure en fonction du sport, du niveau et de l'endroit correspondants.

#### Base Line

- Le réseau social multisports de recherche de partenaires disponible à la demande.

## 2 - Le marché

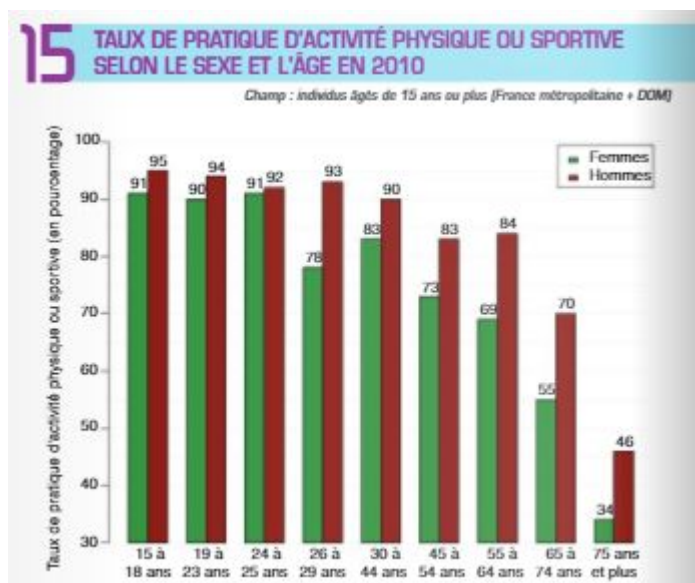
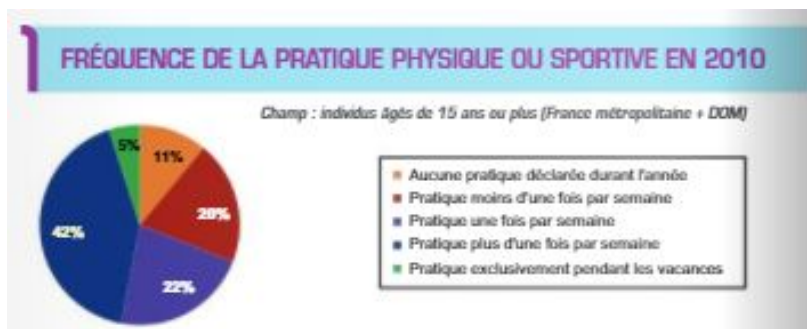
### ● La validation du besoin marché (données chiffrées)

64% des Français pratiquent une activité physique régulière.

La pratique d'un sport régulier est recommandé par l'ensemble des entreprises pour le bien de ses employés.

**“Les résultats d'une entreprise dont les salariés font du sport pourraient grimper de 14%”**

3 PALMARÈS DES FÉDÉRATIONS SPORTIVES AGRÉÉES* SELON LE NOMBRE DE LICENCES DÉLIVRÉES EN 2015			
	Nombre de licences	Part des licences féminines	Nombre d'ATP**
Au 4 juillet 2016			
Fédérations anisport olympiques	8 719 478	30,2 %	880 292
dont :			
FF de football	2 135 193	5,7%	0
FF de tennis	1 092 127	29,1%	0
FF d'équitation	673 026	82,9%	0
FF de judo-jujitsu et disciplines associées	562 815	26,7%	52 916
FF de handball	513 194	35,8%	0
FF de basketball	513 727	36,0%	86 424
FF de golf	407 569	27,8%	0
FF de rugby	323 571	6,3%	110 949
FF de gymnastique	287 358	80,6%	0
FF de natation	300 926	54,0%	0
FF de voile	278 768	33,7%	22 933
FF d'athlétisme	284 377	46,0%	4 934
FF de tennis de table	197 757	18,1%	1 404
FF de badminton	181 944	35,9%	0
FF de tir	182 052	9,7%	0
FF de ski	124 111	37,8%	0
FF de cyclisme	119 617	10,3%	423
Fédérations anisport non olympiques	2 116 949	30,7 %	493 816
dont :			
FF de pétanque et jeu provençal	296 330	16,3%	487
FF de karaté et disciplines associées	243 432	31,3%	0
FF de la randonnée pédestre	232 257	62,8%	8 840
FF d'études et sports sous-marins	144 108	30,9%	131 266
FF de cyclotourisme	126 827	17,0%	0
Fédérations multi-sports	5 286 830	52,3 %	889 384
dont :			
Union nationale du sport scolaire (UNSS)	1 045 091	40,6%	0
Fédération Sportive Educative de l'Enseignement Catholique (FSEEC)	1 027 637	49,8%	0
Union sportive de l'enseignement du premier degré	796 934	50,5%	0
FF d'éducation physique et de gymnastique volontaire	514 849	92,5%	22 259
Union française des œuvres laïques d'éducation physique (UFOLEP)	345 593	51,2%	26 237
F sportive et gymnique du travail (FGCT)	224 462	43,2%	22 357
F sportive et culturelle de France	221 348	71,2%	0
FF sports pour tous	203 843	86,6%	5 808
F des clubs de la défense	158 432	25,6%	9 751
Fédération sportive des ASPTT	152 738	40,3%	34 835
FF du sport universitaire	109 467	30,7%	0
FF du sport adapté	46 745	33,9%	8 982
FF handisport	27 608	29,2%	8 446
Ensemble des fédérations sportives	16 102 957	37,5 %	2 219 502



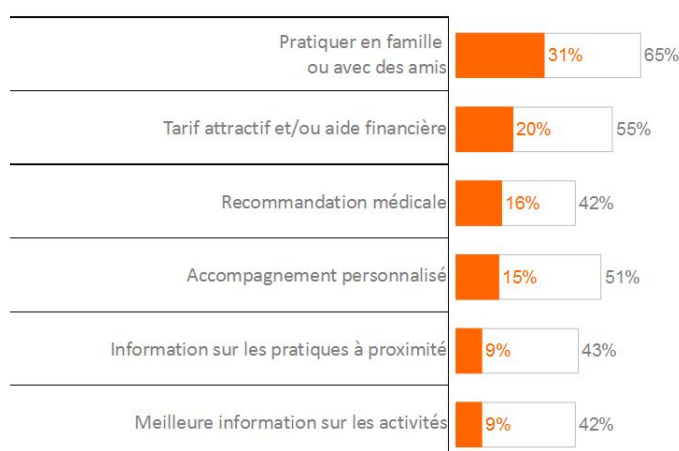
**Tableau 3.IV : Quelques unes des motivations de la pratique**

MS-Insep 2000	Pratiquants concernés (%)	Baromètre santé 2000	Pratiquants concernés (%)
Bien-être	92	Plaisir	71
Santé	83	Santé	62
Faire des rencontres	64	Rencontrer des amis	38
La gagne	19	Gagner	8
Le risque	7	Maigrir	15

Baromètre 2016

Optimum

## LEVIERS POUR UNE PRATIQUE PLUS RÉGULIÈRE



D'après ces documents, en France, les statistiques démontrent que de nombreux français pratiquent le sport régulièrement. Parmi eux, les plus nombreux sont des personnes âgées entre 15 et 55 ans en moyenne. D'après les études, la pratique de sport régulier diminue en fonction de l'âge dû probablement à la capacité physique de la personne ainsi que du planning chargé de celle-ci.

Il n'y a pas d'âge pour faire des rencontres, mais je peux affirmer d'après certaines statistiques que les personnes d'un jeune âge sont plus propices à vouloir faire des rencontres et ce sont principalement ces personnes que nous voulons viser avec notre application.

Concernant le baromètre des leviers pour une pratique régulière sportive, on retrouve souvent en tête de liste la pratique de sport accompagné (en famille ou avec des amis) ainsi que la volonté de faire des rencontres. Notre application est ici pour remédier à ce problème.

Notre application se penche également d'un point de vue social, permettant ainsi de pousser les personnes à exercer un sport, à se dépenser et à avoir un corps sain dans un esprit sain. D'augmenter tout simplement le nombre de sportifs en France puis à l'international.

## ● La concurrence

	<u>NeedSporty</u> <a href="http://www.needsporty.com/">http://www.needsporty.com/</a>	<u>Krank</u> <a href="https://krank.club/">https://krank.club/</a>	<u>MySportner</u> <a href="http://www.mysportner.com/">http://www.mysportner.com/</a>	<u>SportPartner</u> <a href="https://fr.sportpartner.com">https://fr.sportpartner.com</a>	<u>Nike (NikePlus)</u> <a href="https://www.nike.com/fr/fr/fr/e/nike-plus/paris">https://www.nike.com/fr/fr/fr/e/nike-plus/paris</a>	<u>Sportner</u>
<u>Map</u>	Oui	Non	Non	Non	Non	Non
<u>Spécialisé</u>	Non	Oui Football	Non	Non	Non	Non
<u>Généraliste</u>	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Oui
<u>Mobile</u>	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Oui
<u>Site</u>	Non (Juste informatif et redirectif)	Oui	Site Vitrine / Redirection sur mobile	Oui	Oui	Oui
<u>Business Model</u>	Gratuit	Parts sur la location d'une salle		Version Premium 9.95€/mois	Parts sur les clubs organisateurs d'événements	Version Premium 7,99€/mois & Partenariat/Publicité
<u>User eXperience</u>	Valide	Valide	Insatisfaisant e( Bug, navigation lente)	Passable	Agréable	Testing
<u>Evenementiel</u>	Non	Oui	Oui	Non	Oui	Oui
<u>Matching (Shapr Like)</u>	Non	Non	Non	Non	Non	Oui
<u>Partenariat avec facebook / Données facebook</u>	Non	Non	Oui	Non	Oui	Oui (Prévisionnel)

- **En quoi le projet va-t'il se différencier des autres propositions existantes sur le marché et quelle valeur nouvelles ou supplémentaires va apporter le projet ?**

Le projet implémente une version de matching (Shapr / Tinder like) dans le but de créer une recherche rapide de partenaires sportifs. L'application prévoit également une version payante permettant de choisir des partenaires parmi une liste de profil selon les filtres renseignés par l'utilisateur et bien d'autres avantages qui vous seront communiqués par la suite.

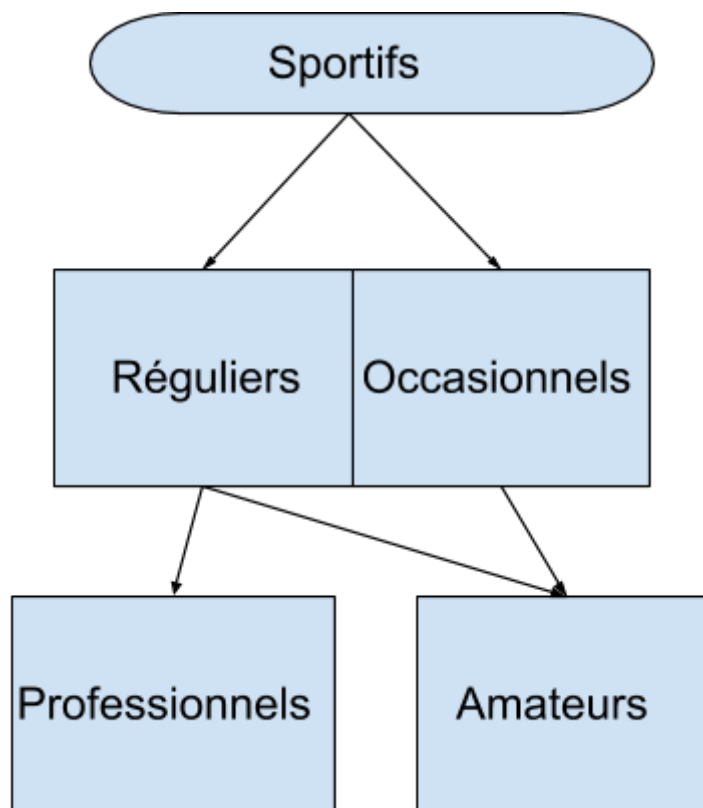
- Des playlists de musique seront conseillées suivant le type de sport exercé.
- Option femme enceinte ou maman
- Session découverte avec certains sports réputés de la région ou moins connus.
- Un profil comme l'application santé d'Apple : activités récentes - nutritons - sommeil - coeur - mensurations/IMC etc...
- Des défis seront proposés par l'application en fonction du niveau de l'utilisateur sur chacun des sports exercés au quotidien.
- Système de notation des partenaires rencontrés mis en place afin d'éviter toutes mauvaises expériences + reporting et observations au support de l'application.
- Nombreux événements/tournois (open - ouvert à tous hors clubs) vous seront proposés afin de vous améliorer et de tester votre compétitivité.
- Système de récompense pour les sportifs assidus sous forme de points virtuels donnant lieu à des échanges contre du matériel sportif (Potentiel partenariat avec Nike pour l'e-commerce).

- **Le marché visé (local, régional, national, international)**

Dans un premier temps, l'objectif du projet sera de s'étendre sur le marché national, en France avec pour ambition suite à l'avancé du produit, de s'étendre à l'international.

- **Quelle est la cible ?**

La cible principale est constituée de sportifs amateurs de plus de 18 ans, coachs, mamans et femmes enceintes ayant l'envie de se créer une communauté bienveillante et conviviale dans le but de se dépenser, s'améliorer en terme de compétitivité, de se divertir et de se faire plaisir.



D'après ce schéma assez simple, nous pouvons en déduire que la cible favorisée par notre application serait les sportifs amateurs, car ce serait les plus touchés par notre système de réseau social. Les professionnels possèdent déjà leur propre réseau et ne ressentent pas le besoin d'utiliser notre application.

Un des freins principaux serait d'apparaître comme une concurrence envers les clubs de sports, mais là n'est pas l'objectif de notre application et nous visons à rassembler de nombreux joueurs ensemble pour leur donner envie par la suite de s'inscrire en club dans le but de progresser d'avantage.



### 3 - L'approche financière et la faisabilité du projet

#### ● Quel est le modèle économique ?

1. L'application serait basée sur un modèle Freemium :

Version Payante :

- Nombre de matching illimité
- Recherche personnalisée et plus précise en fonction des affinités de l'utilisateur
- Pas de publicité
- Nombre de playlists de musique conseillées augmenté et création de playlists personnalisées.
- Option coach disponible
- Fiche et certificat médical en cas d'accident ou de blessures (Assurance / Franchise) en plus sur les renseignements santé de l'application.
- D'avantage de points virtuels sont gagnés grâce aux défis proposés.

2. Publicité et Partenariat (clubs sportifs, marques sportives, etc... )

#### ● Quel est l'intérêt stratégique et le besoin marché ?

- Avoir une bonne visibilité pour ainsi voir le nombre d'utilisateurs de l'application augmenté.
- Dans le but d'augmenter le pourcentage de potentiels acheteurs et de publicités visionnées.
- Optionnel : Pourquoi pas instaurer un éventuel partenariat avec facebook afin de récupérer une plus grande communauté Ou alors être racheté par facebook.

#### ● Quels sont les risques ?

Risque de ByPass et de modèle économique :

- Le client peut se contenter de la version freemium ou d'essayer divers moyens de contourner la version payante du projet.

Risque concurrentiel :

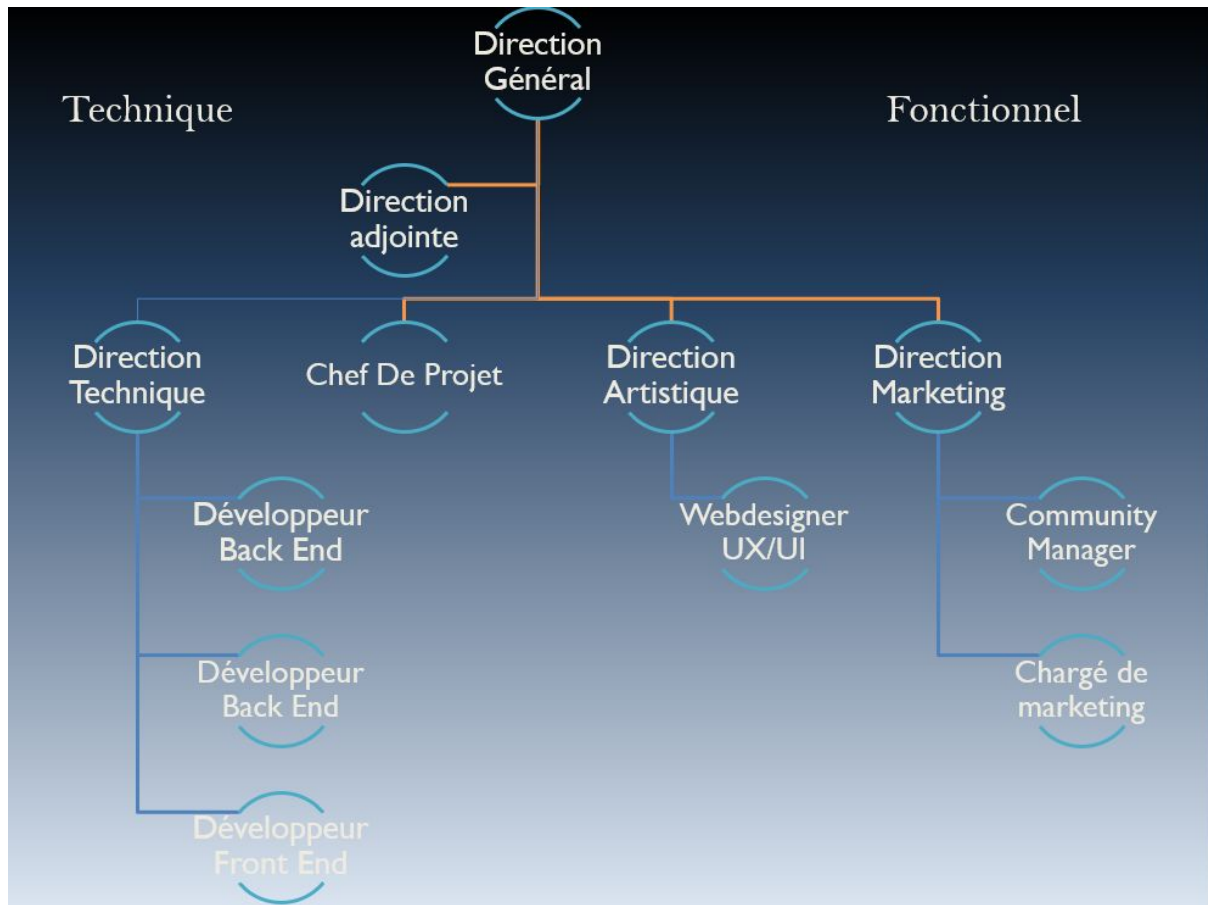
- Quelques rares concurrents déjà implantés et potentiellement acteurs du marché.
- Concurrents à venir sur le marché.

Risque technique :

- La plateforme se doit de ne pas planter et de rester opérationnelle en tant que réseau social afin d'assurer une bonne expérience utilisateur.

## 4 - L'équipe

- Quelles vont être les compétences nécessaires à la mise en oeuvre du projet ?



- Qui sont le ou les porteur(s) du projet ?

Les principaux porteurs du projet seront le chef de projet ainsi que le Directeur Technique afin de mettre en place le Site et l'application mobile.

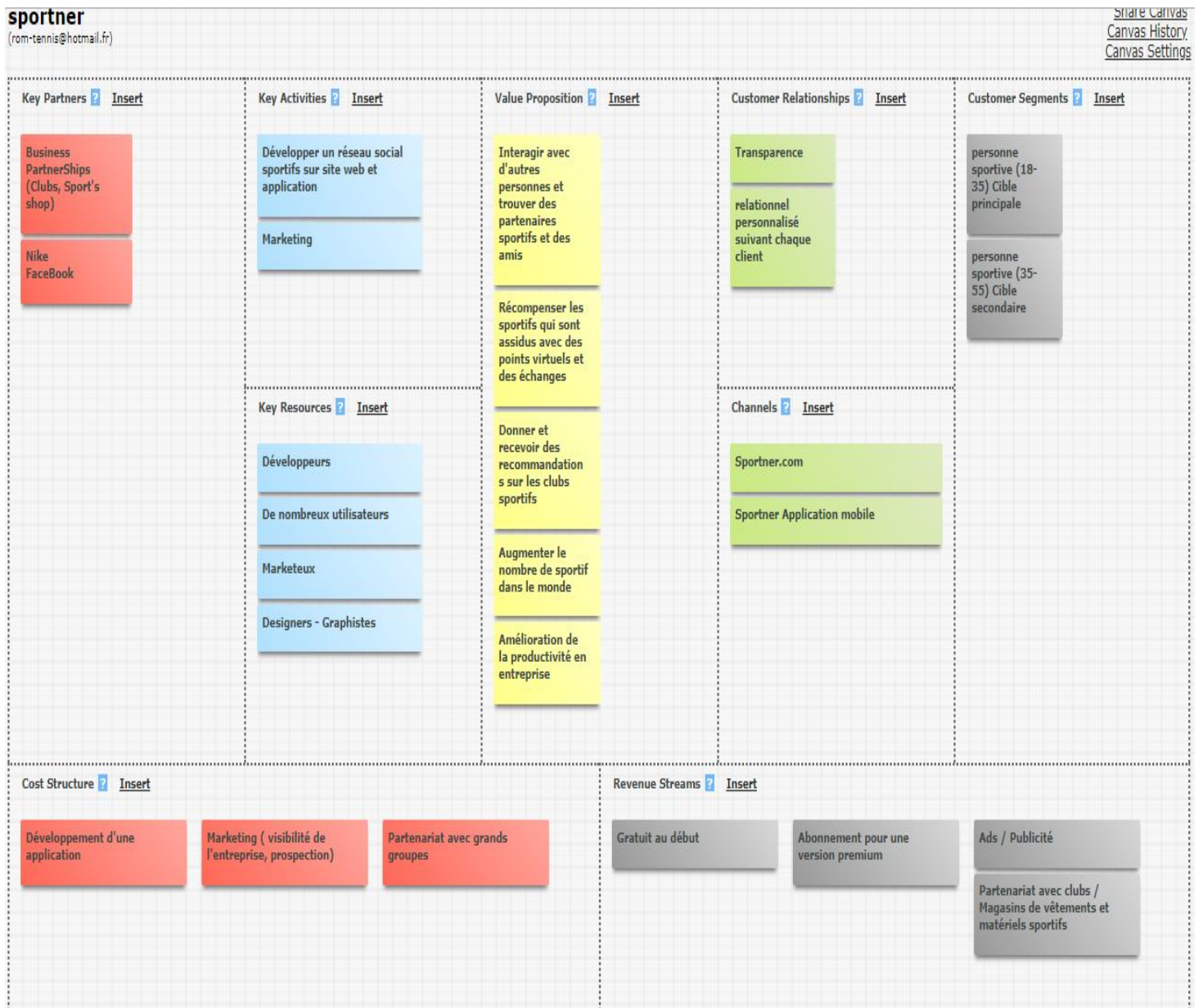
- Quels autres membres éventuels qui participeront au projet ?

Il se peut que l'entreprise accepte de futurs prestataires à temps partiel concernant diverses interventions sur le projets qui ne sont pas encore définies pour le moment.

## ● Prochaines étapes / plan d'actions



## 5 - Modèle Canvas



## 6 - Sources

<http://www.sports.gouv.fr/accueil-du-site/a-la-une/article/Les-chiffres-cles-du-sport-2017>

<http://www.leparisien.fr/economie/votre-argent/le-sport-augmente-la-productivite-et-reduit-les-depenses-de-sante-20-09-2015-5109485.php>

<http://www.ipubli.inserm.fr/bitstream/handle/10608/97/?sequence=9>

<https://canvanizer.com/choose-canvas>