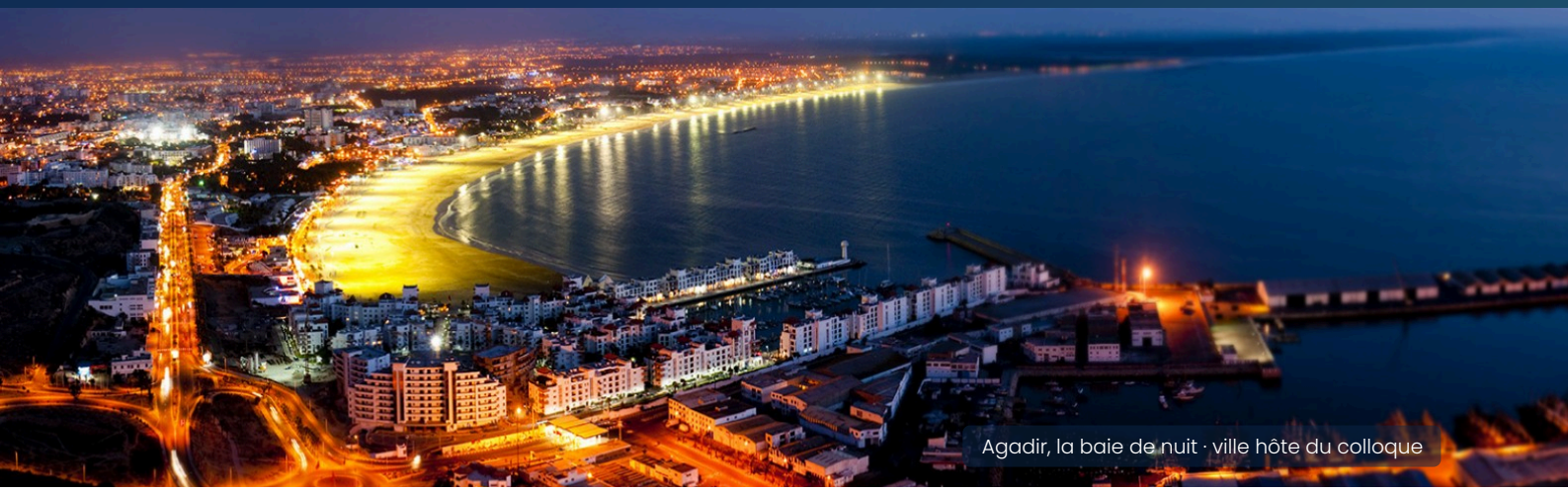
معهد مهن الرياضة - أكاديـر
INSTITUT DES MÉTIERS DE SPORT - AGADIR

APPEL À COMMUNICATIONS · COLLOQUE INTERNATIONAL

CIPOC 2027 · PERFORMANCE, ORGANISATIONS ET COMPÉTITIVITÉ

Sport, innovation et développement territorial à l'ère de l'intelligence artificielle

- 22 et 23 avril 2027
- Institut des Métiers du Sport, Agadir – Maroc



Agadir, la baie de nuit · ville hôte du colloque

Argumentaire

Le sport n'est plus seulement une pratique physique ou un spectacle. Il est devenu un secteur économique à part entière, un vecteur d'image et un levier de développement des territoires (Gibson, 1998 ; Chalip, 2006).

Les grands événements sportifs, les infrastructures, le tourisme sportif et l'économie des loisirs génèrent des retombées qui dépassent largement le cadre des stades. Les travaux consacrés aux méga-événements montrent que leur héritage se mesure autant en termes d'image, d'infrastructures et de compétences qu'en retombées économiques directes (Preuss, 2007 ; Müller, 2015). Le Maroc vit à cet égard une séquence exceptionnelle. Après l'organisation de la Coupe d'Afrique des Nations 2025, le Royaume prépare la Coupe du monde de la FIFA 2030, qu'il co-organise avec l'Espagne et le Portugal. Ces événements accélèrent la modernisation des infrastructures, renforcent l'attractivité des villes hôtes et placent le sport au cœur des stratégies de marketing et de développement territorial (Kotler, Haider et Rein, 1993).

Dans le même temps, l'intelligence artificielle transforme en profondeur l'ensemble de l'écosystème sportif. L'analyse de données optimise la performance des athlètes et la prévention des blessures. Le ciblage algorithmique, l'IA générative et les plateformes numériques renouvellent le marketing du sport, l'expérience des supporters et la valorisation des marques sportives (Funk, 2017 ; Huang et Rust, 2021). Les stades connectés, la billetterie dynamique et les outils de gestion prédictive redessinent l'organisation des événements, confirmant que l'IA crée de la valeur lorsqu'elle est intégrée aux processus des organisations (Davenport et Ronanki, 2018).

Ces innovations ouvrent de nouvelles opportunités, notamment entrepreneuriales (Ratten, 2011), mais soulèvent aussi des interrogations. Comment les territoires peuvent-ils tirer parti du sport et de l'IA pour renforcer leur attractivité et leur développement économique ? Dans quelle mesure l'innovation sportive bénéficie-t-elle à l'ensemble des acteurs locaux ? Quelles compétences les organisations sportives doivent-elles développer ? Comment concilier performance, personnalisation et respect des données personnelles, de l'éthique et de l'inclusion (Martin, 2019) ?

Agadir et la région Souss-Massa offrent un cadre privilégié pour ces réflexions. Destination touristique majeure, dotée d'infrastructures sportives d'envergure et d'un fort potentiel en sports nautiques, de nature et de plein air, la région illustre les liens étroits entre sport, tourisme et développement local.

Ce colloque international, organisé par l'Institut des Métiers du Sport de l'Université Ibn Zohr, se veut un espace d'échange pluridisciplinaire. Il réunira chercheurs, doctorants, professionnels du sport et du marketing, acteurs institutionnels et décideurs publics. Les contributions pourront relever des sciences de gestion, du marketing, de l'économie, des sciences du sport, de la sociologie, du droit, de l'aménagement du territoire et des sciences des données. Les approches théoriques, empiriques et les retours d'expérience professionnels sont les bienvenus.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127.

Davenport, T. H. et Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.

Funk, D. C. (2017). Introducing a Sport Experience Design (SX) framework for sport consumer behaviour research. *Sport Management Review*, 20(2), 145-158.

Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.

Huang, M.-H. et Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30-50.

Kotler, P., Haider, D. H. et Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. Free Press.

Martin, K. (2019). Ethical implications and accountability of algorithms. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 835-850.

Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627-642.

Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 207-228.

Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: Towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57-69.

Axes du colloque

Les propositions pourront s'inscrire dans l'un des axes suivants, sans que cette liste soit limitative.

AXE 1

Intelligence artificielle, données et performance sportive

Analyse de données et suivi de la performance ; prévention des blessures ; outils d'aide à la décision pour les entraîneurs et les clubs ; détection et accompagnement des talents.

AXE 2

Marketing du sport, digital et intelligence artificielle

Expérience et engagement des supporters ; personnalisation et ciblage algorithmique ; IA générative et création de contenus ; marque sportive, sponsoring et marketing d'influence des athlètes ; e-sport et communautés en ligne.

AXE 3

Grands événements sportifs et attractivité des territoires

Héritage de la CAN 2025 et préparation de la Coupe du monde 2030 ; marketing territorial et image des villes hôtes ; retombées économiques, sociales et environnementales des événements sportifs.

AXE 4

Sport, tourisme et développement local

Tourisme sportif et de nature ; sports nautiques et de plein air ; valorisation des territoires de la région Souss-Massa ; stratégies de destination et partenariats public-privé.

AXE 5

Innovation, entrepreneuriat et économie du sport

Start-up et sport tech ; modèles économiques innovants des organisations sportives ; transformation digitale des clubs, fédérations et entreprises du sport ; financement de l'innovation sportive.

AXE 6

Gouvernance, éthique et inclusion

Gouvernance des organisations sportives ; protection des données et IA responsable ; intrusivité perçue et acceptabilité des technologies ; sport féminin, sport pour tous et accessibilité ; durabilité et responsabilité sociale.

AXE 7

Formation, compétences et métiers du sport à l'ère de l'IA

Nouveaux métiers et compétences ; formation des cadres et professionnels du sport ; employabilité des diplômés ; apports de l'IA à l'enseignement et à l'encadrement sportif.

Dates importantes

1 — **15 janvier 2027**
Date limite de soumission des intentions de communication

2 — **31 janvier 2027**
Notification d'acceptation aux auteurs

3 — **15 mars 2027**
Date limite d'envoi des textes intégraux

4 — **5 avril 2027**
Acceptation définitive

★ — **22-23 avril 2027**
Tenue du colloque à l'IMS d'Agadir

Instructions aux auteurs

Les communications peuvent être rédigées en **français**, en **anglais** ou en **arabe**.

Intentions de communication

Un résumé de **500 mots maximum**, comportant :

- le titre de la communication ;
- le ou les noms des auteurs, leur grade, leur établissement et leur adresse électronique ;
- l'axe du colloque retenu ;
- la problématique, l'objectif, la méthodologie et les principaux résultats attendus ou obtenus ;
- cinq mots-clés au maximum.

Textes intégraux

20 pages maximum, bibliographie et annexes comprises :

- Times New Roman, taille 12, interligne 1,5 ;
- marges de 2,5 cm ;
- titres et sous-titres numérotés (1, 1.1, 1.2…) ;
- tableaux et figures numérotés et titrés, avec leur source ;
- références conformes aux normes APA (7e édition).

Évaluation et publication

Chaque proposition fait l'objet d'une évaluation en double aveugle par le comité scientifique. Les meilleures communications feront l'objet d'une publication, après une nouvelle évaluation.

Envoi des propositions

Les intentions et les textes intégraux sont envoyés au format Word à l'adresse **contact@cipoc.org**. Les frais de participation seront communiqués ultérieurement.

Comités du colloque

COMITÉ D'HONNEUR

Pr. Nabil Hmina
Président de l'Université Ibn Zohr, Agadir

Pr. Abdelhamid Ait Bihi
Directeur de l'Institut des Métiers du Sport, Université Ibn Zohr, Agadir

COMITÉ DE PILOTAGE

Pr. Asmaa Abyre
IMS, Université Ibn Zohr, Agadir
Présidente du comité d'organisation

Dr CHARRASS Abdelmajid
ENCG, Université Sultan Moulay Slimane, Beni Mellal

Pr. Ridouane Messaoudi
ENCG, Université Sultan Moulay Slimane, Beni Mellal

COMITÉ D'ORGANISATION

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Contact & informations

Institut des Métiers du Sport – Université Ibn Zohr
Agadir, Maroc
contact@cipoc.org
cipoc.org