



L'innovation dans le tennis : Un aperçu de la recherche

Miguel Crespo^a , Dolores Botella-Carrubí^b  et José Jabaloyes^b 

^a Integrity and Development Department, International Tennis Federation, London, UK.

^b Universitat Politècnica de València, València, Spain.

RÉSUMÉ

Au cours des dernières décennies, l'écosystème du tennis a été plongé dans un processus progressif de mondialisation, de professionnalisation et de commercialisation pour tenter de répondre efficacement aux défis croissants d'un environnement en mutation rapide. Ce processus a impliqué la mise en œuvre d'un certain nombre d'innovations dans le sport. L'objectif de cet article est de donner un aperçu de certaines de ces pratiques telles qu'elles ont été abordées par les chercheurs et les praticiens. Il est conclu que la recherche s'est principalement concentrée sur les innovations technologiques dans les produits de tennis créés pour améliorer l'expérience des joueurs. Il est suggéré que les études futures examinent les innovations dans les services, les politiques et l'administration du tennis.

Mots-clés : changement, évolution, progrès, technologie

Article reçu : 10 janvier 2021

Article accepté : 15 février 2021

Auteur correspondant :

Miguel Crespo, ITF Bank Lane, Roehampton, London SW15 5XZ, Great Britain. Email: Miguel.Crespo@itftennis.com

INTRODUCTION

Le sport en général et le tennis en particulier ont largement utilisé le terme d'innovation, tout comme d'autres domaines de la société tels que les arts, la culture et la santé. L'innovation a été comprise et définie comme un processus chaotique, complexe, itératif et social impliquant l'adoption de nouvelles pratiques, structures ou technologies (Wolfe, 1994). Comme l'indique Ratten (2016), lorsqu'un sport donné s'engage dans le développement d'idées dans le but de mettre en œuvre des pratiques innovantes, on peut dire qu'il a une stratégie d'innovation.

Le tennis est une activité à multiples facettes qui peut être considérée comme une industrie mondiale et une entreprise aux multiples ramifications. C'est un sport qui dure toute la vie et qui est pratiqué dans 210 pays du monde entier par plus de 87 millions de joueurs de tous âges, niveaux, capacités et conditions, qui attire plus d'un milliard de fans et qui peut être considéré comme l'un des sports les plus populaires (ITF, 2019).

Des auteurs tels que Crespo & Jabaloyes (2020) ont souligné que la large et forte présence de notre sport dans la société pousse le tennis à s'adapter, à évoluer, à changer et à innover pour répondre aux attentes de toutes les parties prenantes.

Au cours des dernières décennies, l'écosystème du tennis a été plongé dans un processus progressif de mondialisation, de professionnalisation et de commercialisation pour tenter de répondre efficacement aux défis croissants d'un environnement en mutation rapide. Ce processus a impliqué la mise en œuvre d'un certain nombre d'innovations dans le sport. L'objectif de cet article est de donner un aperçu de certaines de ces pratiques telles qu'elles ont été abordées par les chercheurs et les praticiens.



L'INNOVATION DANS LE TENNIS

Comme l'indiquent García del Barrio et Pujol (2015), l'industrie du tennis est l'un des plus importants fournisseurs du secteur du divertissement. Le talent de ses meilleurs joueurs, l'intérêt des supporters et le nombre de personnes jouant sont quelques-uns des facteurs sur lesquels repose le marché du tennis.

Certaines caractéristiques du tennis, telles que la nécessité de disposer de certains équipements pour pratiquer ce sport (raquettes et balles), le rôle unique des entraîneurs dans l'enseignement de ce sport et les particularités de sa structure de compétition, entre autres facteurs, sont considérées comme particulièrement intéressantes du point de vue de l'innovation. On peut donc dire que, pour les processus d'innovation, le tennis est considéré comme un cadre particulièrement favorable.

Ce phénomène a des origines diverses. Les entreprises du secteur du tennis ont lancé de nouveaux produits et services qui ont permis de répondre non seulement à l'offre de leur secteur, mais aussi à sa demande (Kim et Pennings, 2009). Différentes organisations de tennis ont également généré des changements novateurs dans leur volonté de régir différents domaines du sport. Les entraîneurs, comme ceux qui enseignent le sport à ses différents niveaux de pratique, produisent constamment des innovations pour améliorer l'expérience du tennis pour les joueurs. Les médias ont transformé la diffusion du sport à de nouveaux niveaux de sophistication. Les joueurs, les supporters, les tournois et les autres parties prenantes ont également favorisé des changements novateurs considérables visant à adapter le tennis à leurs besoins et à leurs attentes.

Les innovations dans le domaine du tennis ont pris différentes formes en termes de produits, de services, de technologies et de politiques, entre autres. Plusieurs études ont examiné le rôle, les implications et l'impact de différents types d'innovations générées dans le jeu.

Dans le cas des innovations de produits, des auteurs tels que Kim et Pennings (2009) ont noté que la diffusion et l'imitation de différentes innovations de produits par des organisations et des entreprises concurrentes dans l'industrie du tennis semblent être en grande partie déterminées par la légitimité acquise par les approbations de produits faites par les meilleurs joueurs professionnels et par la publicité. Un aspect qui a été étudié a été la création de vêtements de tennis (Chae, 2017).

En termes d'innovation de services dans le domaine du tennis, la fourniture de services statistiques aux joueurs et aux fédérations a été étudiée par Kovalchik et Reid (2019), qui ont souligné comment les partenariats entre organisations peuvent générer de nouvelles connaissances pour aider au progrès du sport. Les organisations de tennis telles que les fédérations et les clubs à différents niveaux offrent également des services innovants à leurs membres.

Dans ce scénario, le marché du tennis est radicalement transformé par le progrès technologique, qui a facilité l'accès au jeu pour un grand nombre de nouveaux "consommateurs de loisirs" grâce au développement des médias de masse. Des études ont également examiné des aspects tels que les ventes et le marketing lors de l'introduction précoce du sport (Luitzen, Bollerman et Delheye, 2015) et les méthodes d'entraînement au tennis (Ren, 2018). Les innovations techniques dans le domaine du tennis qui ont été mises en œuvre par l'industrie ont suscité un intérêt considérable de la part des chercheurs car elles mettent la technologie au service du jeu. Les études sur le tennis incluent, entre autres, le cordage "spaghetti" et les raquettes composites comme cas d'innovations technologiques qui changent souvent la nature d'un sport (Gelberg, 1996), ou l'arbitrage (Hawk-Eye Innovations, 2007 ; Collins et Evans, 2008 ; Mather, 2008 ; Singh et Dureja, 2012). D'autres recherches sur ces innovations concernent l'industrie des raquettes (Kim & Pennings, 2009), des innovateurs clés tels que Howard Head (Laudone, Liguori, Muldoon, & Bendickson, 2015), ou des équipements adaptés (Cooke & Davey, 2007 ; Buszard, Farrow, Reid, & Masters, 2014) et leur influence sur les résultats du jeu (Sheridan, 2006).

Quant aux innovations politiques dans les programmes de tennis, elles ont également été étudiées dans le cas du classement du tennis (Sheridan, 2007) ou lors de l'analyse des points de vue des entraîneurs sur la campagne Play & Stay de l'ITF en tant que programme innovant spécifique (Buszard, Oppicci, Westerbeek & Farrow, 2020).

Il est intéressant de noter qu'en dépit du fait que les organisations de tennis ont généré de nombreuses innovations dans différents domaines du jeu (par exemple, le changement de format de la Coupe Davis, le changement de nom et de marque de la Fed Cup en Billie Jean King Cup par l'ITF, ou la création de l'événement Next Gen par l'ATP), aucune étude sur ces changements n'a été trouvée.

Dans certains cas, l'innovation dans le domaine du tennis a suscité la controverse et l'incertitude sur le marché (par exemple, l'innovation dans les matériaux et la conception des raquettes). Les avantages potentiels de certains nouveaux produits ou services (par exemple, des balles de tennis plus lentes) peuvent être source d'incertitude, car ils pourraient entraîner une incertitude technique et une incertitude quant à l'existence d'un marché pour les innovations. Ce scénario peut se produire indépendamment du fait que les innovations soient radicales, progressives ou continues et ses caractéristiques permettent de mieux comprendre les succès et les échecs des innovations dans le domaine du tennis (Buszard, Farrow, Reid et Masters, 2014).

CONCLUSION

Le résumé des recherches et des initiatives décrites dans la section précédente permet de conclure que le sport du tennis a connu un processus de renouvellement continu. Comme le soulignent des auteurs tels que Kim et Pennings (2009), l'innovation, outre le développement, la production et le lancement de nouveaux produits, comprend également la communication entre les organisations ou les entreprises et le marché.

Cette étude a montré que l'écosystème du tennis applique différentes innovations impliquant un éventail de ressources afin de répondre aux besoins et aux attentes de ses parties prenantes. En général, ce large éventail d'initiatives vise à accroître la participation et l'engagement, à améliorer les performances des joueurs et à offrir une meilleure expérience aux utilisateurs. De nombreux produits et services, si ce n'est tous, impliquent une forme d'innovation technologique. Certaines de ces pratiques innovantes ont fait l'objet de recherches considérables afin de mieux comprendre les aspects clés qui décrivent ce processus.

La recherche s'est principalement concentrée sur les innovations technologiques dans les produits de tennis créés pour améliorer l'expérience du joueur. Il semble donc évident que d'autres études devraient se pencher sur les innovations en matière de services, les politiques et les aspects administratifs du tennis.

Bon nombre des produits ou services susmentionnés offrent un mélange unique d'innovation, d'expertise et de précision qui a révolutionné le monde du tennis car ils servent à améliorer le jeu. Il faut donc s'attendre à ce que le tennis continue d'innover afin de maintenir sa popularité dans le monde entier.

RÉFÉRENCES

- Buszard, T., Farrow, D., Reid, M., & Masters, R.S.W. (2014). Modifying Equipment in Early Skill Development: A Tennis Perspective, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 85:2, 218-225. <https://doi.org/10.1080/02701367.2014.893054>
- Collins, H., & Evans, R. (2008). You cannot be serious! Public understanding of technology with special reference to "Hawk-Eye". *Public Understanding of Science*, 17(3), 283-308.
- Cooke, K., & Davey, P.R. (2007). Karl Cooke & Polly R. Davey (2005) Tennis ball diameter: the effect on performance and the concurrent physiological responses, *Journal of Sports Sciences*, 23:1, 31-39. <https://doi.org/10.1080/02640410410001730052>
- Crespo, M., & Jabaloyes, J. (2020). Something new? Innovation post COVID-19. A must for tennis. *ITF Coaching and Sport Science Review*, 81 (29), 6-8. <https://www.itf-academy.com/?view=itfview&academy=103&itemid=1172>
- Chae, M. (2017). An innovative teaching approach to product development: creating tennis wear for female baby boomers. *Fashion and Textiles*, 4: 13, 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0098-9>
- García del Barrio, P., & Pujol, F. (2015). Sport talent, media value and equal prize policies in tennis. In Rodríguez, P., Késenne, S., and Koning, R. (Eds.). *The Economics of Competitive Sports*. (pp. 110-151). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783474769.00015>
- Gelberg, J. N. (1996). Technology and sport: the case of the ITF, spaghetti strings, and composite rackets. *Proceedings and Newsletter of the North American Society for Sport History*, 77-78.
- Kim, H. E., & Pennings, J. M. (2009). Innovation and strategic renewal in mature markets: A study of the tennis racket industry. *Organization Science*, 20(2), 368-383.
- Kovalchik, S., & Reid, M. (2019). The game insight group: A model for academic-industry partnerships for sports statistics innovation. *Quality Engineering*, 31(1), 23-38. <https://doi.org/10.1080/08982112.2018.1519578>
- Laudone, R., Liguori, E. W., Muldoon, J., & Bendickson, J. (2015). Technology brokering in action: revolutionizing the skiing and tennis industries. *Journal of Management History*, 21, (1), 114-134. <https://doi.org/10.1108/JMH-03-2014-0068>
- Luitzen, J., Bollerman, T., & Delheye, P. (2015). Playing on the Field of Social and Technical Innovation: The Impact of the Sale of Lawn Tennis Sets in the Netherlands, 1874-1887. *The International Journal of the History of Sport*, 32(9), 1181-1204. <https://doi.org/10.1080/09523367.2015.1071356>
- Mather, G. (2008). Perceptual Uncertainty and Line-Call Challenges in Professional Tennis. *Proceedings of the Royal Society B*. <https://doi.org/10.1098/rspb.2008.0211>
- Ren, Y. (2018). The application of tennis wall in tennis training and analysis of innovative training methods. In 8th International Conference on Education, Management, Information and Management Society (EMIM 2018) (pp. 372-375). Atlantis Press.
- Sheridan, H. (2006). Tennis technologies: de-skilling and re-skilling players and the implications for the game. *Sport in society*, 9(1), 32-50. <https://doi.org/10.1080/17430430500355782>
- Sheridan, H. (2007). Evaluating Technical and Technological Innovations in Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 31(2), 179-194. <http://dx.doi.org/10.1177/0193723507300485>
- Singh, B., & Dureja, G. (2012). Hawk Eye: A Logical Innovative Technology Use in Sports for Effective Decision Making. *Sport Science Review*, vol. XXI, No. 1-2, April. <https://doi.org/10.2478/v10237-012-0006-6>
- ITF. (2019). Global Tennis Report. <https://www.itftennis.com/en/about-us/organisation/publications-and-resources/publications>
- Ratten, V. (2016). Sport innovation management: towards a research agenda. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 18(3), 238-250. <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1244471>
- Wolfe, R.A. (1994). Organizational innovation: review, critique and suggested research directions. *Journal of Management Studies*, 31, 3, 405-431. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1994.tb00624.x>

Copyright © 2021 Miguel Crespo, Dolores Botella-Carrubí et José Jabaloyes



Ce texte est protégé par une licence [Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Vous êtes autorisé à partager, copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats et adapter le document, remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation y compris commerciale, tant qu'il remplit la condition de :

Attribution : Vous devez correctement créditer l'œuvre originale, fournir un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été apportées. Vous pouvez le faire de toute manière raisonnable, mais pas d'une manière qui suggère que vous avez l'approbation du concédant de licence ou que vous la recevez pour votre utilisation du travail..

[CC BY 4.0 Résumé de la licence](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). [CC BY 4.0 Texte intégral de la licence](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

SÉLECTION DE CONTENU DU SITE ITF ACADEMY (CLIQUEZ)

