

L'E-SPORT, UN MARCHÉ À UN MILLIARD DE DOLLARS ?

En exclusivité pour *Sport Stratégies*, Axelle Etner, consultante senior chez *Adway Conseil*, du groupe *Square*, nous livre sa tribune sur la thématique de l'e-sport.



Axelle Etner, consultante senior chez Adway Conseil



L'année 2018 a été marquée par la victoire de la France aux Championnats du monde de football ; mais qu'en est-il de ses performances en sport online ? Dans un monde hyper connecté, personne ne semble échapper à la vague digitale. C'est donc assez naturellement que le secteur de l'e-sport a fait son apparition il y a déjà quelques décennies. Mais de quoi s'agit-il exactement ? Peut-on raisonnablement parler de sport ? Petits éclaircissements sur ce marché en très forte croissance.

L'E-SPORT, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Également appelé sport électronique, cette activité n'implique pourtant ni ballon, ni terrain, ni stade (du moins à ses débuts) : il s'agit de compétitions de jeux vidéo - en solo ou en équipe - organisées sur internet (online) ou en présentiel (offline), quelle que soit la plateforme (ordinateurs, tablettes ou consoles) ou le jeu. Ces confrontations sportives, véritables arènes virtuelles, sont aujourd'hui suivies par des audiences et des communautés de fans de plus en plus nombreuses. En Europe, *Twitch.TV* (rachetée pour 970 millions de dollars par *Amazon* en

2014) et *YouTube Gaming* sont les plateformes privilégiées pour diffuser en streaming certaines de ces compétitions. À titre d'exemple, la *League of Legends Season 6* a rassemblé 43 millions de téléspectateurs en 2016 contre 40 millions pour la ligue mondiale de base-ball !

Dans le top 5 des jeux qui dominent aujourd'hui le marché, on retrouve *Dota 2* (*Defense Of The Ancients 2*), *League Of Legends*, *Counter-Strike : Global Offensive*, *HotS (Heroes Of The Storm)* et *Call Of Duty*. Qu'en est-il des gains perçus par les joueurs vainqueurs de ces tournois ? Selon le site *Esport Earnings*, ils s'élevaient au total à 96 millions de dollars en 2016 et ont atteint 110 millions en 2017. De quoi donner le vertige. Plus récemment, l'édition de *The International 2018* sur *Dota 2*, qui se déroulait à Vancouver au mois d'août, a battu tous les records : plus de 25 millions de dollars de dotation, dont 11 millions attribués à l'équipe gagnante.

« Les revenus mondiaux du marché de l'e-sport devraient atteindre 900 millions de dollars en 2018 et s'élever à 1,7 milliard de dollars d'ici 2021 »

Selon le tout dernier rapport de *Newzoo*, les revenus mondiaux du marché de l'e-sport devraient atteindre 900 millions de dollars en 2018 et s'élever à 1,7 milliard de dollars d'ici 2021. 39% de ces revenus proviennent des sponsors, 20% des droits de retransmission et 18% de la pu-

blicité. En Europe, d'après l'étude annuelle menée par **SuperData Research** pour **Paypal** dans 21 pays, le chiffre d'affaires de l'e-sport pourrait friser les 345 millions de dollars en 2019. Avec un marché de 25 millions de dollars en 2018, la France se place en 3^e position, derrière la Russie, leader européen, et la Suède. L'e-sport est devenu un véritable phénomène culturel parmi les jeunes, majoritairement chez le public masculin (82%). En effet, ceux que l'on surnomme les millennials sont aujourd'hui les plus gros consommateurs d'e-sport : les 18-24 ans et 25-34 ans représentent 61% du public européen contre seulement 11% chez les plus de 45 ans. Même tendance en France, où les 13-34 ans représentent 77% des consommateurs d'e-sport. Selon **Newzoo**, l'audience mondiale est évaluée à 395 millions de personnes en 2018. D'ici 2021, elle devrait atteindre 580 millions de spectateurs.

UNE PRATIQUE OFFICIELLEMENT RECONNUE EN FRANCE PAR LE SÉNAT DEPUIS LE PRINTEMPS 2016

En France, la pratique est officiellement reconnue par le Sénat depuis le printemps 2016 dans son projet de loi pour une République Numérique. Une instance officielle a, dès lors, vu le jour : l'Association France Esports, dont l'ambition est de devenir une véritable fédération. Regroupant professionnels du secteur et amateurs, l'association permet de promouvoir mais surtout d'encadrer cette discipline : jusqu'alors, l'organisation de telles compétitions pouvait être considérée, au même titre que les loteries, comme illicite. Autre nouveauté : permettre aux joueurs professionnels de bénéficier d'un véritable statut avec la mise en place d'un contrat de travail adapté sous forme de CDD ne pouvant excéder 5 ans.

Qui dit sport professionnel dit nécessairement formation adaptée. Ces athlètes ont désormais leur école comme n'importe quel sportif : à l'instar de nos voisins norvégiens, et après la Corée ou les États-Unis, la France peut se targuer d'avoir des écoles de formation dédiées à l'e-sport. Dernière-née en région lyonnaise, la Gaming Academy, « 1^{ère} école e-sport pour former les joueurs professionnels de jeux vidéo ». Sa toute première promotion a effectué sa rentrée en octobre 2018, moyennant des frais d'admission annuels équivalents à ceux d'une année en école de commerce. À noter que l'école s'est également dotée d'un coach sportif : les contraintes imposées au corps par cette discipline peuvent exposer à des blessures.

D'où l'intervention d'un professionnel pour anticiper de futurs maux en transmettant les meilleures postures à adopter et autres best practices. Des douleurs aux mains, poignets, coudes, genoux, pieds et cou lui sont associées et peuvent être dues aux mouvements répétitifs ou à des blessures de stress résultant d'une pratique excessive... Prudence, donc. Rappelons que cette pratique fait de plus en plus d'émules auprès de la jeune génération mais n'a que très peu d'élus. En effet, rares sont les e-sportifs professionnels qui arrivent aujourd'hui à vivre de leur passion.

En France, Paris annonçait début novembre la création de la plateforme Level 256 (éclairage à venir dans le numéro 575 de *Sport Stratégies*, Ndlr.), premier « incubateur » dédié à l'esport. Son ambition ? Faire de Paris la future capitale européenne de l'e-sport.

Aux frontières de la compétition et de l'entertainment, le secteur représente une véritable aubaine

À propos d'Adway Conseil

ADWAY est un cabinet de conseil qui possède une expertise reconnue dans l'optimisation et le pilotage de la performance. Créé en 2008, le cabinet ne cesse de se développer. Son activité, à travers la diversification de ses missions, connaît une croissance constante. **ADWAY** accompagne ses clients sur l'ensemble du cycle projet, intégrant également la composante opérationnelle autour des thématiques Risque, Marketing et Systèmes d'Information. **ADWAY** est membre de Square, un groupe international de cabinet de conseil en stratégie, organisation et conseil opérationnel, organisé en réseau et dont les associés partagent les mêmes valeurs. Présent à Paris, Bruxelles et Luxembourg, Square est un groupe de cabinets de conseil en stratégie, organisation et conseil opérationnel, qui conserve une totale indépendance financière.

marketing pour toutes les marques qui ciblent un public jeune et souhaitent renforcer leur notoriété, qu'elles soient endémiques, affinitaires ou même sans lien direct avec l'industrie.

Le sport électronique n'a décidément pas fini de nous surprendre et surtout de faire parler de lui.

Axelle Etnner



Finale de League of Legends - Paris 2017

© Stephen Cailliet / Panoramic