

INTERVIEW

« L'E-SPORT, NOUVEL ENJEU D'ATTRACTIVITÉ ? »



Nicolas Besombes,

enseignant-chercheur, Université Paris Descartes,
membre du conseil d'administration de l'association France Esports

PHOTO : D.R.

Que recouvre l'e-sport ?

Nicolas Besombes L'e-sport rassemble les pratiques de jeux vidéo opposant des joueurs dans le cadre de compétitions organisées. En 2019, on estime à 1,25 million le nombre de joueurs ayant participé à des compétitions de jeux vidéo (en ligne ou physiques) en France, dont 91 % ont moins de 35 ans. Il existe près de 500 titres vidéoludiques utilisés de manière compétitive, mais seuls une dizaine d'entre eux sont très pratiqués et regardés. L'e-sport fonctionne à bien des égards comme le sport, à la fois avec des jeux confidentiels et des jeux drainant énormément de pratiquants et de spectateurs.

Quels sont les besoins pour pratiquer ?

N.B. Pour comprendre les besoins, il faut distinguer les grands événements du reste de la pratique. Les premiers, encore peu nombreux, s'intègrent dans la programmation des salles existantes disposant d'une arène modulable, type Accor Arena, Paris-La Défense Arena, le Zénith Paris - La Villette. Pour la pratique amateur, quotidienne ou lors de compétitions, l'essentiel est de disposer d'un endroit abrité et bien connecté, avec la fibre. Selon les communes, les espaces peuvent varier du simple local à la médiathèque, ou encore au gymnase, voire des équipements de capacité plus importante. Si pour de nombreuses villes l'e-sport est une opportunité d'engager une transformation numérique de leur territoire, de se réapproprier des structures existantes et de toucher les jeunes, pour d'autres c'est un nouvel enjeu d'attractivité, avec la construction d'espaces dédiés. Mais, en dehors de la sphère des acteurs de l'e-sport, le phénomène reste encore mal connu, et certaines idées reçues peuvent conduire à la création de projets non viables.

Comment interagissent les acteurs de l'e-sport ?

N.B. Il y a schématiquement trois grands types d'acteurs : les joueurs (amateurs ou professionnels), les promoteurs (équipes de joueurs, organisateurs

d'événements, équipementiers, agences et médias spécialisés...) et les créateurs de jeux vidéo (studios de développement et éditeurs). Ces derniers ont un rôle central, car ils possèdent la propriété intellectuelle de leurs jeux, et à ce titre sont décisionnaires de la façon dont ils sont utilisés en compétition. C'est pourquoi ces créateurs cherchent à organiser eux-mêmes leurs propres circuits compétitifs. Dans tous les pays, il y a nécessité de structurer le secteur, et c'est le rôle de France Esports pour la France. Sa spécificité est de regrouper l'ensemble des acteurs de ce domaine, y compris les créateurs de jeux. En France, une immense majorité des acteurs sont localisés dans le bassin parisien. Une autre particularité est l'offre de pratique e-sportive par de très nombreuses associations, et l'existence d'un vaste circuit de compétitions en présentiel, les Local Area Network (LAN). Des compétitions entre amateurs ont ainsi lieu un peu partout en France toute l'année et réunissent de quelques dizaines à 2 500 compétiteurs.

Quel est le gain généré par ces activités ?

N.B. Le marché de l'e-sport est en pleine croissance mais reste fragile. Après avoir été fortement impacté par la crise financière de 2008, son développement a été favorisé par l'apparition des plateformes de streaming et l'intérêt de certains GAFA¹. Cet afflux financier massif a initié un processus de professionnalisation du secteur, spectacularisé les événements, augmenté les gains des compétitions... Cependant, la majorité des acteurs perdent de l'argent, car les revenus sont majoritairement issus du sponsoring (peu de billetterie, interdiction des paris, pas ou peu de subventions ou de droits de diffusion) et sont essentiellement captés par les éditeurs de jeux. De véritables réflexions sont à mener pour diversifier les ressources et accompagner la structuration du secteur. ■

Propos recueillis par L. H. et L. T.

1. GAFA désigne quatre des entreprises les plus puissantes du monde de l'internet : Google, Apple, Facebook et Amazon.