

Médias & Esport

Plongée dans l'Esport :

Focus sur la France où la pratique se démocratise



 thinkmarket



Une chaîne de valeur du Esport proche des sports « classiques » : publicité, droits de diffusion, sponsoring, paris, tickets, etc ...

Exemples d'acteurs au sein de cet écosystème :



Plateformes de diffusion



Au niveau mondial, grâce à cet écosystème et la pluralité d'acteurs, le Esport est une source de nouveaux leviers business :

La vente de produits dérivés et de billets pour les différents évènements, online comme IRL, représente **122 millions de dollars**

3/4 des revenus soit 822 millions d'€ proviennent des droits médiatiques et du sponsoring

Source : Rapport 2022 sur le marché mondial de l'esport et du Live streaming, NewZoo



Face à la la démocratisation de cette pratique, la France se structure ...

1- Des formations privées et publiques

- **La France se concentre sur la formation postbac**
- **D'autres pays (Suède, Finlande, Canada...) proposent des formations dès le plus jeune âge ou disposent d'un plus grand nombre de formations publiques**
- **La formation française est reconnue au niveau international avec 133 organismes recensés**
- **L'École nationale du jeu et des médias interactifs numériques (CNAM-Enjmin), propose des formations (licence, master, diplôme d'ingénieur) à l'ensemble des métiers**



Face à la démocratisation de cette pratique, la France se structure ...

2. Un modèle économique à ajuster

L'Esport représente en France près de 650 professionnels dont 189 joueurs répartis en 15 équipes professionnelles.

Nouveaux métiers : *coachs, manager, joueurs, journalistes Esport, caster/streamer, audiovisuels, marketing spécialisé dans l'Esport ...*

La réalité du terrain :

- Une discipline jeune, précaire et peu structurée ...
- Des jeux sans mercato associé ce qui créé des instabilités dans le marché ...

→ Une nécessité de protection et de stabilité pour les joueurs et d'une meilleure structuration de la discipline



Face à la la démocratisation de cette pratique, la France se structure ...

3. Financement et subventions

- Un besoin d'un financement crucial dans l'élaboration d'un projet
- Les studios ont recours au financement privé et public :

Le financement privé : 90% des studios (*sources : éditeurs, fonds d'investissement, établissements de crédit, financement participatif...*)

Le financement public : des dispositifs de financement public spécifiques au secteur du jeu vidéo : *crédit d'impôt pour les dépenses de création de jeux vidéo, fonds d'aide, financements régionaux, le fonds de prêts participatif en faveur du jeu vidéo...*



...et met en place une stratégie afin de devenir le leader européen de l'Esport à horizon 2025

Une stratégie Esport 2020-2025 reposant sur 4 axes :

1

Promouvoir le développement d'une pratique responsable et socialement valorisée

2

Accompagner la création d'un parcours de formation, avec une attention portée au haut niveau

3

Mettre en place une politique de soutien aux acteurs français de l'Esport

4

Mettre en valeur l'attractivité de la France auprès des acteurs de la filière et des investisseurs



Le marché de l'Esport présente un fort potentiel de croissance, ouvrant la voie à des opportunités de développement business importants.

En particulier dans le domaine des médias, le Esport représente un levier innovant pour répondre à leurs enjeux.

Vous souhaitez en savoir plus sur le sujet du Esport et notre expertise média ?

Contactez-nous  contact@thinkmarket.fr



Retrouvez Thinkmarket sur :



Pour en savoir plus : www.thinkmarket.fr

