

Observatoire économique de l'esport



PARIS&CO



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS



CENTRE DE DROIT
ET D'ÉCONOMIE
DU SPORT

PARIS&CO

Équipe projet

Observatoire économique de l'esport

Jean-François BROCARD

Maître de conférence - Université de Limoges
contact : brocard@cdes.fr

Arthur ROUDAUT

Chargé d'études économiques - CDES
contact : roudaut@cdes.fr

Cynthia ANGLERAUD

Chargée de communication - CDES

Bertrand PERRIN

Responsable programme Esport - Paris&Co

Vincent VERCELLI

Chef de Projet - Paris&Co

Emeline GUEDES

Chargée de mission - Paris&Co

Play

Table des matières

Éditoriaux - p6

Introduction - p10

1. Méthodologie - p14

A - Cadrage méthodologique	15
• Champ d'étude	16
• Typologie des acteurs étudiés	17
• Choix des variables étudiées	20
B - Collecte des données quantitatives	21
C - Collecte des données qualitatives	23
D - Présentation de l'échantillon	24

2. Présentation des résultats de l'analyse quantitative - p28

A - Activité économique dans l'esport	29
• Chiffre d'affaires du secteur en 2022	30
• Analyses complémentaires	36
B - Emploi dans l'esport	40
• Nombre d'Equivalent Temps Plein du secteur en 2022	40
• Analyses complémentaires	43
C - Conclusion	49

3. Présentation des tendances identifiées dans l'analyse qualitative - p51

A - Développement économique de l'esport : une quête de consolidation après une forte croissance	52
• Un développement continu	52
• Le défi de la monétisation des audiences	55
• La recherche d'un modèle économique pérenne	56
B - Les éditeurs de jeux vidéo : entre stabilisateurs et régulateurs	58
• Un lien fort avec le secteur de l'esport et ses acteurs	58
• Les mécanismes de régulation économique à disposition des éditeurs	60
C - Les collectivités territoriales, accélérateurs économiques de la filière française	61
• L'émergence d'une politique publique de l'esport	61
• Un soutien au développement de l'esport dépassant largement le cadre financier	63
• Une approche territoriale particulièrement diversifiée	68

4. Conclusion - p71

Remerciements - p76

Éditorial



- **Amélie Oudéa-Castéra,**
Ministre des Sports et des Jeux
Olympiques et Paralympiques



« L'essentiel est de toujours savoir pour prévoir afin de pouvoir ». Ces mots d'Auguste Comte, je les ai prononcés lors de l'installation de l'observatoire national du sport, créé le 13 février dernier. Sa mission : fournir une information régulière sur l'état et l'évolution des activités physiques et sportives à la fois aux décideurs publics, au mouvement sportif, aux acteurs économiques du sport ainsi que, plus généralement, au grand public.

Ce premier observatoire économique du esport poursuit la même mission pour que nous ayons collectivement les moyens d'apporter, dans le temps long, les données et les outils d'analyse indispensables pour piloter nos politiques publiques.

C'est pourquoi le ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques (MSJOP) soutient financièrement cette démarche.

Parce que nous devons mieux comprendre, d'abord, les perspectives de développement du esport. C'est une étape requise pour une filière en pleine structuration, entre consolidation des principaux protagonistes français et apparition de nouveaux acteurs, et en pleine croissance, tant en termes de pratiquants - + 1 million entre 2022 et 2023 - que de poids économique, qui a presque triplé en quatre ans.

Parce que nous devons mieux accompagner, ensuite, le secteur du esport face aux défis qu'il doit relever. Parmi eux, citons d'abord la pérennisation de son modèle, mais aussi la responsabilisation des acteurs, dans le sens d'une protection accrue des pratiquants, tout particulièrement des jeunes publics. La prévention des risques – addiction, sédentarité, isolement, exposition aux violences en lignes – doit être un levier d'innovation et de socialisation majeur, notamment dans le sens d'une inclusion et d'un partage renforcés entre générations.

Ces ambitions étaient déjà au cœur de l'atelier d'Impulsion Politique et de Coordination Stratégique que nous avons organisé, dès janvier 2023, avec le ministre chargé de la Transition numérique ainsi que les acteurs du esport. Ensemble, nous avons donné naissance à un plan d'action pour accélérer la mise en œuvre de la stratégie esport 2020-2025 autour de deux axes : poursuivre la structuration de la filière esport et renforcer son attractivité.

Avec cet observatoire, nous avons désormais toutes les cartes en main pour « savoir », « prévoir », et donc, collectivement, « pouvoir ». Avec un cap, à la mesure du rôle pionnier que notre pays a toujours joué en matière sportive : faire de la France une grande nation esportive.

Éditorial



La France est un pays pionnier de l'esport en Europe et dans le monde. Elle l'est par le dynamisme du secteur, mais aussi par la mobilisation des pouvoirs publics pour l'accompagner.

Aujourd'hui, notre pays compte près de 250 esportifs qui font rayonner notre pays à l'international et dont nous sommes particulièrement fiers : Marie-Laure « Kayane » Norindr, Mathieu « ZywOo » Herbaut et William « Glotonny » Belaïd, pour n'en citer que quelques-uns. L'esport en France, ce sont aussi des équipes de premier plan, une fanbase exceptionnelle, et une communauté d'acteurs – entreprises, collectivités territoriales – qui ensemble portent haut les couleurs de l'équipe France.

Plus largement, l'esport s'intègre à la grande famille du jeu vidéo et contribue à la vitalité et au rayonnement du secteur. Les studios français, dont la réputation n'est plus à faire en Europe et dans le monde, contribuent et se nourrissent de cette dynamique.

D'un simple divertissement, l'esport s'est métamorphosé ces dernières années pour devenir un véritable secteur économique, un laboratoire d'innovation et un formidable levier de dynamisme territorial. L'esport attire désormais, comme les compétitions sportives traditionnelles, de nombreux visiteurs nationaux et internationaux, assurant des retombées économiques significatives pour les territoires qui accueillent des événements.

- Marina Ferrari, Secrétaire d'Etat chargé du numérique

Notre économie numérique en bénéficie grandement : les investissements dans les équipes, les tournois et les infrastructures esportives stimulent non seulement la création d'emplois, mais favorisent également l'émergence d'entreprises innovantes dans le domaine des technologies du divertissement ou de l'audiovisuel plus globalement.

En outre, le succès international des équipes françaises n'est pas simplement une victoire pour les amateurs qui suivent avec passion les compétitions esportives mais constitue aussi un outil de promotion de la promotion de l'excellence française.

Les chiffres de l'Observatoire sont bienvenus pour quantifier la très belle progression du secteur dans son ensemble, dans la continuité des constats établis en 2021 lors de la publication de la première étude économique sur l'esport menée par les ministères de l'Economie et des Sports. Ils illustrent également les résultats de l'action du Gouvernement, en lien avec l'ensemble des acteurs de la filière, au sein de la Stratégie Esport 2020-2025 pour créer un environnement favorable à l'essor de la filière.

L'esport joue enfin un rôle majeur pour faire de l'univers des jeux un espace plus inclusif. Il offre une plateforme où la diversité est célébrée. Des équipes composées de joueurs et joueuses de tous horizons rassemblent des communautés variées où la compétence et la passion sont les seuls critères de réussite.

Nous devons continuer à soutenir cet écosystème qui renforce non seulement notre position sur la scène mondiale, mais qui enrichit également le tissu social, culturel et politique de notre Nation.

Avec mes équipes, je continue à accompagner, avec force, ce secteur dynamique.

Éditorial



- **Nicolas Vignolles,**
Délégué général du SELL



Que démontre cette étude ?

D'abord et avant tout, que le travail engagé depuis plusieurs années, commence à porter ses fruits : le développement de l'esport sur le territoire, l'attractivité de la France sur la scène internationale est désormais une réalité bien tangible. Le dialogue noué avec les pouvoirs publics (ministère de l'Economie, et ministère des Sports) nous permet aujourd'hui d'avancer, avec désormais de vrais résultats concrets comme le passeport talent ou la réduction du taux de TVA à 5,5% sur la billetterie des compétitions esport décidée récemment.

Cette étude vient donc rappeler opportunément que la méthode française fonctionne ! C'est en progressant groupés, pouvoirs publics, joueurs, organisateurs, équipes, associations représentatives et éditeurs de jeux vidéo, que les avancées sont rendues possibles. Les éditeurs de jeux vidéo, détenteur des droits de propriété intellectuelle, font beaucoup pour la promotion et le développement de l'esport : les tournois majeurs organisés chaque année dans le monde entier sont des vitrines formidables pour l'ensemble du secteur. Là encore, le travail partenarial démontre son efficacité : la France a accueilli en 2023 le Blast. tv Paris Major, un Major de « Counter-Strike Global Offensive » à l'Accor Arena, suivi dans le monde entier, mais également un LEC League of Legends à l'aréna de Montpellier et qui ont mis la France au centre de la carte mondiale !

Cette étude arrive dans un moment très positif pour l'esport français, avec des avancées réglementaires, économiques importantes. Elle rend compte d'une forte dynamique économique du secteur et donc d'une stratégie de développement réussie. La volonté affichée des pouvoirs publics de soutenir le secteur doit maintenant venir renforcer et amplifier cette stratégie, unique en Europe, associant tous les maillons du secteur : joueurs, équipes, organisateurs, éditeurs de jeux vidéo et pouvoirs publics.

Cette étude est une initiative particulièrement bienvenue, la première de ce genre à rendre compte avec précision de la place prise par le secteur de l'esport en France. On y retrouve la confirmation d'une formidable accélération économique depuis trois ans, mais aussi une photographie juste et pondérée de ce que représentent l'esport en France et ses difficultés. C'est là un complément essentiel à l'analyse des pratiques réalisée par ailleurs chaque année dans le cadre du Baromètre France Esports. Il ne peut y avoir de politique publique de soutien et de développement de l'esport sans une analyse préalable précise du marché, du nombre et de la taille des structures, et un travail d'analyse des besoins du secteur. Cette étude offre donc un outil précieux. C'est la raison pour laquelle, le SELL a souhaité s'y associer aux côtés de Paris&Co (Level 256) et du ministère des Sports.

Depuis de nombreux années maintenant, le SELL est fortement engagé dans le développement de l'esport en France, par sa présence au cœur de l'association référente France Esports dont il est un membre moteur, ou encore au travers de la grande scène esport de la Paris Games Week chaque année, véritable vitrine pour l'ensemble de l'écosystème.

Nous poursuivons au fond, à travers cette étude, cet engagement partenarial, liant joueurs, associations, équipes, organisateurs de tournois, éditeurs et pouvoirs publics autour d'une volonté commune : faire de la France un pays leader de l'esport.

Éditorial



- Anne Gousset,
Directrice Générale de Paris&co

PARIS&CO

Dans un monde en constante évolution où les frontières entre le physique et le virtuel s'estompent, l'esport émerge comme un phénomène remarquablement dynamique et influent à notre époque. À l'intersection de la technologie, du divertissement et du sport, l'esport transcende les limites traditionnelles pour façonner une nouvelle ère de compétition, de créativité et d'innovation.

Chez Paris&Co, nous sommes passionnés par l'exploration des tendances émergentes qui redéfinissent notre société et notre économie. Nous sommes également convaincus que l'innovation doit permettre de transformer la société, qu'elle doit être au service des transitions économique, sociétale et écologique : nous travaillons en ce sens avec les organisations publiques et privées et avec les entrepreneurs pour faire émerger des solutions durables. Paris&Co est ainsi à l'origine de la création d'une Maison de l'Esport située à Paris dans le 20ème arrondissement, aujourd'hui pilotée par un acteur clé du secteur et a développé une expertise pointue sur l'esport en accompagnant des entrepreneurs, des grands comptes et des collectivités.

C'est dans cet esprit que nous sommes fiers d'être également à l'origine de la première édition de l'Observatoire économique de l'esport, fruit d'un travail minutieux et d'une analyse approfondie de l'écosystème économique de l'esport français.

L'esport ne se limite plus à une simple activité récréative pratiquée par des amateurs passionnés : il s'est métamorphosé en une industrie florissante, attirant des investissements et bénéficiant d'audiences mondiales et de talents diversifiés. L'Observatoire économique de l'esport vise à donner un aperçu du poids économique de la filière en France et à suivre son évolution dans le temps afin de fournir un aperçu exhaustif des tendances, des défis et des opportunités qui façonnent cette industrie en pleine expansion.

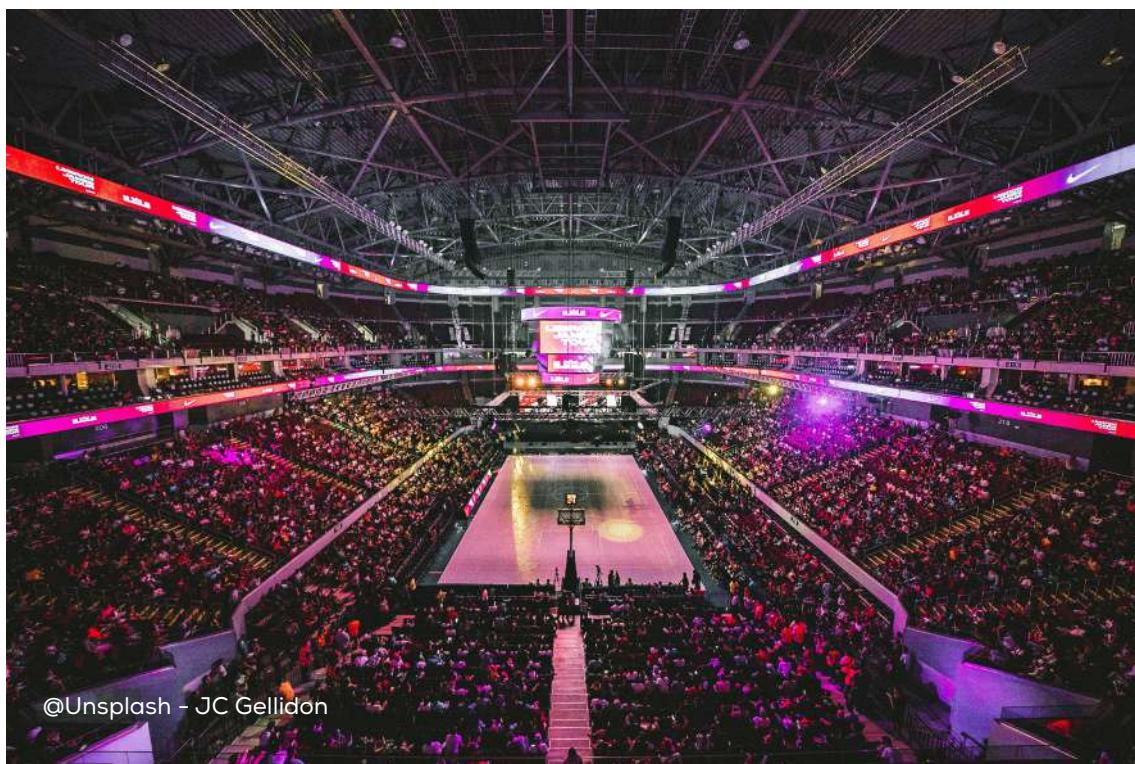
Alors que nous naviguons à travers les paysages changeants d'un secteur en pleine évolution, il est impératif de comprendre et d'anticiper les transformations qui pourraient redéfinir les contours de la scène esportive française. En tant qu'agence d'innovation engagée dans la promotion de la créativité et du développement économique, nous sommes convaincus que l'esport français continuera de jouer un rôle clé dans le paysage mondial, inspirant de nouvelles formes de collaboration, de compétition et d'excellence.

Espérant que cet Observatoire servira de guide précieux pour les décideurs, les entrepreneurs et les passionnés, nous vous en souhaitons une bonne lecture !

Introduction

Le jeu vidéo est plus présent que jamais dans notre société. A l'échelle mondiale, le développement de la pratique vidéoludique atteint des sommets avec environ 3 milliards de joueurs sur la planète¹. De son côté, la France semble progressivement s'inscrire comme une place forte du jeu vidéo à mesure que la base de pratiquants s'élargit. Ainsi, ce sont plus de 39 millions de Françaises et de Français qui s'adonnent à la pratique du jeu vidéo en 2023, soit environ 72% de la population nationale, un record historique². La passion du grand public pour le secteur du jeu vidéo semble d'ailleurs se vérifier dans la totalité des strates démographiques. Le jeu vidéo est d'abord un loisir pratiqué à parité puisque 48% des joueurs occasionnels sont en réalité des joueuses et que 47% des joueurs réguliers sont des femmes³.

De plus, la pratique vidéoludique est teintée d'une forte dimension intergénérationnelle. Si les plus jeunes représentent les joueurs les plus assidus, le jeu vidéo ne leur est pas réservé pour autant. On dénombre par exemple 7,5 millions de joueurs de plus de 60 ans en France, ce qui montre bien le caractère universel et inclusif de ce secteur⁴. Outre ces chiffres éloquents sur le nombre de pratiquants, il semble également que le regard porté sur les jeux vidéo évolue dans la mesure où plus de trois Français sur cinq ont désormais une image positive de la pratique vidéoludique⁵. Ainsi, le jeu vidéo s'impose aujourd'hui comme un véritable phénomène culturel qu'il est impossible d'ignorer dans une société de plus en plus digitalisée.



¹ Source : DFC Intelligence Global Video Game Consumer : Market Overview, DFC, 2023.

² Source : Les Français et le jeu vidéo, SELL et Médiamétrie, 2023.

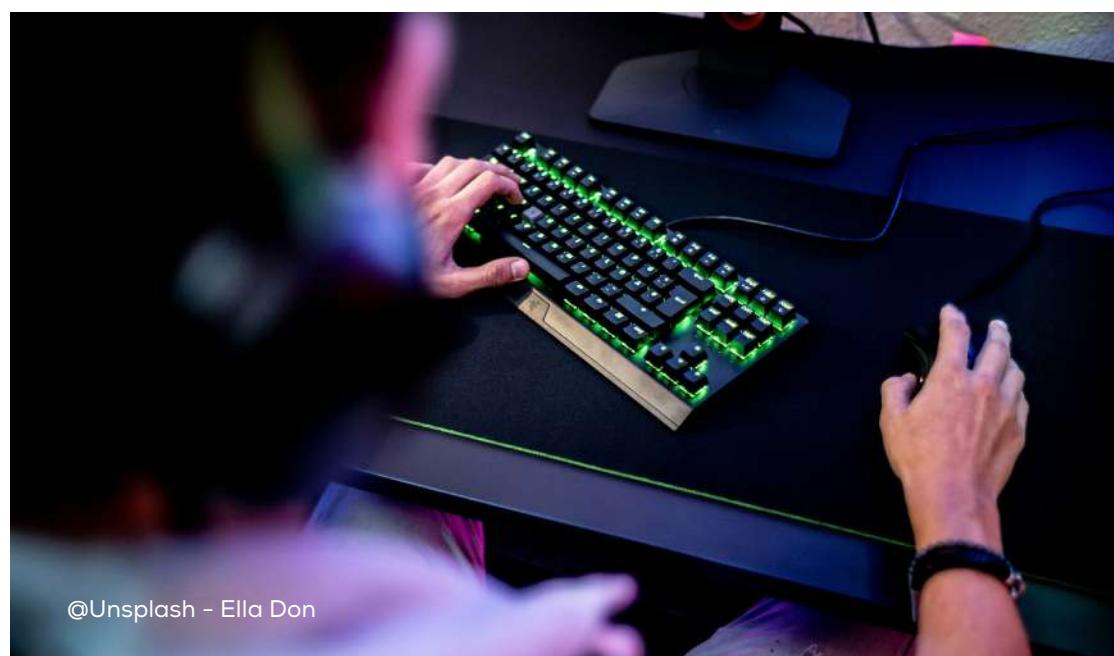
³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Le développement continu du secteur du jeu vidéo a été accompagné de l'émergence de son pendant compétitif depuis la fin du XXe siècle avec l'apparition de l'esport. Défini comme l'affrontement de plusieurs individus ou équipes à travers un support électronique⁶, l'esport a rapidement su convaincre un large public se comptant désormais en centaines de millions de personnes à travers le monde. En France, on dénombre environ 11,8 millions de pratiquants ou consommateurs d'esport en 2023, chiffre représentant 23% des internautes de plus de 15 ans à l'échelle nationale⁷. Le développement de la pratique ainsi que de la *fanbase* esportive en France ont rapidement été accompagnés d'une expansion du nombre de grands événements organisés sur le territoire. Compétitions, salons de jeux vidéo et matchs d'exhibition, entre autres, se sont développés et attirent des milliers de spectateurs, démontrant un réel engouement autour du secteur.

La popularité grandissante des activités esportives a logiquement attiré l'attention des pouvoirs publics, ces derniers faisant preuve d'un volontarisme politique et d'un engagement de plus en plus fort dans le but de développer la pratique de l'esport en France. En ce sens, de nombreuses évolutions législatives ont récemment vu le jour, à l'image de l'extension des passeports talents aux esportifs ainsi qu'à leurs entraîneurs en 2023⁸ ou de l'abaissement du taux de TVA sur la billetterie d'événements esportifs à 5,5% à partir du 1er janvier 2024⁹. Ainsi, l'esport semble avoir investi aussi bien l'espace public que l'agenda politique en une trentaine d'années¹⁰, passant d'un secteur de niche à une réelle puissance culturelle en devenir.



@Unsplash - Ella Don

⁶ Définition utilisée par France Esports.

⁷ Source : Baromètre France Esports, France Esports et Médiamétrie, 2023.

⁸ Source : <https://www.economie.gouv.fr/files/actes-BOAC/2023-06/EC01z310890C.pdf>, consulté le 29/01/2024.

⁹ Source : https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000048727440, consulté le 29/01/2024.

¹⁰ L'année 1997 fait ici office de point de bascule à partir duquel l'esport se développe sous sa forme moderne. Source : Besombes, N. (2023). « L'esport, ou la sportivisation du jeu vidéo » dans Introduction aux théories des jeux vidéo. Presse Universitaire de Liège.

L'essor de la pratique et de l'événementiel s'est accompagné d'un développement économique continu avec une accélération ces dernières années. Ce développement a en partie été initié par les acteurs économiques, que ceux-ci appartiennent au secteur de l'esport (acteurs endémiques) ou à d'autres secteurs (acteurs non-endémiques). L'émergence d'acteurs majeurs, notamment d'équipes professionnelles et d'organisateurs d'événements, ainsi que la croissance des investissements, ont mené à la création des premières études économiques sur le sujet à partir des années 2010.



¹¹ Brocard, J.F. (2017). « Le développement économique de l'esport » dans *Les enjeux juridiques de l'esport*, collection PUAM.

¹² Source : PwC's Sports Survey, PwC, 2018.

¹³ Source : eSports - From Wild West to Mainstream, Goldman & Sachs, 2018.

Cependant, le développement économique de l'esport reste un sujet relativement peu abordé par la communauté universitaire, rendant plutôt faible la quantité de données quantitatives fiables à ce sujet. De plus, les études économiques les plus régulièrement citées à l'échelle mondiale sont souvent issues de cabinets disposant d'intérêts privés dans l'esport et employant des méthodologies parfois insuffisamment décrites¹¹. Par conséquent, les résultats présentés par différents travaux peuvent sensiblement varier. Ainsi, PricewaterhouseCoopers (PwC) estimait en 2018 que le marché mondial de l'esport devait s'élever à environ 1,58 milliard d'euros en 2022¹², tandis que Goldman Sachs avançait la même année des chiffres quasiment deux fois supérieurs avec une estimation à 2,96 milliards d'euros¹³. En 2022, le *Global Esports & Live Streaming Market Report 2022* publié par NewZoo estimait à 1,3 milliard d'euros le poids économique mondial du secteur de l'esport, une estimation rejoignant les prévisions de PwC.

En France, un certain nombre de sources sérieuses permettent d'évaluer le développement du jeu vidéo et de l'esport à l'échelle nationale. L'étude annuelle du Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL), *L'essentiel du Jeu Video*, permet par exemple de quantifier la population jouant aux jeux vidéo en France tandis que le baromètre de France Esports, mené également avec Médiamétrie, offre une vision de la base de joueurs ou de consommateurs potentiels d'esport sur le territoire. Le baromètre France Esports est par ailleurs centré sur la mesure socio-démographique de la pratique de l'esport en France.

Le développement économique du secteur reste un objet finalement assez peu abordé par l'analyse scientifique, seule une étude faisant à ce jour office de référence sur le sujet en France, à savoir l'étude PIPAME parue en 2021 et intitulée *Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport*. Celle-ci évaluait le poids de l'esport en France en 2019 à 50 millions d'euros de chiffre d'affaires et 650 emplois équivalent temps plein (ETP)¹⁴. La quantité de données économiques récentes disponibles restant assez faible, il apparaît impératif de développer un outil afin d'être capable de mesurer le poids économique de l'esport en France et de tenter de comprendre les tendances de fond régissant son évolution et sa démocratisation progressive.

C'est dans ce contexte d'évolution rapide du secteur et de besoin d'accès à des données économiques fiables que la présente étude a été pensée et réalisée. L'Observatoire économique de l'esport a ainsi pour objectif de collecter des données permettant de produire des indicateurs de nature à quantifier le poids économique du marché de l'esport français sur une année civile, avec pour point de départ l'année 2022. Sa mission principale sera de fournir des données chiffrées objectives et comparables dans le temps afin de pouvoir mesurer l'évolution du secteur d'année en année. Quand ce sera nécessaire, l'Observatoire pourra proposer une analyse qualitative permettant de replacer les données quantitatives au sein de tendances plus larges d'évolution du secteur. Cette analyse complémentaire a été réalisée dans ce premier opus de l'Observatoire et l'étude ici présentée sera donc divisée en une partie quantitative visant à présenter les résultats obtenus concernant les indicateurs de mesure du poids économique du secteur de l'esport en France, suivie d'une partie qualitative permettant de recontextualiser les résultats quantitatifs obtenus tout en identifiant les principales dynamiques régissant l'évolution du secteur. En ce sens, l'Observatoire économique de l'esport peut être interprété comme une photographie du développement économique du secteur esportif français, exercice étant amené à être répété dans le temps afin de fournir des outils de comparaison chiffrés.

¹⁴ Source : *Analyse du marché et des perspectives pour le secteur de l'esport* (étude PIPAME), CEPHEID, 2021.

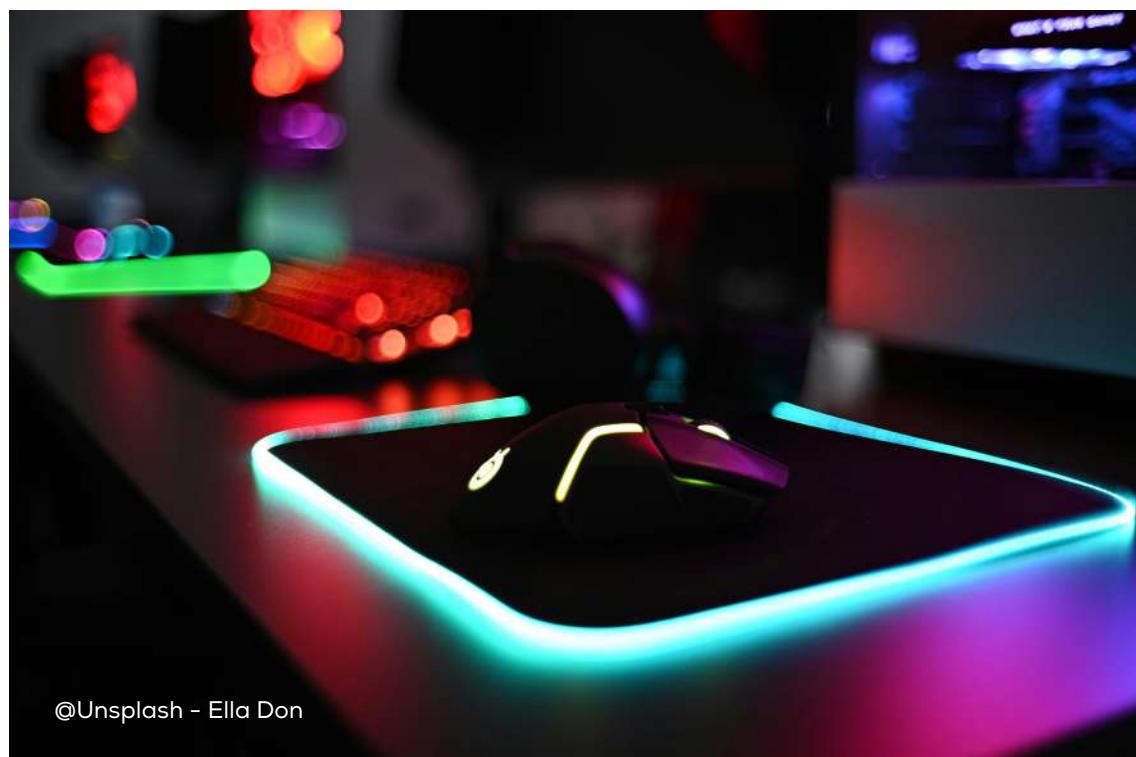
01

Méthodologie

Méthodologie

Les résultats concernant l'année 2022 de l'Observatoire économique de l'esport faisant l'objet de cette étude sont issus d'une démarche étroitement collaborative entre Paris&Co, commanditaire de l'étude et le Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES), prestataire dans le cadre de la collecte, du traitement et de l'analyse des données. La méthodologie employée dans le cadre de l'étude a été proposée par le CDES puis validée par Paris&Co, sous contrôle du ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques ainsi que du SELL, co-financeurs de l'Observatoire.

La démarche de collecte de données retenue s'est matérialisée par la création d'un questionnaire diffusé en ligne (partie quantitative) ainsi que la réalisation d'entretiens (partie qualitative). Il conviendra de noter que les données collectées dans le cadre de cet Observatoire sont soumises à la plus stricte confidentialité, aucune donnée individuelle ne sera donc divulguée au cours de l'étude. La collecte de données a par ailleurs été effectuée conformément à la réglementation en vigueur.



A - Cadrage méthodologique

Le cadre méthodologique dans lequel s'inscrit l'étude a été déterminé par le CDES et Paris&Co puis validé en comité de pilotage avec le ministère des Sports ainsi que le SELL. La séquence de cadrage visait notamment à définir avec précision le périmètre d'étude et les différents indicateurs retenus devant faire l'objet d'une analyse. L'Observatoire économique de l'esport a été pensé de manière à répondre aux deux critères suivants : proposer des indicateurs permettant de mesurer le poids économique du secteur de l'esport en France et assurer une collecte annuelle des données permettant de construire ces indicateurs afin de fournir une comparaison dans le temps.

La notion de poids économique sera étudiée à travers le prisme de deux indicateurs clés, mesurés sur une année civile :

- **La somme des chiffres d'affaires générés par une activité économique dans le secteur de l'esport en France.**
- **Le nombre d'emplois en équivalent temps plein générés par le secteur de l'esport en France.**

L'objectif de l'Observatoire est d'obtenir des indicateurs mesurés au niveau du secteur de l'esport, sur une année civile, en France. Dans le cadre de cet objectif d'exhaustivité, des efforts ont été produits pour solliciter un échantillon aussi large que possible, notamment à partir d'un recensement des structures du secteur par les partenaires de l'étude (Paris&Co, SELL, ministère des Sports, CDES). Un redressement statistique a ensuite été réalisé, à partir de l'estimation de la représentativité de l'échantillon obtenu, permettant d'obtenir une estimation des indicateurs au niveau du secteur. Ce travail de redressement s'est appuyé sur l'expertise de Paris&Co, agence experte et particulièrement légitime en matière de connaissance économique du secteur de l'esport français, qui a été chargée d'estimer le taux de représentativité de l'échantillon.

• Champ d'étude

L'étude a été déployée auprès d'une population composée des « acteurs disposant d'une activité économique en lien avec l'esport et génératrice de revenus en France ». Par souci d'exhaustivité, la population n'est pas composée uniquement de structures réalisant l'intégralité de leur chiffre d'affaires dans l'esport : générer un chiffre d'affaires supérieur à 0 dans le secteur de l'esport, en France, est une condition suffisante afin d'être considéré comme appartenant à l'environnement économique du secteur. En ce qui concerne la question des emplois, il a été choisi de se focaliser sur les emplois dédiés à l'esport, c'est-à-dire des « emplois dont plus de 50% du temps de travail hebdomadaire est dédié à l'esport ». On notera par ailleurs que seuls les emplois assujettis à l'impôt sur le territoire français ont été comptabilisés¹⁵.



@Unsplash - Ella Don

¹⁵ Ainsi, une structure française comptant 150 employés dédiés à l'esport, dont 50 sont basés à l'étranger, représentera 100 emplois dans le cadre de cette étude.

• Typologie des acteurs étudiés

La typologie d'acteurs retenue dans le cadre de cette étude est relativement similaire à celle de l'étude PIPAME. L'analyse quantitative sera centrée autour de la population suivante : équipes professionnelles, producteurs / diffuseurs de contenu, prestataires de service / agences, organisateurs de compétitions, acteurs multi-maillons. La typologie des acteurs étudiés est définie comme telle :

- **Equipes professionnelles** : structures faisant participer des joueurs et joueuses professionnels à des compétitions, au sein d'une même équipe. Les équipes peuvent engager des joueurs sur plusieurs jeux différents. La relation entre joueurs et équipes est contractualisée, généralement via des contrats de prestation de service ou des contrats de travail.
- **Producteurs / diffuseurs de contenu** : personnes morales produisant et/ou diffusant du contenu divertissant en lien avec l'esport.
- **Organisateurs de compétitions** : organisateurs d'évènements compétitifs esportifs.
- **Prestataires de service / agences** : entreprises ayant une activité liée au secteur de l'esport et généralement annexe à la pratique compétitive. Cela peut inclure des cabinets de conseil, des entreprises de l'événementiel, des startups, des agences de communication ou marketing ou encore des agences de joueurs.
- **Acteurs multi-maillons** : acteurs dont les activités sont incluses dans plusieurs maillons de la chaîne de valeur.

Rappelons que, par souci de confidentialité, les données individuelles de chacun des répondants ne seront pas divulguées et que les résultats présentés ont vocation à établir des tendances générales applicables à l'ensemble du secteur.

Il a été choisi de traiter deux types d'acteurs de manière spécifique, à savoir les éditeurs de jeux vidéo ainsi que les collectivités territoriales. Pour les premiers, une analyse qualitative est apparue plus pertinente dans la mesure où isoler les revenus générés en France est une tâche qui s'est avérée ardue pour les éditeurs, tout comme la classification des éléments devant être considérés comme un revenu lié à l'esport (ex : achats *in-game*¹⁶). De la même manière, il est presque impossible de quantifier de manière précise les montants investis spécifiquement en France par les éditeurs car le développement de l'esport s'opère en général dans le cadre de stratégies internationales. L'absence de segmentation géographique des revenus et des investissements limite donc les possibilités d'analyse économique spécifique au marché français en ce qui concerne les éditeurs.

La segmentation des revenus étant quasiment impossible, le choix a donc été fait d'exclure les éditeurs de l'analyse quantitative et de privilégier l'organisation d'entretiens qualitatifs. Le but de ces entretiens était de faire ressortir les différentes manières dont les éditeurs soutiennent le développement de la pratique esportive en France, plutôt que de mettre en avant des données chiffrées apparaissant ici moins pertinentes et moins robustes que pour les autres types d'acteurs. En ce qui concerne les collectivités territoriales, il a été choisi de les aborder également dans un cadre qualitatif, dans la mesure où ces dernières ne sont pas destinées à développer des activités génératrices de chiffre d'affaires dans l'esport. De plus, l'emploi public lié à l'esport reste à ce stade embryonnaire et très peu de collectivités disposent d'ETP dédiés.

Il convient de préciser que les estimations fournies concernant les indicateurs mesurant le poids économique de l'esport en France peuvent être considérées comme prudentes. Au-delà des difficultés évoquées concernant les éditeurs et les collectivités territoriales, qui nous ont amenés à les exclure de l'analyse quantitative, d'autres données économiques liées au monde de l'esport sont, en l'état, inaccessibles : citons la monétisation de l'audience des plateformes de streaming (Twitch, YouTube Gaming), les ventes de *skins* d'équipes professionnelles en jeu ou encore les marchés secondaires constitués par les plateformes de revente de particulier à particulier. Si ces activités génèrent des flux économiques directement liés au secteur de l'esport, il est impossible d'en estimer précisément la valeur réelle à l'heure actuelle. Ainsi, si les résultats présentés au cours des prochaines lignes représentent une estimation fiable et réaliste du poids économique des entreprises françaises du secteur de l'esport, le poids économique total du secteur est probablement plus élevé.

¹⁶ Les achats *in-game* représentent des microtransactions réalisées directement en jeu, à l'image d'achat de skins ou de contenu téléchargeable.

• Choix des variables étudiées

Le but de L'Observatoire économique de l'esport est de récolter une quantité de données suffisante afin d'annoncer des résultats crédibles évaluant le poids économique du marché de l'esport en France, notamment en termes de chiffres d'affaires et d'emplois générés. Pour ce faire, il a été acté de privilégier un questionnaire relativement court permettant de collecter des données liées à un nombre restreint d'indicateurs clés. Le poids économique du secteur sera principalement mesuré à travers l'agrégation des chiffres d'affaires des entreprises ayant une activité économique dans l'esport. Outre cet indicateur clé, d'autres données économiques seront étudiées, à l'image du taux de croissance du chiffre d'affaires du secteur ou du montant total des fonds levés. Le nombre d'emplois directement générés par le secteur de l'esport français constituera le deuxième indicateur clé et sera exprimé en équivalent temps plein. D'autres données relatives à l'emploi seront également présentées, comme le taux de féminisation.

Le choix des indicateurs étudiés a été déterminé en fonction de trois critères :

- **L'indicateur doit être objectivé.** Aucune question posée ne doit donc laisser place à un jugement normatif ou à une réponse subjective.
- **L'indicateur doit être comparable dans le temps et/ou l'espace.** L'objectif est de récolter des données permettant d'établir une base de comparaison afin de mesurer l'évolution du secteur année après année.
- **L'indicateur ne doit faire l'objet d'aucun retraitement, aussi bien pour l'enquêteur que pour le répondant.** L'information doit être facile d'accès pour le répondant et ne doit pas être modifiée par l'enquêteur.

A la suite de cette phase d'arbitrage méthodologique, la construction du questionnaire utilisé pour la collecte de données quantitatives a été réalisée par le CDES.

¹⁷ A ce titre, les questions au format « pensez-vous que... » ont été exclues du questionnaire.

B - Collecte des données quantitatives

La collecte de données quantitatives a été réalisée par le CDES, après validation du modèle de questionnaire proposé en comité de pilotage. Composé de 27 questions (hors questions complémentaires), ledit questionnaire est divisé en plusieurs sections, agencées de la manière suivante :

- **Identification des structures** : section permettant de distinguer le type de structure répondant au sondage ainsi que d'obtenir diverses informations générales telles que l'année de création, la région principale d'activité ou encore le statut juridique.
- **Activité** : section axée sur la mesure du chiffre d'affaires. Des questions relatives aux levées de fonds sont également posées aux structures concernées.
- **Emploi** : section centrée sur l'estimation du nombre d'emplois. Des questions supplémentaires sont posées afin d'étudier le taux de féminisation ou les difficultés de recrutement, par exemple.
- **Questions complémentaires** : questions supplémentaires posées à certains types d'acteurs en fonction de leur réponse à la question relative à leur identification. Par exemple, les équipes professionnelles se voyaient poser une question relative au nombre de joueurs sous contrat en 2022 tandis que les organisateurs de compétitions devaient préciser le nombre de compétitions organisées en 2022.

Le questionnaire a ensuite été déployé en ligne sur une période d'environ six mois (de début mai 2023 à début novembre 2023) et a été envoyé à environ 130 interlocuteurs, correspondant à une liste exhaustive d'acteurs esportifs français identifiés par les partenaires de l'étude. Afin de capter les entités n'étant pas initialement incluses dans la liste de diffusion, un formulaire de référencement a également été publié sur le site internet de Paris&Co. Ce dernier a été placé en accès libre, permettant à toute personne travaillant dans l'esport de se signaler et de recevoir par la suite le questionnaire. Par ailleurs, dans le cas où des difficultés étaient rencontrées pour remplir le questionnaire, des entretiens téléphoniques ou en visioconférences ont parfois pu être organisés afin que les équipes du CDES le complètent manuellement pour les personnes concernées, permettant à ces dernières de contribuer à l'étude.



C – Collecte des données qualitatives

La collecte de données effectuée via le questionnaire a été accompagnée d'une phase d'entretiens qualitatifs menés sur une période d'environ trois mois (de fin juillet 2023 à mi-novembre 2023) auprès d'éditeurs de jeux vidéo, de collectivités territoriales et d'experts du secteur. Au total, ce sont quatorze entretiens qui ont été menés de concert par les équipes de Paris&Co et du CDES dont un représentant était systématiquement présent. La durée moyenne des entretiens était de 45 minutes. Enfin, il a été décidé d'adopter un format dit « semi-directif ». Cela s'est traduit notamment par la rédaction de guides d'entretiens en français et en anglais¹⁸ pour chaque type d'acteur afin d'aiguiller les discussions. Les acteurs ont été interrogés sur trois grands thèmes, à savoir : leur perception des évolutions économiques récentes de l'esport en France, les dispositifs de soutien au développement de l'esport mis en place par leur structure ainsi que leur vision concernant l'évolution du secteur à court et moyen terme.



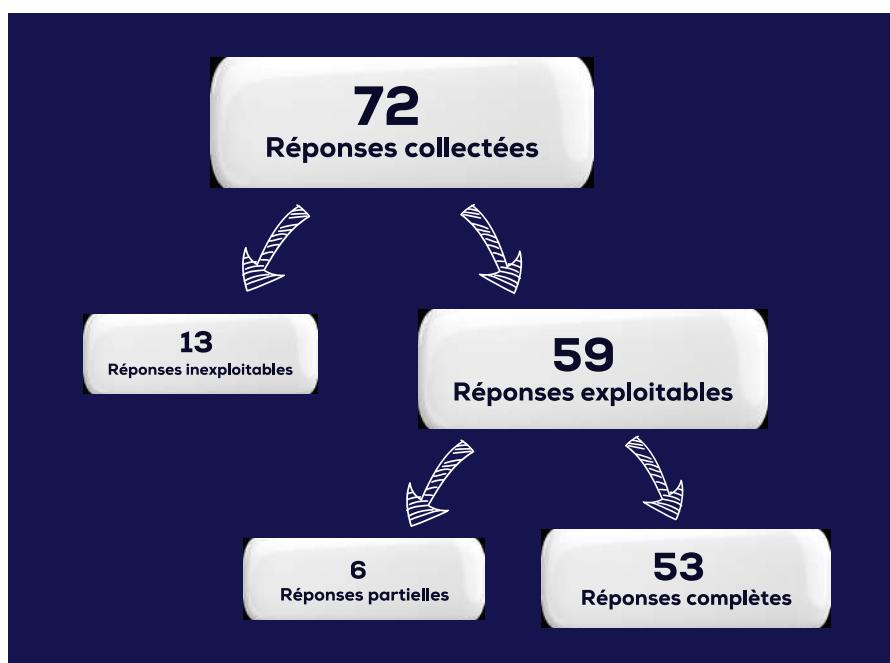
¹⁸ Un entretien avec l'un des éditeurs de jeux vidéo a été mené en anglais, bien que les discussions portent sur l'activité de l'éditeur en France.

D – Présentation de l'échantillon

A l'issue de la phase de collecte de données quantitatives, 72 structures ont répondu au questionnaire sur les 130 contactées. Le taux de réponse s'élève à 54%.

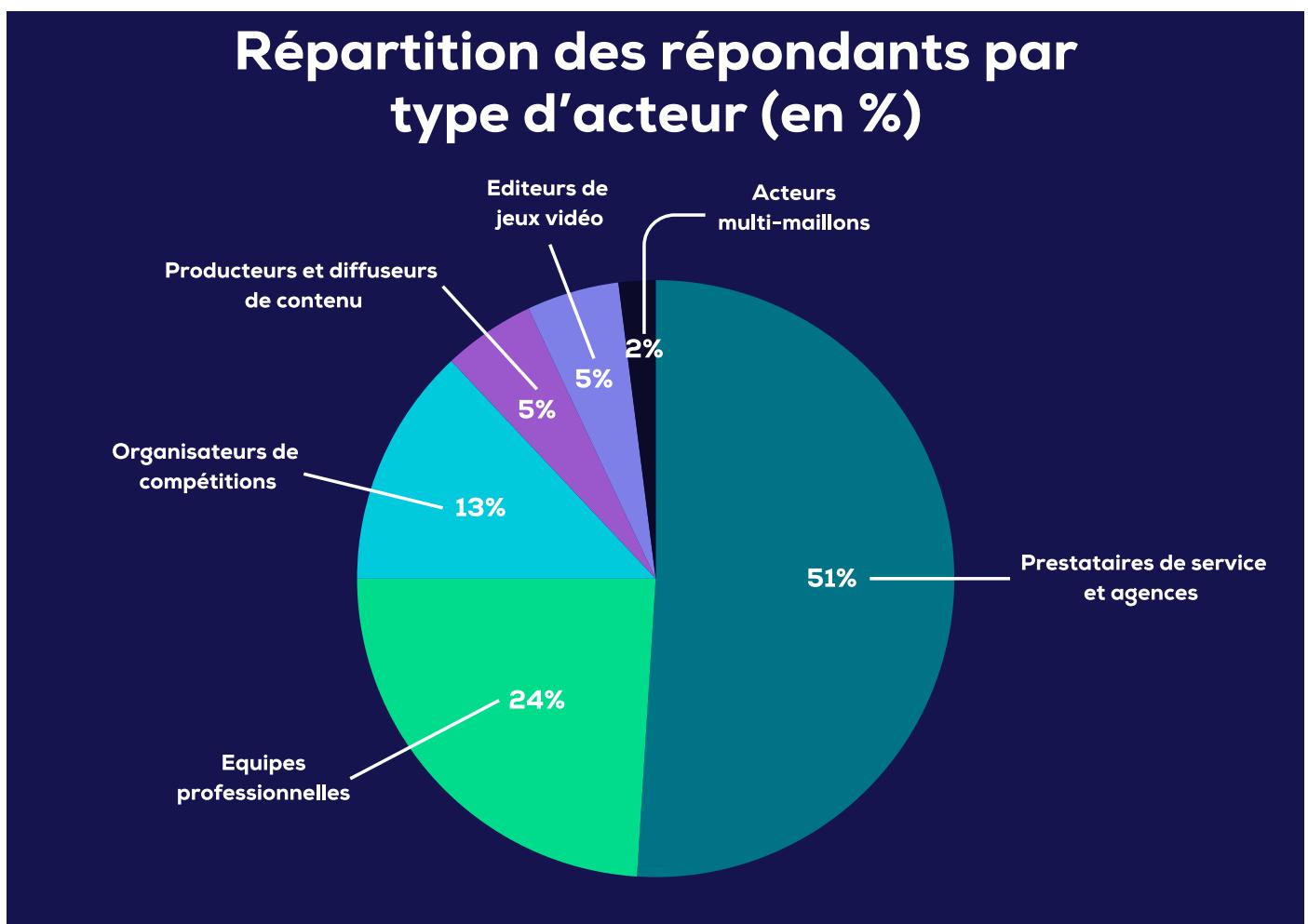


Sur les 72 acteurs ayant renseigné le questionnaire, 13 n'ont pas répondu aux questions concernant la collecte de données économiques et ont été exclus de l'échantillon. Les 59 réponses restantes ont été jugées exploitables et 53 d'entre elles étaient complètes¹⁹.

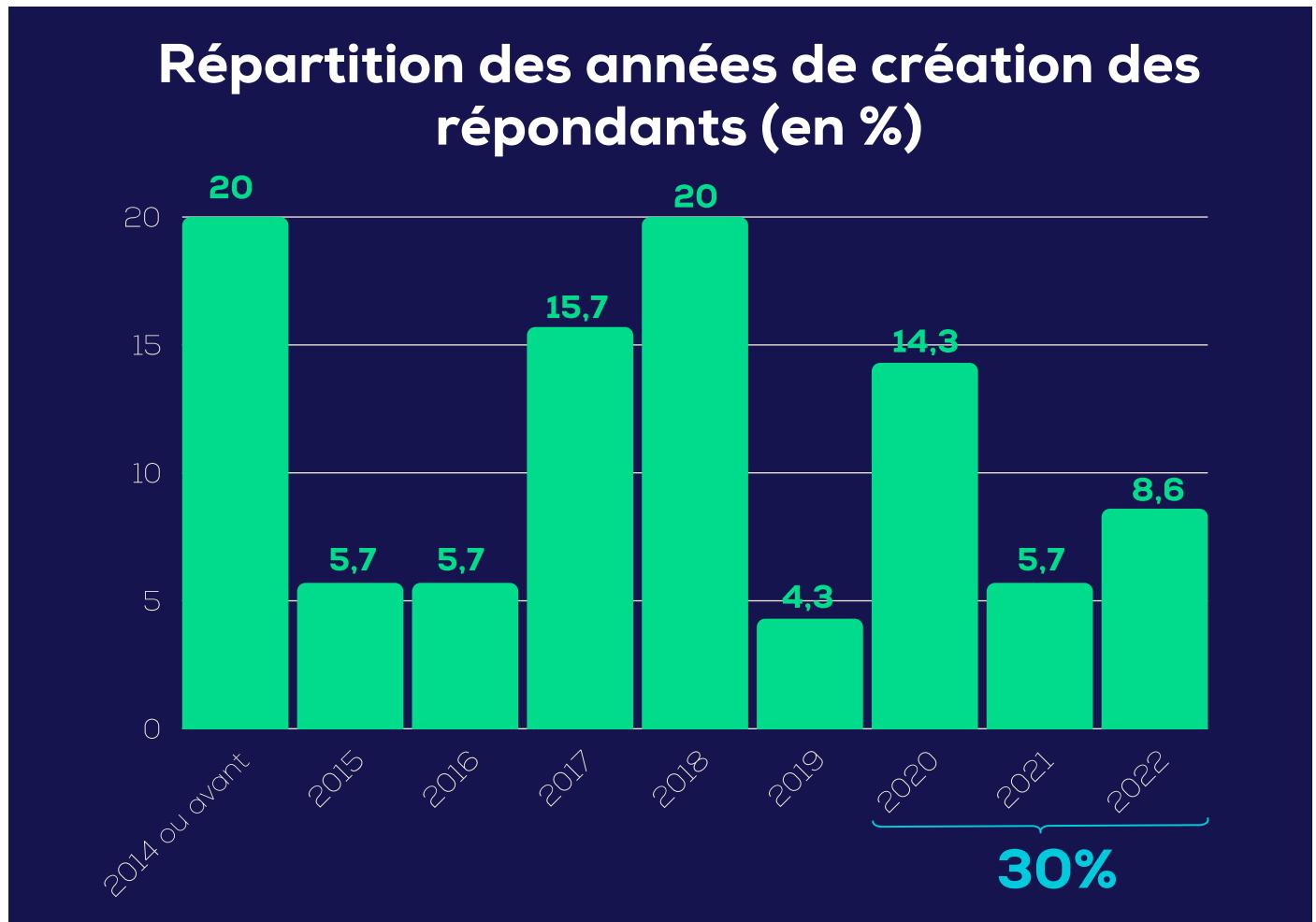


¹⁹ Les structures n'ayant pas répondu au questionnaire ont été relancées plusieurs fois.

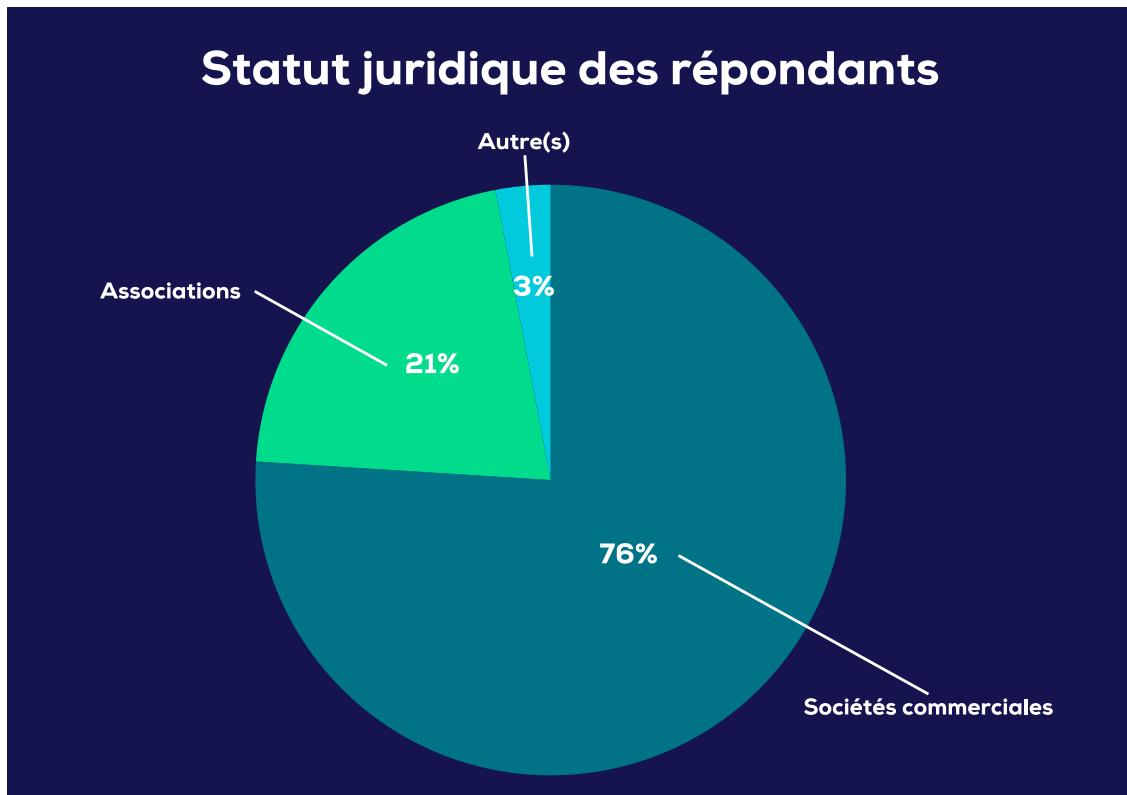
La répartition des répondants selon leur type parmi les 59 réponses exploitables est la suivante : 51% sont des agences ou des prestataires de services, 24% sont des équipes professionnelles, 13% sont des organisateurs de compétitions, 5% sont des producteurs, 5% sont des éditeurs (exclus de l'analyse quantitative) et 2% sont des acteurs qualifiés de multi-maillons.



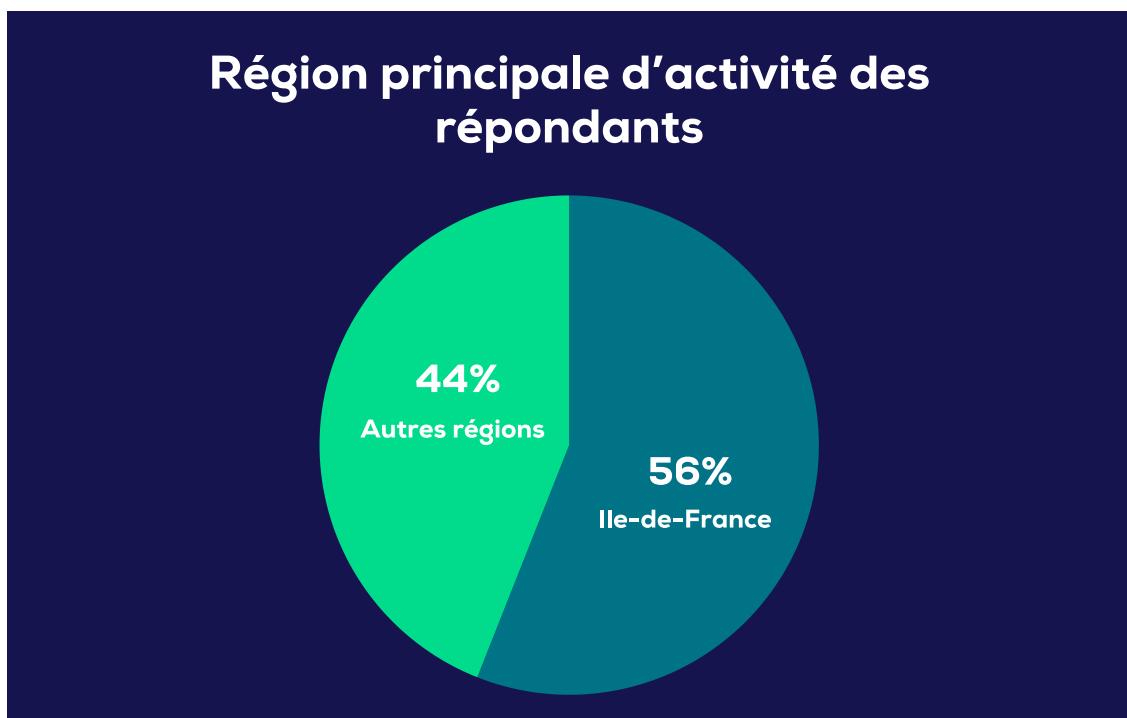
Environ 30% des structures répondantes ont été créées à partir de 2020 (inclus).



L'échantillon collecté est en grande majorité composé de sociétés commerciales, tandis que les associations représentent environ 20% des structures répondantes.



Enfin, plus de la moitié des répondants déclare que sa principale région d'activité est l'Île-de-France 56%. Les autres régions représentent chacune environ 5% des réponses.



02

Présentation des résultats de l'analyse quantitative

Présentation des résultats de l'analyse quantitative

A - Activité économique dans l'esport

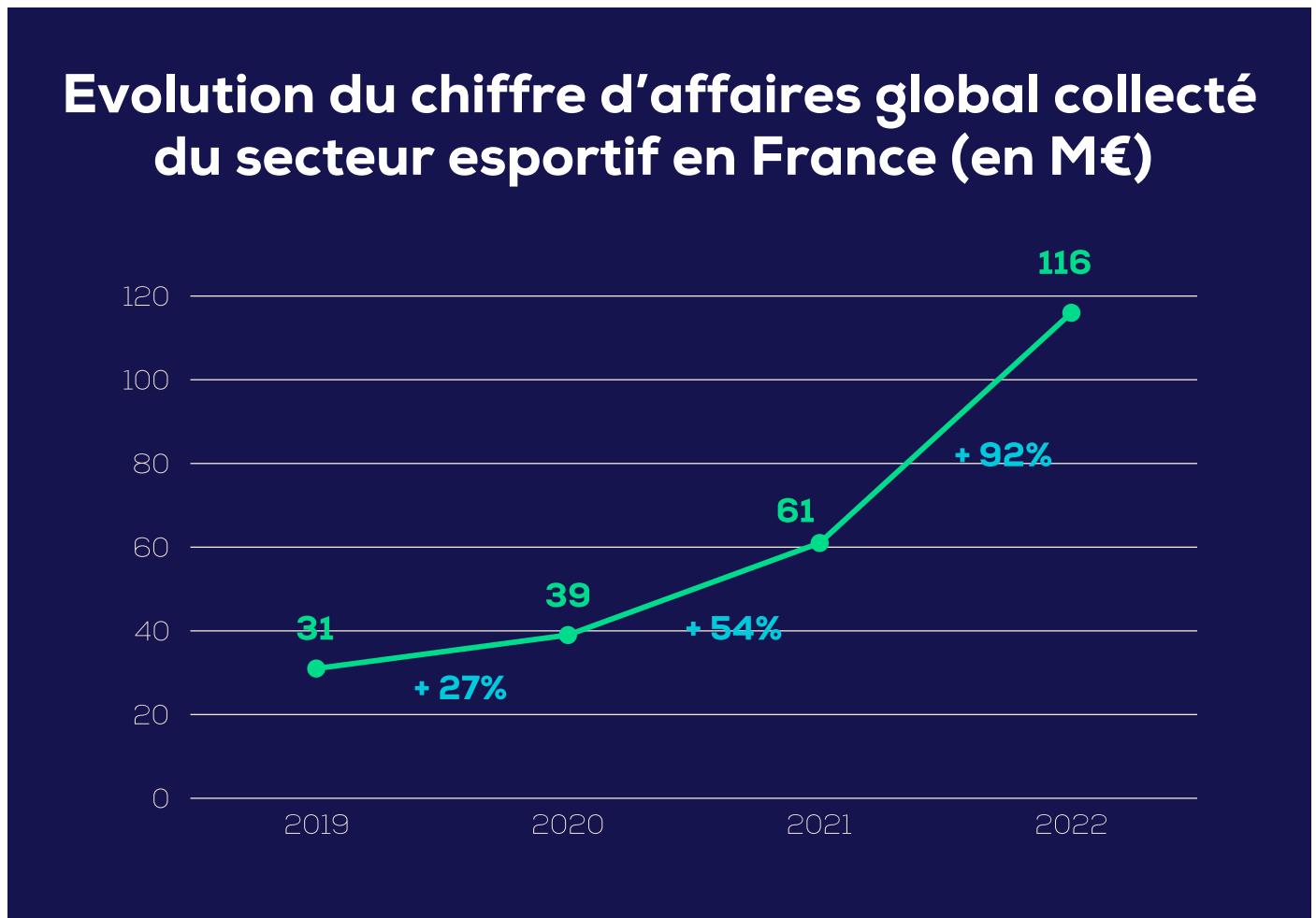
Les données quantitatives collectées ont permis la construction d'indicateurs agrégés et moyens afin d'étudier le chiffre d'affaires du secteur ainsi que son évolution sur la période 2019-2022. Des analyses complémentaires concernant l'année de création, la forme juridique ou encore la réalisation de levées de fonds seront également proposées.



@Unsplash - Ella Don

• Chiffre d'affaires du secteur en 2022

En 2022, le chiffre d'affaires cumulé collecté sur l'échantillon s'élève à **116 millions d'euros**. La croissance du chiffre d'affaires du secteur est continue sur la période observée et semble même s'accélérer au fil du temps. En effet, l'évolution la plus marquée se situe entre 2021 et 2022, où l'on estime que le poids économique du secteur a quasiment doublé en l'espace d'un an. Sur la période 2019-2022, le chiffre d'affaires global du secteur a augmenté de **55% par an en moyenne**.



Le taux de représentativité global de l'échantillon a ensuite été obtenu à partir de l'estimation des taux de représentativité au sein de chaque type d'acteurs. A titre d'exemple, à dire d'experts, on estime à 75% le taux de représentativité de l'échantillon collecté en ce qui concerne le chiffre d'affaires des producteurs et diffuseurs de contenu dans le secteur de l'esport en France en 2022, chiffre évalué à 85% pour les agences et prestataires de services du secteur. A l'issue de cette démarche, le **taux de représentativité global** en termes de chiffre d'affaires atteint **82%**, chiffre supérieur au taux de représentativité en termes de nombre d'acteurs répondants, ce dernier s'établissant, pour rappel, à 54%. Cette différence s'explique notamment par la macrocéphalie du secteur, combinée au relativement faible nombre d'acteurs le composant. Ainsi, le taux de représentativité économique est très élevé car les acteurs disposant du plus gros poids économique ont presque intégralement répondu au questionnaire déployé dans le cadre de la phase quantitative de l'étude. Par souci de cohérence méthodologique, il a été décidé de redresser les chiffres concernant l'emploi de la même manière que pour le chiffre d'affaires du secteur. Le taux de représentativité de l'échantillon collecté a donc également été fixé à 82% en ce qui concerne le nombre d'ETP annoncé²⁰.



@Unsplash - Josh Berendes

²⁰ Des calculs ont été réalisés afin d'évaluer la corrélation existante parmi les structures répondantes entre le chiffre d'affaires et le niveau d'emploi. Les résultats soulignent une corrélation forte (taux de corrélation estimé entre 0,7 et 0,8), ce qui nous a incité à acter d'utiliser le taux de représentativité de l'échantillon en matière de chiffre d'affaires (estimé par Paris&Co) afin de redresser les résultats concernant l'emploi.

A l'issue du redressement, le poids économique du secteur de l'esport en France est évalué à **141,4 millions d'euros** pour l'année 2022. En comparaison avec les chiffres de l'étude PIPAME, évaluant le poids économique du secteur à 50 millions d'euros en 2019, nous pouvons donc estimer que le poids économique du secteur de l'esport a quasiment triplé en France entre 2019 et 2022, en termes de chiffre d'affaires généré.

En 2019

50 Millions € Chiffre d'affaires global (étude PIPAME)

En 2022

116 Millions €

Chiffre d'affaires global collecté



141 Millions €

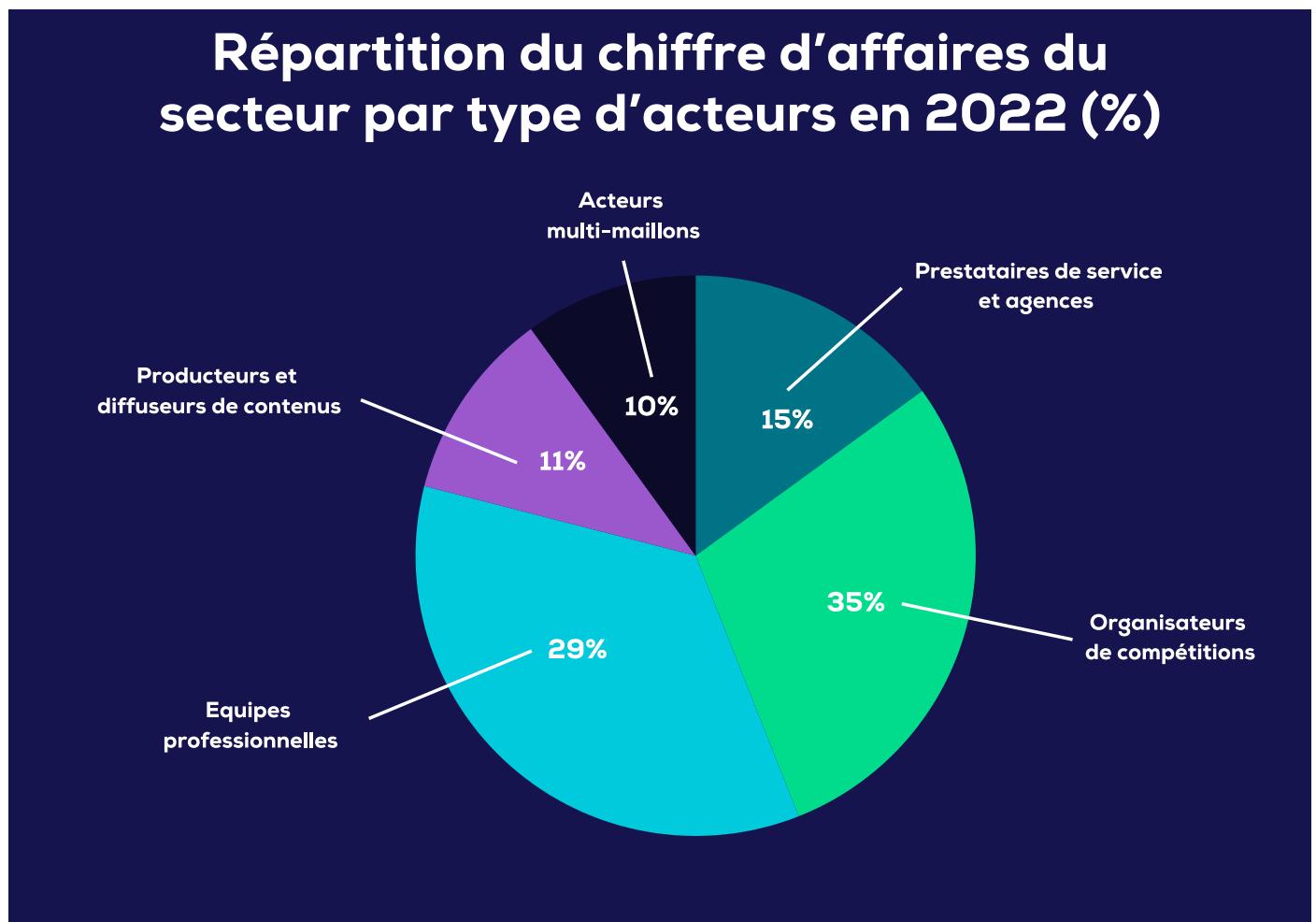
Chiffre d'affaires global redressé

soit

+182 %

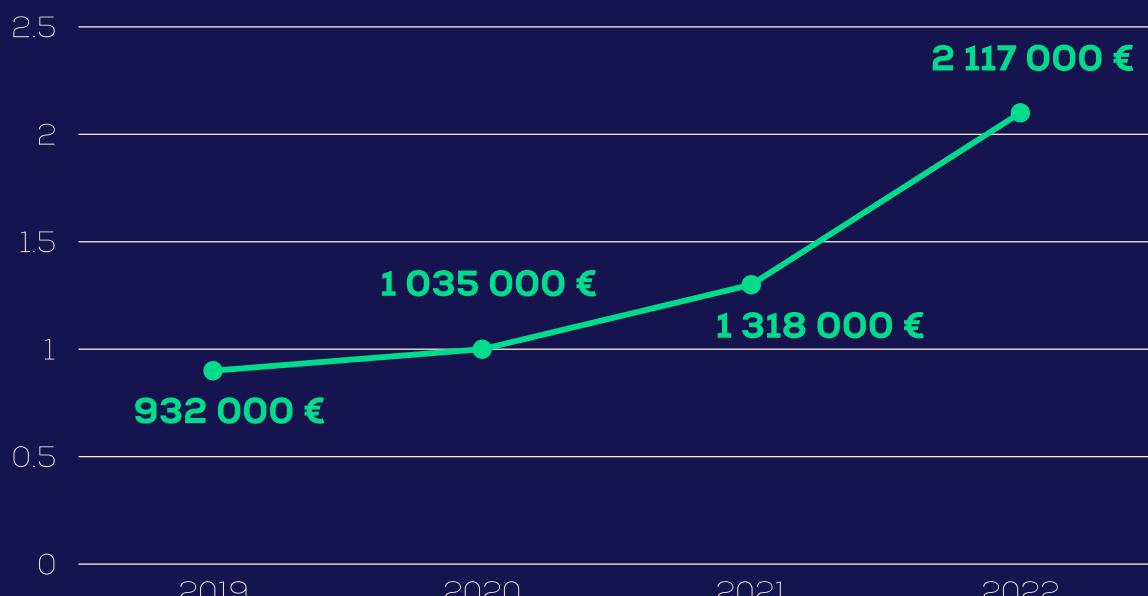
Taux de variation du chiffre d'affaires entre 2019 et 2022

La part représentée par chaque type d'acteur dans le chiffre d'affaires global du secteur a ensuite été estimée. Les organisateurs de compétitions représentent environ 35% du chiffre d'affaires global du secteur, ce qui constitue une large surreprésentation dans la mesure où ces derniers constituaient seulement 13% des répondants au questionnaire. La tendance est similaire pour les équipes professionnelles (29% du chiffre d'affaires global), les producteurs et diffuseurs de contenus (11%) ainsi que les acteurs multi-maillons (10%). En revanche, les prestataires de services et agences ne représentent que 15% du chiffre d'affaires du secteur alors qu'ils comptent pour 51% des répondants.



Le chiffre d'affaires moyen des acteurs du secteur est de **2,1 millions d'euros en 2022**, un chiffre environ deux fois plus élevé qu'en 2019 (932 000€). Le **taux de croissance annuel moyen** de cet indicateur est évalué à **31,4%**, ce qui confirme une fois de plus la croissance soutenue du secteur sur la période 2019-2022 et témoigne de l'émergence d'acteurs puissants sur cette même période. A l'image du chiffre d'affaires du secteur, l'augmentation du chiffre d'affaires moyen la plus forte est observée sur la période 2021-2022.

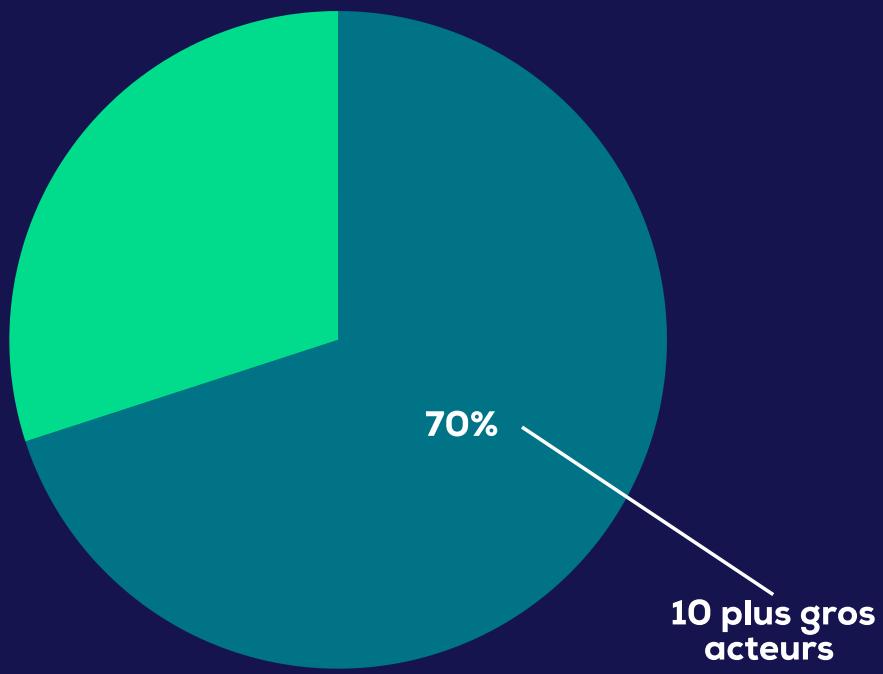
Evolution du chiffre d'affaires moyen des acteurs du secteur esportif en France (en M€)



Taux de croissance annuel moyen de 31,46% sur 2019-2022

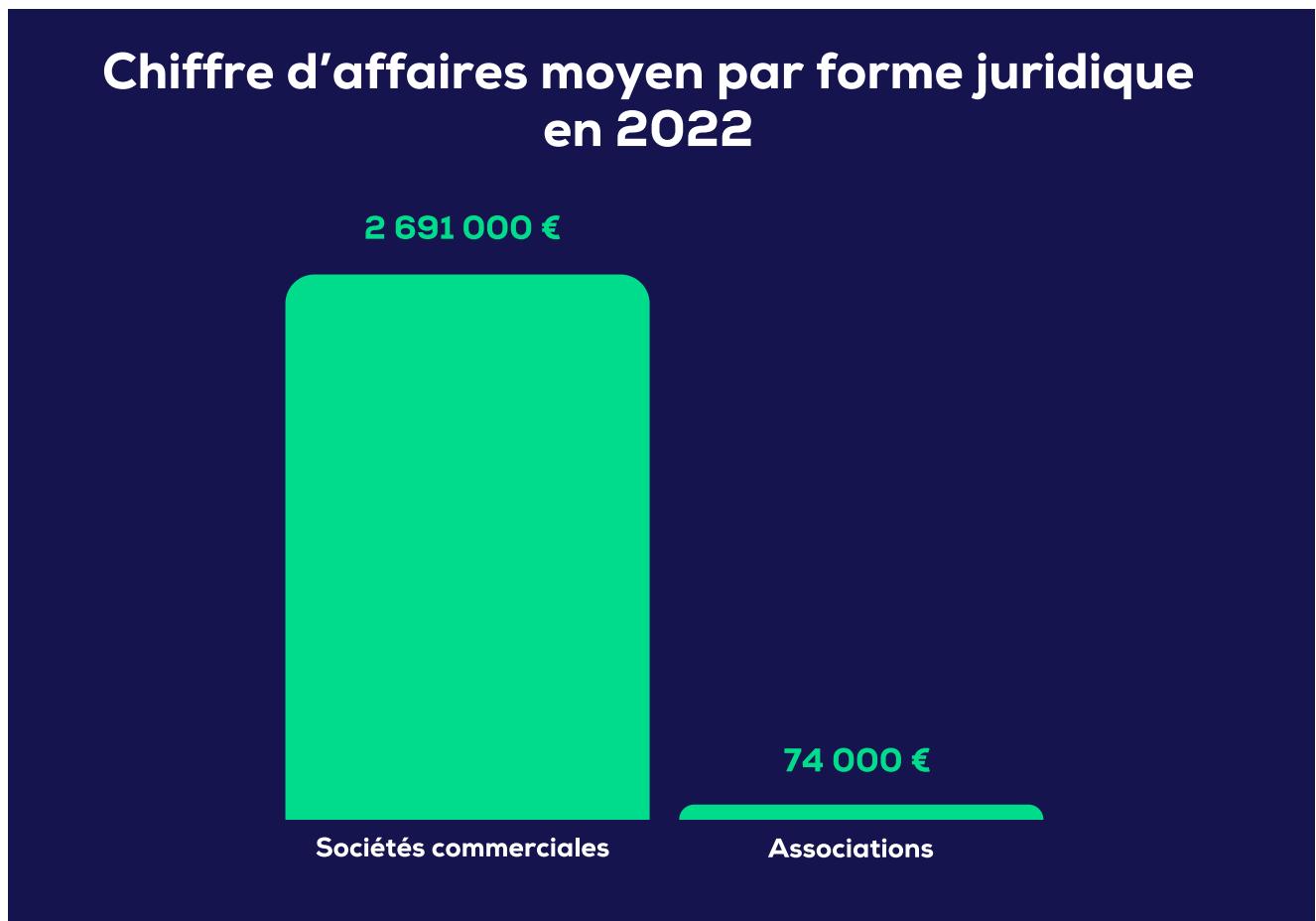
Par ailleurs, certains indicateurs économiques témoignent d'une hétérogénéité prononcée au sein du secteur. Ainsi, si le chiffre d'affaires moyen est de 2,1 millions d'euros en 2022, le **chiffre d'affaires médian est de 150 000€** seulement. Cela signifie que la moitié des acteurs de l'échantillon ont un chiffre d'affaires inférieur à 150 000€ en 2022. L'écart important entre les chiffres d'affaires moyen et médian souligne la forte concentration du secteur. En effet, les dix acteurs réalisant les plus importants chiffres d'affaires représentent à eux seuls 70% du chiffre d'affaires global collecté du secteur, tandis que les trois plus gros acteurs pèsent plus lourd que l'ensemble des autres acteurs étudiés réunis.

Concentration du chiffre d'affaires global du secteur esportif en 2022



• Analyses complémentaires

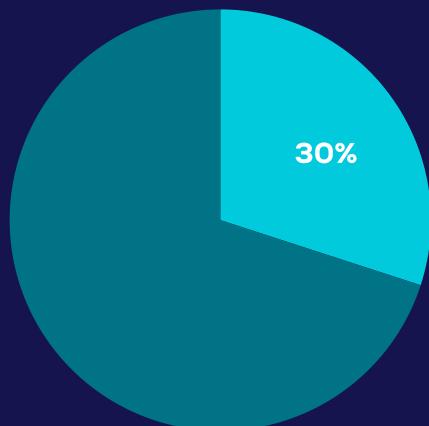
Les analyses par forme juridique (société commerciale, association ou autre) mettent en avant des disparités économiques fortes, bien qu'attendues, entre associations et sociétés commerciales. Sans surprise, les sociétés commerciales disposent de produits plus élevés avec un chiffre d'affaires moyen d'environ 2,7 millions d'euros en 2022. Les associations génèrent des recettes plus faibles, avec un chiffre d'affaires moyen estimé aux alentours de 75 000€. De plus, la comparaison des taux de croissance du chiffre d'affaires souligne encore davantage les difficultés du monde associatif. En effet, les associations sont les seuls acteurs du secteur dont le taux de croissance du chiffre d'affaires est négatif au moins une fois sur la période étudiée. Le taux de croissance moyen du chiffre d'affaires des associations étudiées est estimé à -8% entre 2019 et 2020 et à -16% entre 2020 et 2021. Si les effets liés à la pandémie peuvent en partie expliquer ces résultats, on notera toutefois que le rebond économique observé en 2021-2022 est moins marqué chez les associations (+40% de chiffre d'affaires moyen) que pour les sociétés commerciales (+60%).



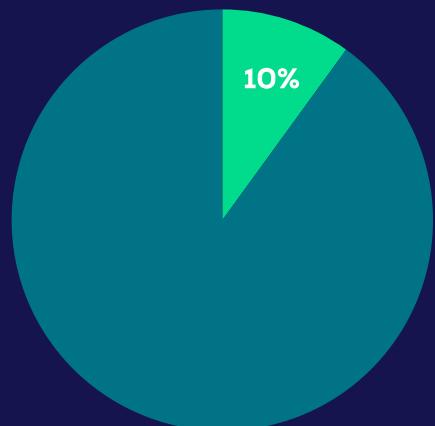
Une analyse basée sur l'année de création des structures a également été conduite. Il a ici été choisi de comparer les entreprises créées avant et après 2019, année considérée comme dernier point de référence avant la crise sanitaire. Il apparaît que les structures créées depuis 2019 représentent 30% de la population du secteur, ce qui témoigne d'un certain dynamisme du secteur. En revanche, ces dernières ne représentent que 10% du chiffre d'affaires de l'échantillon collecté (12 millions d'euros sur 116 millions d'euros pour l'ensemble des structures).

Part des structures créées depuis 2019 dans le chiffre d'affaires du secteur

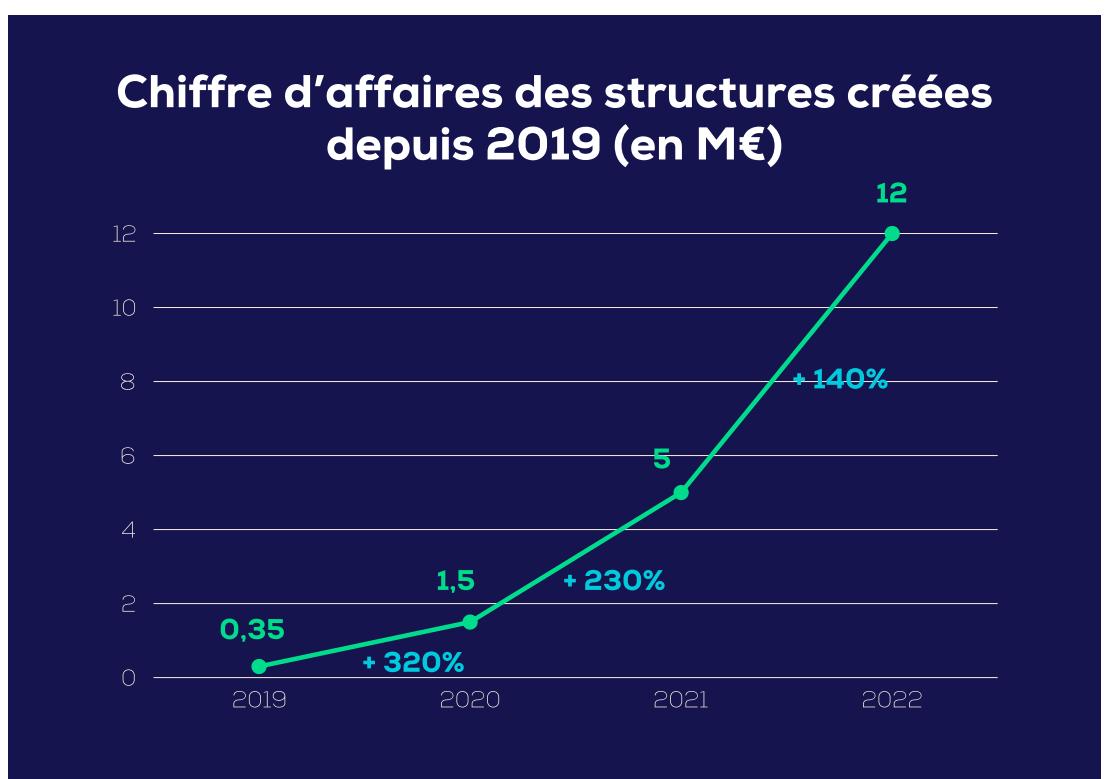
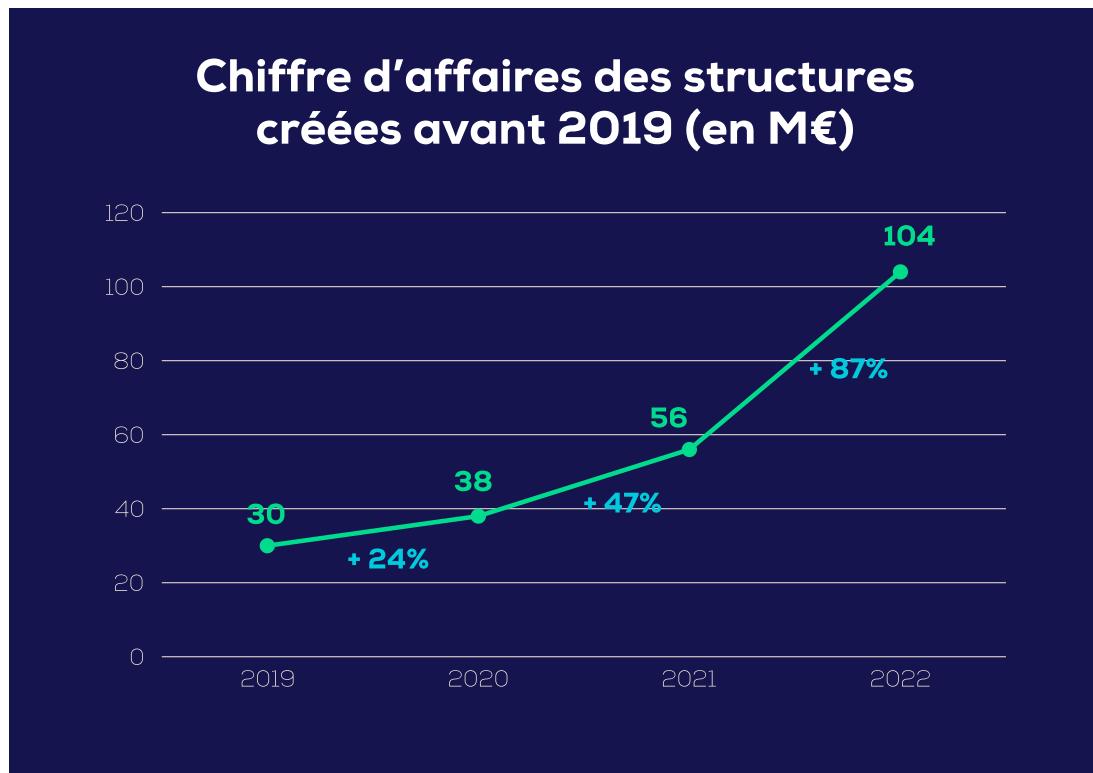
Part dans la population du secteur en 2022



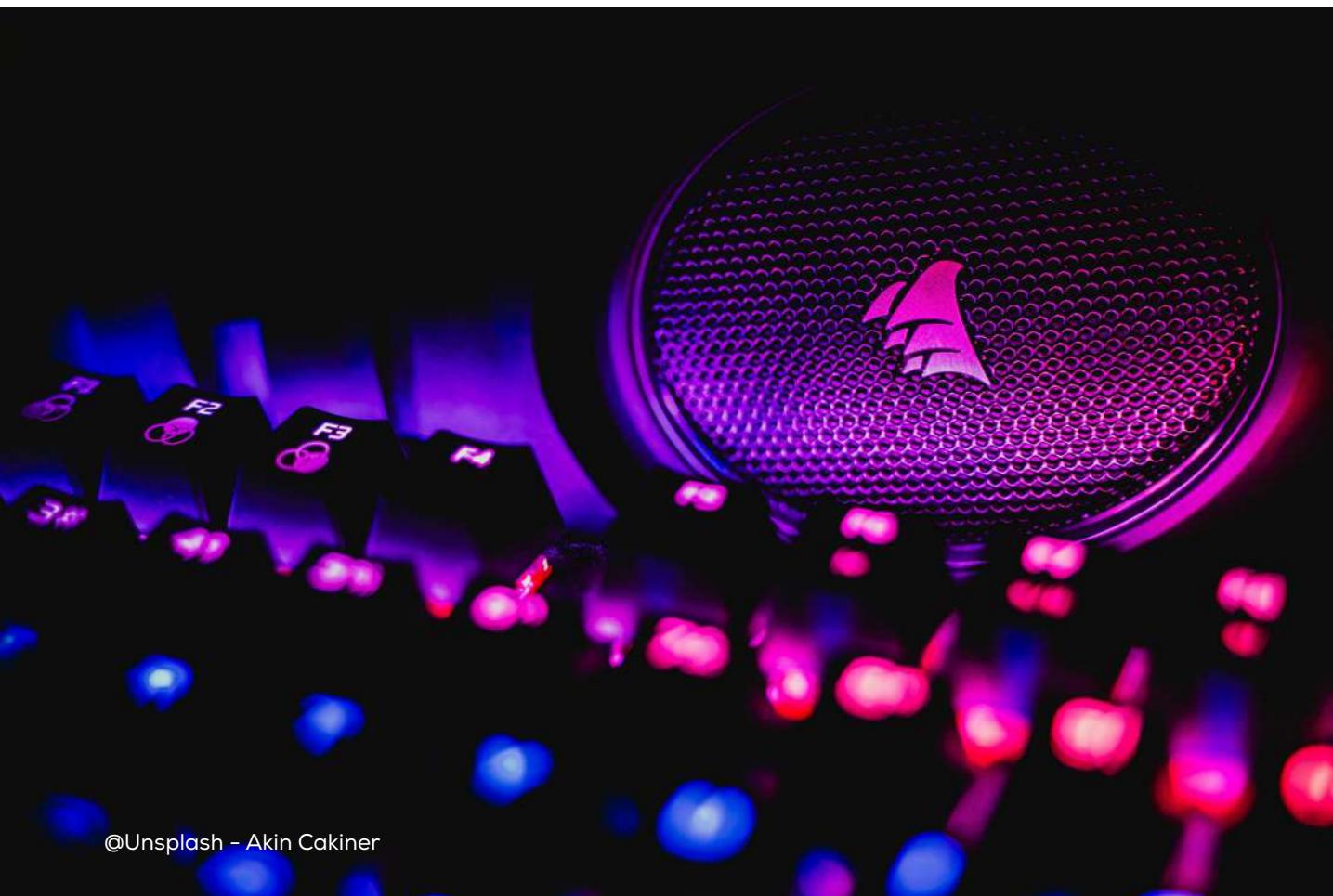
Part dans le chiffre d'affaires global du secteur en 2022



Les entreprises créées depuis 2019 sont particulièrement dynamiques et affichent des taux de croissance relativement élevés. La tendance actuelle semble d'ailleurs montrer une réduction de l'écart entre les jeunes structures et les plus « anciennes ». Ainsi, les structures créées depuis 2019 représentaient seulement 1% du chiffre d'affaires global du secteur en 2019 contre 10% en 2022.



Enfin, les levées de fonds réalisées entre 2019 et 2022 ont été analysées. L'échantillon collecté permet d'évaluer à 55,6 millions d'euros le montant total de fonds levés par les acteurs du secteur sur la période de 2019-2021, ce qui représente une moyenne de 18,5 millions d'euros chaque année. Les chiffres semblent d'un ordre de grandeur similaire en 2022 avec environ 22,9 millions d'euros de fonds levés déclarés. Ces chiffres sont en légère baisse en comparaison avec les montants de fonds levés en 2019, évaluées à 29 millions d'euros selon l'étude PIPAME. En revanche, il est possible de noter une légère augmentation du nombre d'acteurs ayant recours à des levées de fonds, avec 12 acteurs concernés sur la période 2019-2021 contre 8 en ne considérant que l'année 2022. Nous constatons par ailleurs une évolution de la typologie des acteurs levant des fonds. Là où en 2019-2020 il s'agissait essentiellement d'équipes professionnelles souhaitant accélérer leur croissance ou intégrer des ligues fermées, en 2022, le spectre des acteurs concernés s'est élargi.



B - Emploi dans l'esport

La seconde partie de l'étude quantitative vise à déterminer le poids du secteur esportif en matière d'emploi en France en 2022. Outre le nombre d'ETP générés en France, des données complémentaires sur l'emploi seront fournies, à l'image du taux de féminisation ou des principales difficultés de recrutement rencontrées.

- **Nombre d'Equivalent Temps Plein (ETP) du secteur en 2022**

L'échantillon collecté dans le cadre de l'analyse quantitative représentait un total de **834 emplois en équivalent temps plein**. Ces 834 emplois ont été obtenus de la façon suivante : les structures interrogées ont d'abord renseigné un total de 856 emplois esport²¹. Ces emplois ont ensuite été convertis en équivalent temps plein, ce qui a permis d'identifier 604,2 ETP au sein des différentes structures répondantes. A cela il convient d'ajouter le total de 230 joueurs professionnels recensés par les équipes professionnelles répondantes²².

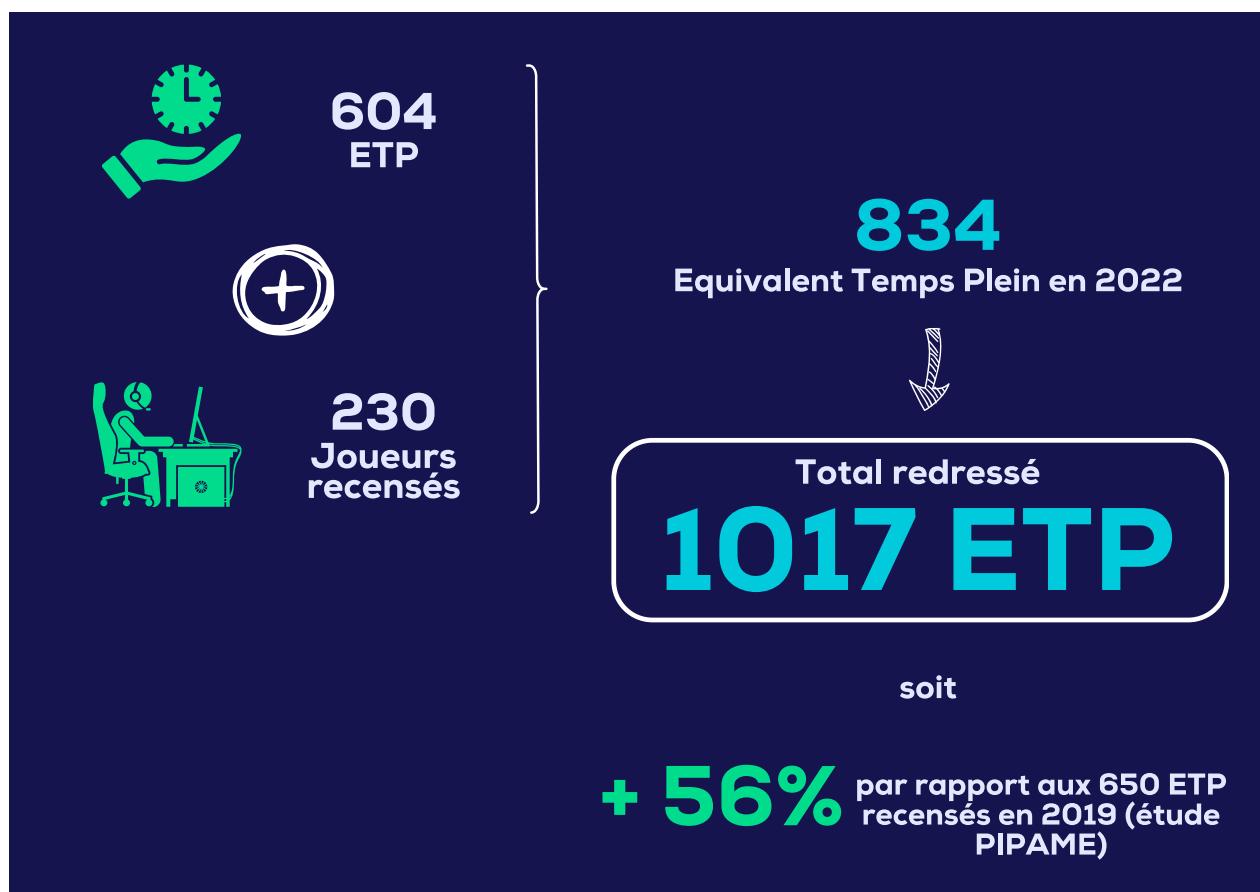


@Unsplash - Christian Wiedige

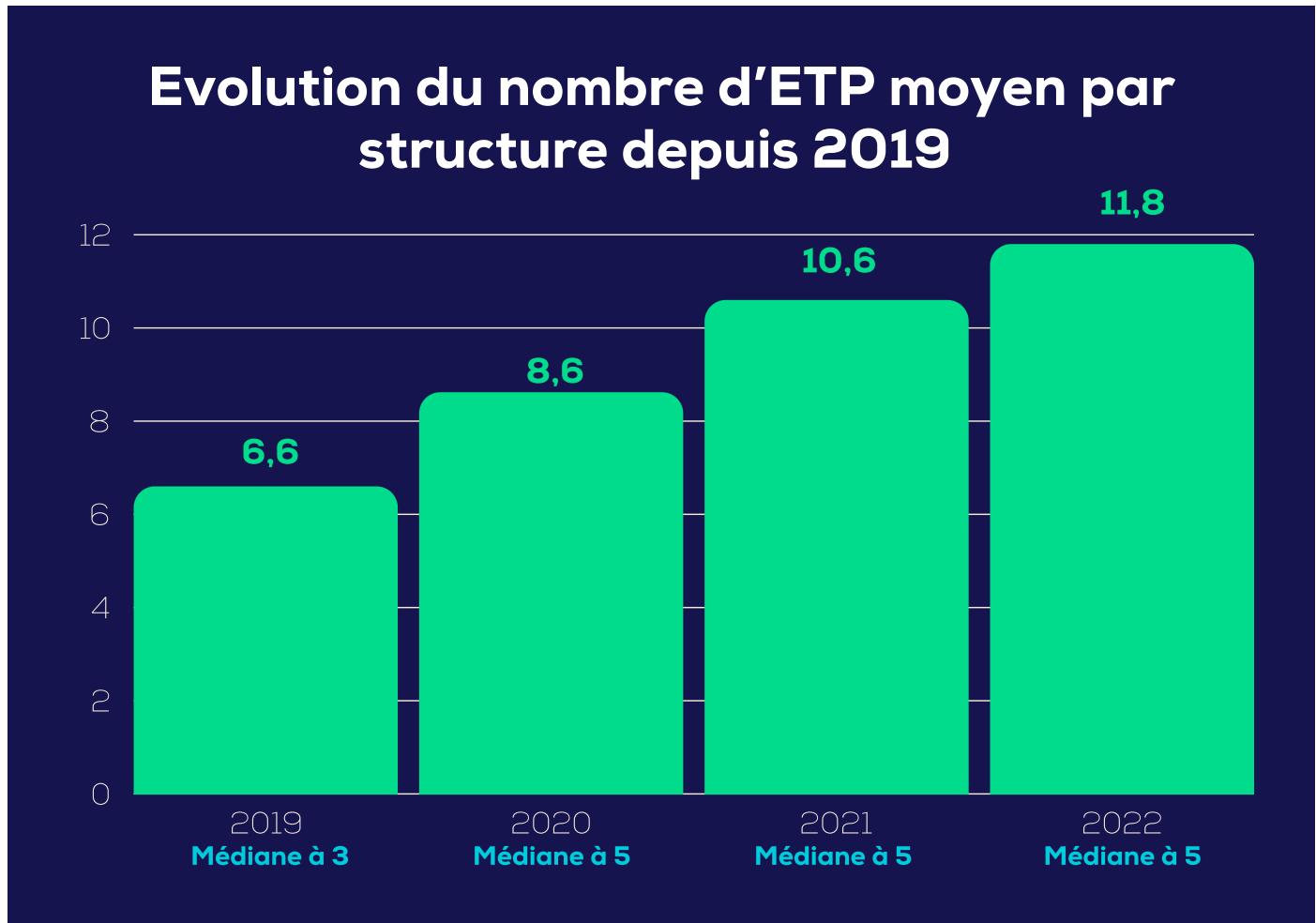
²¹ Rappel : un emploi esport est défini comme un emploi dont plus de 50% du temps de travail hebdomadaire est dédié à des missions liées à une activité dans l'esport.

²² Les équipes professionnelles répondantes se voyaient poser la question suivante : « combien de joueurs avez-vous engagé en compétition en 2022 ? ». La somme des réponses à cette question donne le chiffre des 230 joueurs professionnels recensés dans notre échantillon.

L'addition du nombre d'ETP (604,2) ainsi que du nombre de joueurs (230) permet d'obtenir un total de 834,2 ETP. Des calculs de redressement ont ensuite été effectués afin d'estimer le nombre d'emplois générés par le secteur, en utilisant le taux de représentativité de 82%. Ces calculs permettent donc d'estimer le **nombre d'ETP global pour le secteur à 1 017 en 2022**. Ce résultat met en évidence une forte augmentation par rapport aux 650 ETP recensés en 2019 dans le cadre de l'étude PIPAME, avec une progression de **56%** sur la période.



Les résultats obtenus soulignent ensuite une augmentation progressive du nombre d'ETP moyen par structure sur la période 2019-2022. Le **nombre d'ETP moyen atteint 11,8 en 2022**, contre 6,6 en 2019, soit une augmentation de plus de 75% en quatre ans. On notera d'ailleurs que l'augmentation du nombre d'ETP moyen est quasiment constante sur la période et augmente en moyenne de 2 par an, à l'exception de l'année 2022 (+1,2 ETP moyen par rapport à 2021).



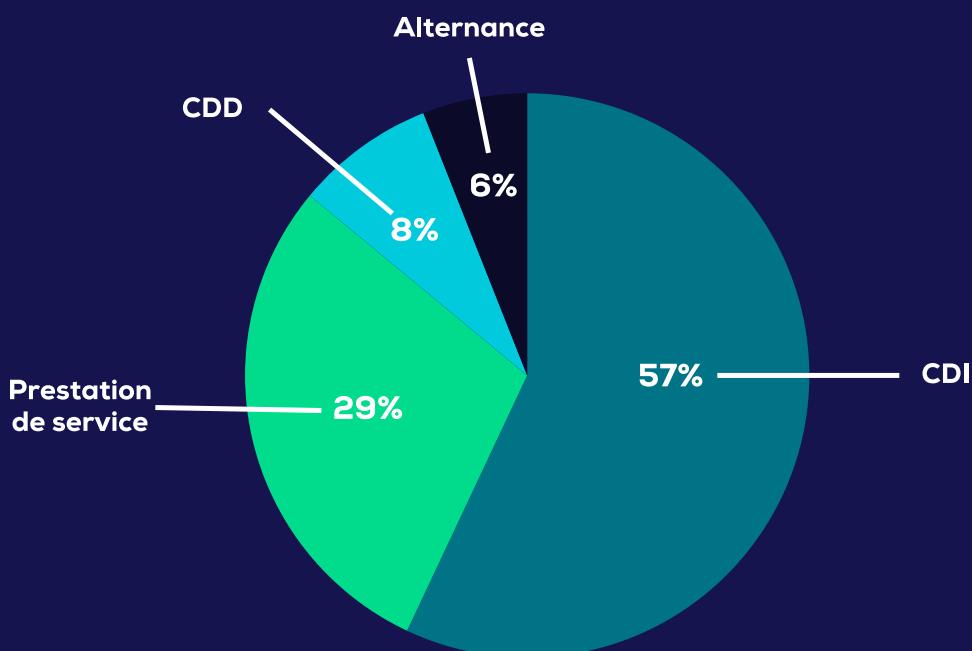
Cependant, il paraît risqué d'avancer que la taille de l'ensemble des structures du secteur ait augmenté à un tel rythme de manière uniforme. En effet, le nombre d'ETP médian reste largement plus stable sur la période, passant de 3 en 2019 à 5 sur la période 2020-2022. Cela signifie que plus de la moitié des structures du secteur reste en dessous des 5 ETP depuis 2020 et indique que ce dernier est donc caractérisé par une écrasante majorité de microentreprises²³.

²³ Selon l'Insee, une microentreprise est une entreprise occupant moins de 10 personnes, et qui a un chiffre d'affaires annuel ou un total de bilan n'excédant pas 2 millions d'euros.

• Analyses complémentaires

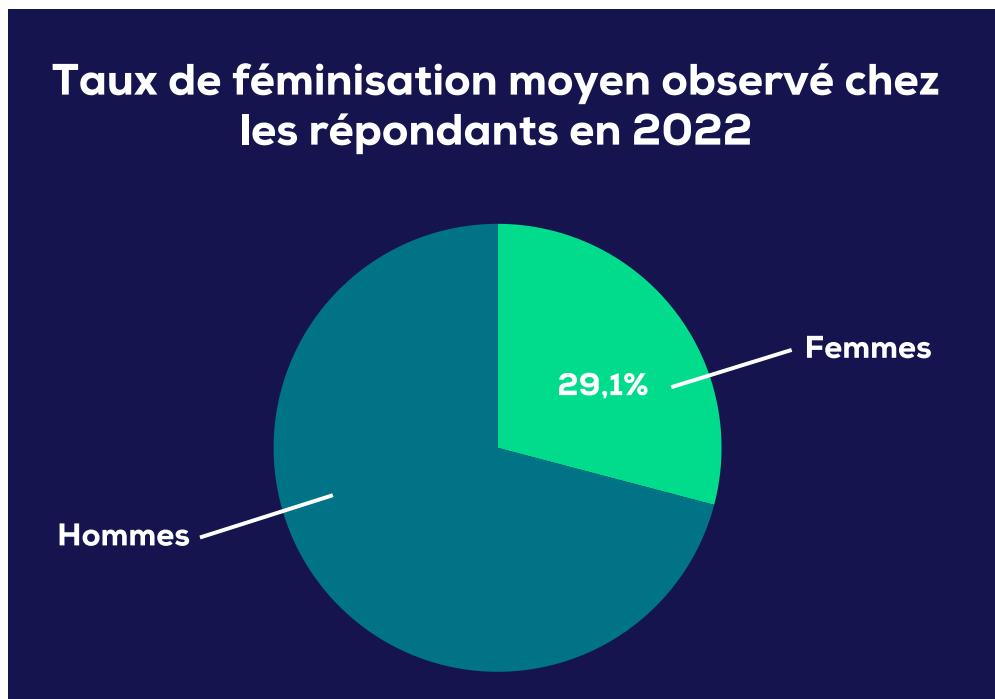
Outre le nombre d'emplois, leur nature juridique a également fait l'objet d'une étude dans le cadre du questionnaire déployé en ligne. Les structures répondantes devaient renseigner la répartition des relations contractuelles les liant à leurs employés. Quatre choix de réponse étaient alors proposés : contrat à durée indéterminée (CDI), contrat à durée déterminée (CDD), contrat en alternance et contrat de prestation de services. La répartition de l'emploi obtenue avec l'échantillon collecté est la suivante pour 2022 : 57% des emplois déclarés étaient des CDI, 29% des contrats étaient des prestations de services, 8% étaient embauchés en CDD tandis que les alternances représentaient 6% du total. Ces chiffres peuvent être comparés avec les données nationales publiées par l'Insee. Selon l'Insee, environ 73% des personnes en emploi en France en 2022 le sont dans le cadre d'une relation de salariat en CDI, 13% sont indépendants, 10% sont en CDD ou en intérim et 3% sont en alternance ou en stage²⁴. Toute proportion gardée, il semble donc que l'échantillon collecté mette en avant une sous-représentation des CDI au sein du secteur de l'esport, dont une partie est remplacée par une large part d'indépendants travaillant en prestation de service. La part d'alternants est également deux fois plus grande qu'à l'échelle nationale.

Répartition de l'emploi par type de contrat au sein du secteur esportif en 2022



²⁴ Source : Insee Références - Emploi, chômage, revenus du travail, Insee, 2023.

Le taux de féminisation des structures de l'échantillon collecté a également été étudié est de 29,1%. Les taux de féminisation enregistrés vont de 0 à 70% en fonction des acteurs. On notera que les femmes représentent au moins 50% des salariés dans 8% des structures répondantes. Il semble possible d'approcher ces données de deux manières.



D'un côté, le taux de féminisation du secteur semble nettement en-dessous de la moyenne nationale, estimée à environ 50% en 2020 par l'Insee²⁵. De l'autre, compte-tenu du faible taux de féminisation de la scène compétitive esportive en France, évalué à seulement 7%²⁶, le fait que le taux de féminisation global du secteur soit quatre fois plus élevé constitue un élément relativement encourageant.



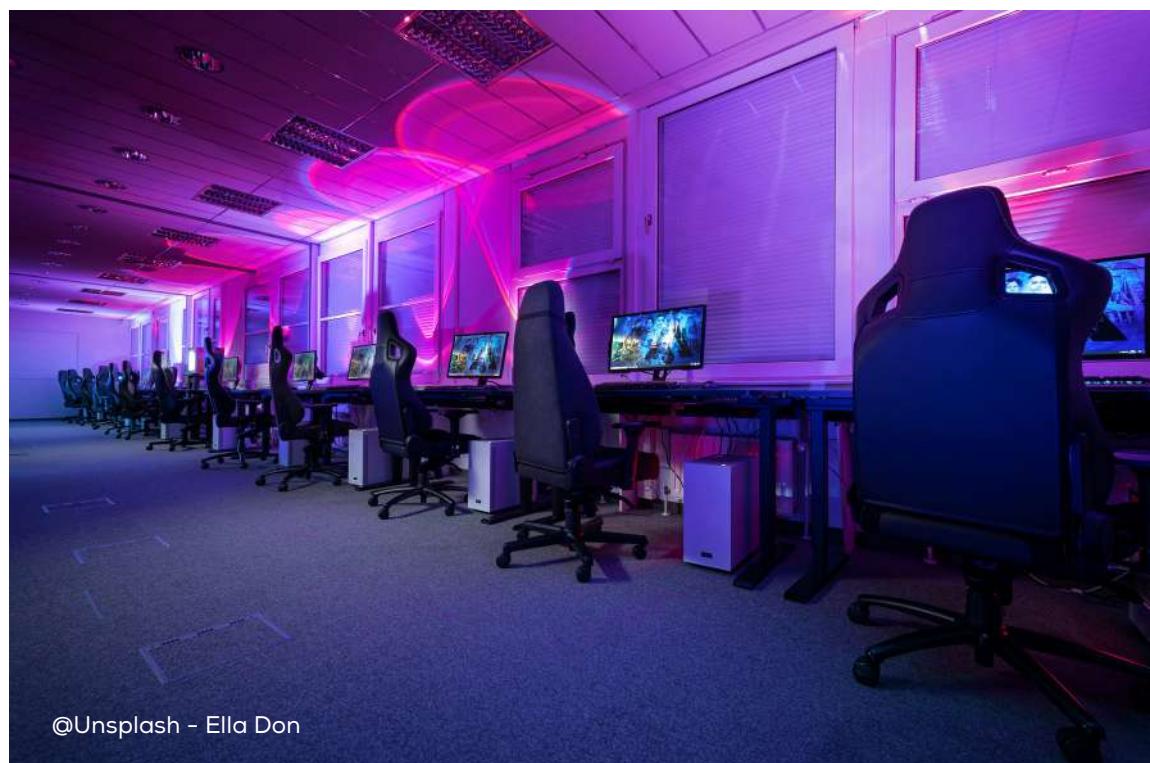
²⁵ Source : Insee Références – Femmes et Hommes, l'égalité en question, Insee, 2022.

²⁶ Source : Baromètre France Esports, France Esports et Médiamétrie, 2023.



@Unsplash - Wtfast

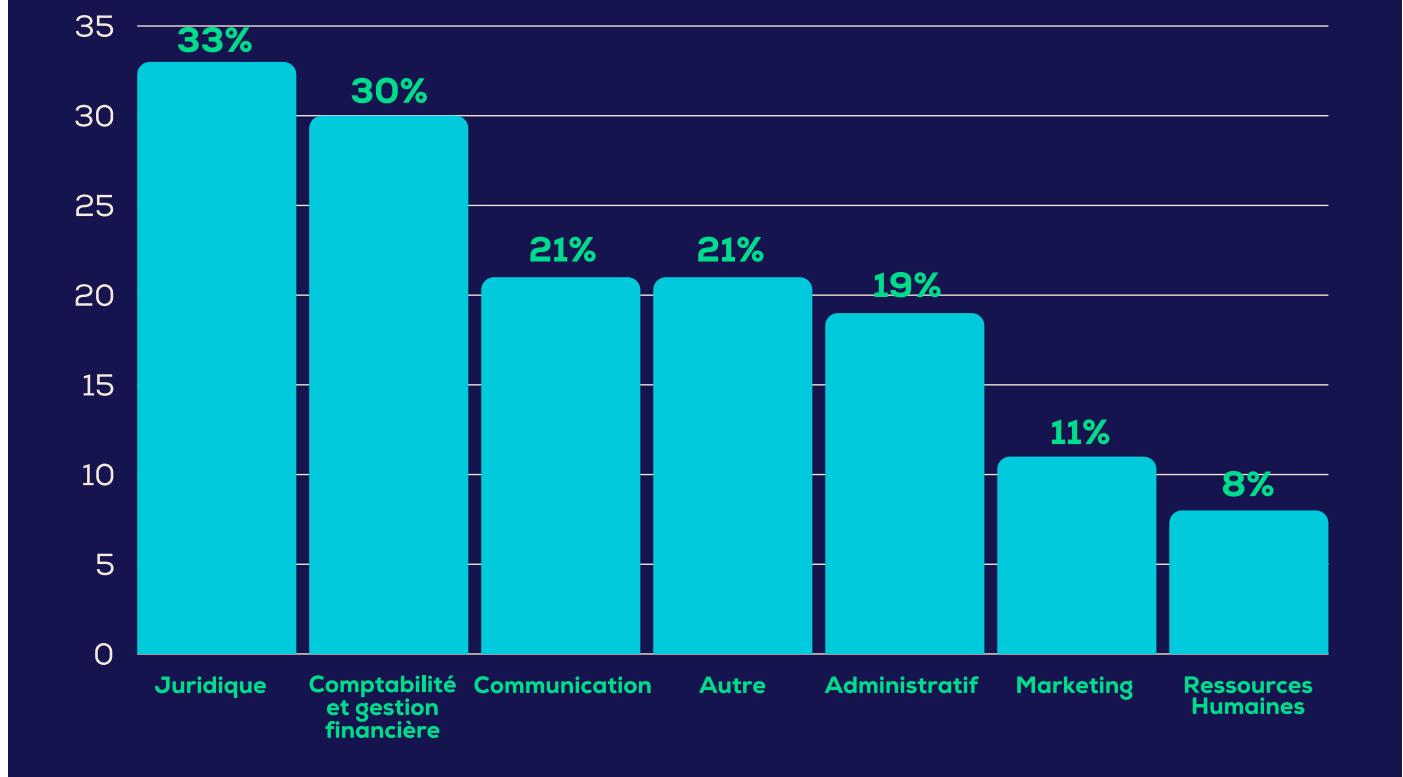
Ensuite, une question relative à l'externalisation de tâches était posée aux structures répondantes. Les résultats soulignent que quatre acteurs sur cinq déclarent faire appel à des prestataires afin d'externaliser certaines tâches liées à la gestion stratégique de l'entreprise.



Les structures concernées se sont vu poser une question additionnelle leur demandant de préciser les tâches sujettes à une externalisation. Le graphique ci-dessous précise, pour chaque tâche stratégique identifiée, le pourcentage de répondants déclarant faire appel à des prestataires extérieurs dans le cadre de la gestion de la tâche. Le juridique est le domaine le plus souvent cité, un tiers des répondants déclarent externaliser cet aspect de la gestion d'entreprise. Ensuite, 30% des répondants déclarent faire appel à des prestataires extérieurs pour la comptabilité et la gestion financière. D'autres tâches sont régulièrement citées, à l'image de la communication (21%) ou de l'administration (19%).

Enfin, la catégorie « autre » est également citée par environ 20% des répondants. Il était ici possible pour les répondants de préciser le type de tâches externalisées, les réponses obtenues étant fortement polarisées autour de deux types de tâches, à savoir la production audiovisuelle (monteurs, graphistes) et l'organisation de compétitions (événementiel, commentateurs, sécurité).

Pourcentage de structures esportives par type de tâche externalisée en 2022



Enfin, il a été demandé aux acteurs interrogés si ces derniers éprouvaient des difficultés à recruter lorsqu'ils disposaient de postes à pourvoir. Environ 40% des répondants ont répondu positivement. Si ces acteurs sont donc minoritaires, le chiffre reste relativement élevé et témoigne d'une certaine tension sur le marché de l'emploi, qui semble d'ailleurs concentrée autour de certains corps de métiers. En effet, les entités éprouvant des difficultés à recruter étaient interrogées sur les types de métiers pour lesquelles des difficultés étaient rencontrées. La profession la plus régulièrement citée est, de loin, la profession de commercial. Viennent ensuite les métiers de la communication (ex : Community manager) ainsi que de la production audiovisuelle. Il semble intéressant de noter que la quasi-totalité des difficultés exprimées concernent des postes de fonctions support et ne concernent donc pas l'aspect purement « sportif » (joueurs, coachs, staff etc.) du secteur.

Difficultés de recrutement des répondants

40%

des structures éprouvent des difficultés à recruter

Particulièrement :



> Commerciaux



> Métiers de la communication

ex : community manager



> Métiers de la production de contenu

ex : streaming

C – Conclusion

Les données présentées mettent en relief une évolution marquée du secteur de l'esport entre 2019 et 2022. D'abord, le poids économique de l'esport en France a quasiment triplé sur la période, passant de 50 à 141 millions d'euros (après redressement). La croissance du secteur semble continue, avec une augmentation annuelle moyenne de 55% environ. En revanche, certains indicateurs témoignent d'une forte concentration du secteur autour d'un nombre restreint d'acteurs. En particulier, les écarts observés entre indicateurs moyens et médians soulignent qu'une majorité d'acteurs du secteur est aujourd'hui constituée de TPE/PME, tandis que les plus gros acteurs réalisent la plus grande part du chiffre d'affaires du secteur. Par ailleurs, on pourra noter une certaine fragilité financière des associations, qui génèrent très peu de revenus et ont été affectées plus durement par la crise Covid que les sociétés commerciales. Enfin, les levées de fonds laissent supposer que l'environnement économique du secteur se diversifie, avec des typologies de structures de plus en plus variées ayant recours aux levées de fonds.

L'échantillon collecté permet également d'estimer à 1017 ETP le nombre d'emplois générés en France par le secteur de l'esport en 2022. Ce chiffre correspond à une augmentation de 56% environ par rapport aux 650 ETP recensés par l'étude PIPAME en 2019. L'emploi au sein du secteur de l'esport semble aujourd'hui être caractérisé par un recours massif à la prestation de service, venant souvent supplanter le contrat à durée indéterminée. De plus, les résultats démontrent que, à l'image du chiffre d'affaires, l'augmentation du nombre d'ETP est intrinsèquement liée aux plus gros acteurs du secteur. Enfin, on notera qu'une part non négligeable des structures éprouve des difficultés à recruter, ce qui témoigne d'une certaine tension sur le marché de l'emploi.



03

Présentation des tendances identifiées dans l'analyse qualitative

Présentation des tendances identifiées dans l'analyse qualitative

La collecte des données qualitatives a fait l'objet d'entretiens semi-directifs auprès d'éditeurs de jeux vidéo, de collectivités territoriales et d'experts du secteur. Les entretiens ainsi réalisés permettent de dégager un certain nombre de tendances concernant le secteur de l'esport en France. L'objectif de cette partie qualitative est donc de contextualiser et d'expliquer les données quantitatives présentées précédemment.

A - Développement économique de l'esport : une quête de consolidation après une forte croissance

• Un développement continu

Les données quantitatives collectées mettent en évidence une forte augmentation du taux de croissance du chiffre d'affaires des entreprises du secteur de l'esport français sur la période 2019-2022. En effet, ce dernier est passé de 27% entre 2019 et 2020 à 54% entre 2020 et 2021 pour s'établir à 92% pour la période 2021-2022. Le développement économique de l'esport est intrinsèquement lié au développement de la pratique compétitive du jeu vidéo, qui s'est rapidement diffusée depuis la fin des années 1990 grâce à trois facteurs majeurs.

Le premier facteur expliquant la montée en puissance de l'esport est la nette augmentation des audiences depuis le début du XXI^e siècle. L'actualité récente montre d'ailleurs l'engouement croissant des *fans* pour les événements esportifs. La finale des Worlds de *League of Legends* le 19 novembre 2023 a ainsi atteint un pic d'audience de près de 6,5 millions de personnes avec une moyenne de 1,2 millions de spectateurs²⁷ dans le monde. Selon certaines études, les audiences mondiales d'esport devraient continuer de croître à un rythme d'environ 8% par an passant de 532 millions en 2022 à 640,8 millions en 2025²⁸. En France, les événements physiques de grande ampleur se multiplient, attirant parfois des dizaines de milliers de spectateurs ou visiteurs sur place²⁹. La période de la crise sanitaire de la Covid-19 fait figure d'exception et a impacté négativement un certain nombre d'acteurs du secteur, causant notamment l'annulation de nombreux événements en présentiel.

Deuxièmement, les progrès technologiques des dix dernières années ont largement contribué à la démocratisation de l'esport à l'échelle mondiale. Cela se voit notamment à travers l'explosion du streaming qui est aujourd'hui devenu le principal mode de consommation de contenu esportif. La quasi-gratuité des sites de streaming a ainsi largement contribué au développement des audiences esportives en permettant à tout un chacun de suivre des compétitions à la seule condition que l'utilisateur dispose d'une connexion internet. Les progrès technologiques ont également permis aux acteurs du secteur de proposer du contenu toujours plus qualitatif pour des coûts de production relativement bas, notamment en comparaison avec d'autres médias traditionnels comme la télévision.



²⁷ Source : <https://escharts.com/tournaments/lol/2023-world-championship>, consulté le 29/01/2024.

²⁸ Source : April 2022 Global Esports and Live Streaming Market Report, NewZoo, 2022.

²⁹ A titre d'exemple, le KCX 3 organisé par la Karmine Corp en septembre 2023, a attiré environ 28 000 personnes en présentiel à Paris..

Enfin, le développement économique de l'esport a largement été soutenu par l'émergence de nouveaux marchés. Historiquement, l'esport a émergé dans un nombre restreint de régions (Europe, Etats-Unis, Asie de l'Est), jusqu'à devenir un véritable phénomène culturel dans certains pays comme la Corée du Sud. La forte dimension internationale de la pratique a cependant poussé la discipline à se propager dans de nouveaux pays au cours des dernières années. C'est donc logiquement que de nouveaux marchés géographiques sont progressivement apparus, renouvelant ainsi les perspectives de croissance économique. Ces marchés incluent notamment l'Amérique du Sud, l'Afrique, l'Inde ou encore le Japon, où l'esport se développe particulièrement rapidement depuis quelques années.

Le Moyen-Orient semble également avoir pris le tournant de l'esport et dispose d'une stratégie proactive, voire offensive, sur le secteur. Cela peut se voir à travers l'acquisition récente de la ligue professionnelle ESL Gaming et de la société de production FACEIT par le groupe saoudien Savvy Gaming Group. L'objectif affiché était de créer la principale plateforme mondiale de jeux compétitifs, désormais nommée ESL FACEIT Group. Cette opération a été suivie par l'acquisition par le même groupe des droits sur l'eSports World Convention (ESWC) et l'annonce dans la foulée de la tenue d'une « Coupe du monde », à partir de l'été 2024, ambitionnant de devenir l'un des plus grands tournois au monde. À travers le Savvy Gaming Group, l'Arabie Saoudite projette d'investir plusieurs dizaines de milliards de dollars américains dans les jeux vidéo et l'esport au cours des années à venir et devrait ainsi jouer un rôle important dans la définition des futurs contours du secteur.



• Le défi de la monétisation des audiences

L'explosion des audiences a confronté le secteur de l'esport à une problématique aujourd'hui devenue centrale : de quelle(s) manière(s) est-il possible de monétiser les vues générées par l'arrivée de nouveaux spectateurs ? En effet, le secteur de l'esport est généralement caractérisé par une consommation de contenus gratuits (hors événements en présentiel), notamment via les services de streaming (ex : *Twitch*) ou de rediffusion sur les réseaux sociaux (ex : *YouTube*).

De plus, le contenu produit lors des compétitions esportives est globalement inadapté à la diffusion télévisuelle puisque les compétitions s'étendent sur plusieurs jours et que les affrontements sont disputés sur des plages horaires relativement amples. Cela explique en grande partie pourquoi l'esport est encore virtuellement absent de toute diffusion télévisuelle, à quelques rares exceptions. Dans ce contexte, les groupes médias intéressés par la diffusion de contenu esport peuvent s'appuyer sur des canaux alternatifs, à l'image des plateformes *Over The Top* (OTT). Le contenu esport étant majoritairement inadapté à la diffusion télévisuelle tout en étant caractérisé par une gratuité omniprésente, il est à l'heure actuelle impossible pour les détenteurs de droits du secteur de générer des revenus, liés à la diffusion de leurs compétitions, susceptibles de soutenir leur modèle économique.

L'absence de droits de diffusion télévisuelle rend donc le modèle économique d'un certain nombre d'acteurs du secteur relativement fragile. Ce dernier est généralement porté par les revenus issus du sponsoring ou de la prestation de service, la dépendance à un seul type de revenus constituant de fait une difficulté significative pour le secteur³⁰. Après une phase de croissance soutenue, permise par l'augmentation des investissements (notamment des sponsors), il semblerait donc que le secteur ait entamé une phase de transition, ou plutôt de consolidation économique. A ce titre, l'individualisation croissante des contenus esportifs, polarisés autour de personnalités fortes et soutenues par de larges communautés, pourrait faire évoluer le secteur de l'esport d'un aspect strictement compétitif vers une économie du divertissement plus générale.

³⁰ L'échantillon étudié montre que les revenus issus du sponsoring et de la vente de prestations de conseil représentent en moyenne 75% des revenus totaux des structures.

Ce constat suggère une orientation de la filière, déjà observable, vers le marché de l'influence, ce dernier s'étant progressivement imposé ces dernières années. Il est possible d'observer ce phénomène à travers l'arrivée d'équipes professionnelles de « nouvelle génération » dirigées par des figures connues de l'univers du streaming et de l'influence. Des équipes à l'image de la Karmine Corp ou de Gentle Mates, portées par des influenceurs de renom, ont ainsi vu le jour très récemment³⁰. Ces équipes professionnelles sont créées sur la base de la notoriété de leurs fondateurs et peuvent dès l'origine s'appuyer sur une *fanbase* significative et fortement engagée. Cela leur permet notamment de susciter l'intérêt de nouveaux sponsors dès la création de la structure afin de générer des revenus de nature à leur permettre de nourrir leurs ambitions en termes de performance esportive. On notera enfin que l'émergence du marché de l'influence touche également le secteur de l'événementiel, dans la mesure où de plus en plus d'influenceurs sont associés à l'organisation d'événements dans le but de capter un public plus large. La venue des influenceurs s'opérant généralement en échange d'une contribution financière de la part des organisateurs, le développement du marché de l'influence a pour conséquence l'augmentation des coûts d'organisation pour certains acteurs du secteur.

• **La recherche d'un modèle économique pérenne**

Face à l'absence de droits de diffusion, les pistes de développement tendent à se multiplier dans le cadre de ce qui devient une véritable quête de modèle économique pérenne pour le secteur. Cela est particulièrement vrai pour les équipes professionnelles dont les revenus dépendent en grande partie des contrats de sponsoring et, dans une moindre mesure, de levées de fonds privés, ce qui tend à renforcer leur instabilité économique. Les revenus issus du sponsoring étant par essence liés aux performances en termes d'audience de l'objet qu'ils soutiennent, la renommée et l'intérêt du public jouent, dès lors, un rôle essentiel. L'importance de l'audience peut parfois supplanter celle des performances esportives qui ne suffisent alors plus à stabiliser le modèle économique des équipes professionnelles, à l'image de LDLC OL, équipe ayant disparu en 2023 malgré de très bons résultats sur la scène compétitive.

³⁰ La Karmine Corp a été créée en 2020, Gentle Mates en 2023.

La quête d'un modèle économique viable est devenue une priorité pour l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur, chacun cherchant désormais des sources de revenus stables et récurrents afin de sortir de la traditionnelle dépendance aux sponsors et aux investissements. Cette dynamique peut d'ailleurs être conjointe et réunir différents acteurs. Par exemple, les équipes professionnelles travaillent régulièrement de concert avec les éditeurs lors de la mise en place de mécanismes de *revenue sharing* ou avec les collectivités, à l'image du partenariat entre la Karmine Corp et Grand Paris Sud Seine Essonne Sénart afin de doter l'équipe de son propre stade. L'événementiel est ici considéré comme un levier potentiel de croissance pour la structure, qui sera en mesure de déployer ses propres événements aux Arènes de Evry-Courcouronnes dès 2024. Les outils de *fan engagement* permettant de récompenser l'engagement des supporters en se reposant par exemple sur des mécanismes de fidélisation constituent également des pistes intéressantes dans l'optique de diversifier ses revenus.

De telles opérations ne garantissent pour autant pas un succès auprès des audiences. Si l'esport se caractérise par un fort engagement de ses communautés, une compréhension des codes ainsi que des usages est un prérequis indispensable. A ce titre, il convient de noter que la pratique et la consommation de l'esport sont protéiformes : ces dernières varient aussi bien en fonction des différents jeux que des différents supports utilisés. La question du support de jeu cache d'ailleurs un autre levier potentiel de croissance économique, avec l'émergence attendue d'un marché fort de l'esport mobile. Ce dernier, actuellement sous-représenté en France, devrait se développer au cours des prochaines années et offrir d'intéressantes perspectives de croissance. Rappelons que le smartphone constitue aujourd'hui le support de jeu le plus utilisé par les Français puisque 53% d'entre eux jouent sur leur téléphone mobile³². La frontière entre gaming occasionnel et pratique esportive est particulièrement fine sur mobile. Cette plateforme représente donc un potentiel relais de croissance et pourrait devenir l'un des axes de développement majeurs du secteur pour les années à venir.

³² Source : *Les Français et le jeu vidéo*, SELL et Médiamétrie, 2023

B - Les éditeurs de jeux vidéo : entre stabilisateurs et régulateurs

- **Un lien fort avec le secteur de l'esport et ses acteurs**

Détenteurs des droits de propriété intellectuelle liés aux jeux vidéo utilisés sur la scène esportive, les éditeurs constituent des acteurs incontournables de l'écosystème économique de l'esport à l'échelle mondiale. Les entretiens réalisés dans le cadre de cette étude mettent d'ailleurs en avant un volontarisme grandissant de la part de ces derniers, qui n'hésitent pas à soutenir le développement de la scène esportive partout dans le monde. En effet, nombreux éditeurs contribuent aujourd'hui au développement économique du secteur de l'esport, que cela soit par exemple en soutenant l'organisation de compétitions ou en étant eux-mêmes opérateurs des différents circuits compétitifs. Il convient de noter que, pour l'ensemble des éditeurs interrogés, les dépenses engagées dans l'esport correspondent à un investissement qui ne s'avère pour l'instant pas rentable. Les budgets évoqués au cours des différents entretiens varient mais se chiffrent généralement en centaines de milliers voire en millions d'euros.

A défaut d'être directement rentable, l'esport peut cependant servir à la fois d'outil marketing et de levier communautaire pour les éditeurs. On parlera d'outil marketing dans la mesure où le développement de compétitions d'envergure permet de mettre des jeux en valeur et donc d'en augmenter la visibilité auprès des consommateurs. De plus, les compétitions esportives permettent de faire vivre la communauté de joueurs gravitant autour des titres des éditeurs. A ce titre, les compétitions locales sont cruciales et les éditeurs n'hésitent pas à promouvoir le développement de ce type de compétitions afin d'accompagner les événements phares. Par exemple, l'éditeur Bandai soutient fortement le développement de la pratique amateur de son jeu *Tekken*. Cela passe notamment par le biais de mise à disposition de matériel ou de mise en valeur sur les réseaux sociaux à destination des associations locales.

Afin de renforcer l'efficacité de leurs actions et de faciliter l'organisation de certaines compétitions, les éditeurs développent de plus en plus de synergies avec d'autres acteurs du secteur. Une véritable démarche de co-production de l'esport semble ainsi émerger, à mesure que les éditeurs s'associent à de nouveaux partenaires. Un exemple de synergie peut être l'association avec des organisateurs de compétitions dans le but de mutualiser les compétences et les ressources, tout en partageant à la fois les coûts de production et les revenus liés aux compétitions. Il est ici possible de citer l'éditeur français Ubisoft dont une partie de la production des compétitions esportives d'envergure est externalisée via des partenariats avec le Comité International Olympique (CIO) pour le jeu *Just Dance* ou avec l'entreprise Blast pour le jeu *Rainbow Six : Siege*. De la même manière, Riot Games, co-produit la Ligue Française de *League of Legends* (LFL) en partenariat avec Webedia, tandis que la compétition est diffusée par l'entreprise One Trick Production. Cette approche collective permet aux éditeurs de continuer à soutenir le développement du secteur de l'esport tout en limitant les pertes.



@Unsplash - Ella Don

• Les mécanismes de régulation économique à disposition des éditeurs

Les éditeurs jouent un rôle de plus en plus central dans la régulation du marché économique de l'esport. Cet investissement croissant se remarque à travers deux dynamiques parallèles. D'une part, les éditeurs peuvent jouer le rôle de stabilisateurs économiques, notamment vis-à-vis des équipes professionnelles. Ainsi, des éditeurs comme Riot Games, Valve ou encore Ubisoft ont déployé des mécanismes de *revenue sharing* permettant de redistribuer certains revenus issus de compétitions esportives aux équipes professionnelles. Par exemple, Ubisoft propose, dans son jeu *Rainbow Six : Siege*, la vente de certains *skins* créés à l'image d'équipes professionnelles. Une partie des revenus perçus à travers la vente de tels *skins* est directement reversée aux équipes en question, ce qui permet à ces dernières de diversifier et d'augmenter leurs revenus grâce aux achats *in-game*. De la même manière, un système de redistribution des revenus est opéré en LFL par Riot Games.

D'autre part, les éditeurs peuvent agir en tant que régulateurs économiques en imposant des limites à ne pas franchir, par exemple dans le cadre de l'organisation de compétitions. Ce rôle de régulation peut se matérialiser à travers l'encadrement des dépenses des équipes professionnelles, à l'image de la *luxury tax* déployée par Riot Games en *League of Legends EMEA Championship* (LEC) à partir de 2024 afin de plafonner les dépenses salariales des équipes engagées dans la compétition³³. Concrètement, cette mesure met en place deux seuils (un minimal et un maximal) afin de cadrer les dépenses salariales des équipes de LEC et d'assurer la compétitivité de la ligue. Les écuries ne se conformant pas à la nouvelle régulation financière se verront attribuer des amendes en fonction de l'écart entre leur masse salariale et les seuils prévus par Riot Games. Les sommes potentiellement collectées via lesdites sanctions financières seront ensuite redistribuées par l'éditeur : la moitié serait alors partagée par les équipes de LEC respectant les nouvelles régulations financières tandis que l'autre moitié serait réinjectée à l'échelon inférieur (*EMEA Masters*). Ce nouveau système est donc un très bon exemple du double rôle que les éditeurs peuvent jouer, entre régulateurs et stabilisateurs contribuant à l'équilibre financier des structures professionnelles.

³³ Source : [https://lolesports.com/article/lec-introduces-sporting-financial-regulations-\(sfr\)/bltf7b7f07e130f0618](https://lolesports.com/article/lec-introduces-sporting-financial-regulations-(sfr)/bltf7b7f07e130f0618), consulté le 29/01/2024.

C - Les collectivités territoriales, accélérateurs économiques de la filière française

- L'émergence d'une politique publique de l'esport

Le regard porté par les acteurs publics sur le secteur de l'esport semble progressivement changer, à mesure que les collectivités perçoivent les bénéfices potentiels liés au développement de cette pratique. Il semble désormais évident que l'esport peut agir comme un levier d'attractivité économique et touristique pour les territoires s'investissant pleinement dans ce secteur. Par exemple, la filière des industries culturelles et créatives (ICC) de la ville de Montpellier représente à elle seule plus de 2 500 emplois au sein du bassin économique de la collectivité. La ville s'est donc logiquement dotée d'une stratégie très poussée afin de capitaliser sur la puissance de sa filière ICC et attirer certains des plus gros acteurs du secteur de l'esport français sur son territoire.

De plus, l'organisation d'événements esportifs en présentiel peut attirer de nombreux spectateurs, à l'image des LFL Days organisés en 2023 à Nice et ayant rassemblé plus de 10 000 spectateurs sur trois jours, dont on estime que 70% étaient extérieurs au territoire de la ville. Ces touristes, présents sur le territoire grâce à l'événement esportif, génèrent des retombées économiques fortes et diversifiées sur un territoire (restauration, logement, culture...). Certaines collectivités commencent ainsi à mettre en place de véritables stratégies touristiques liées à l'activité esportive, utilisant de fait l'esport comme un outil de marketing territorial. Par exemple, la région Occitanie a étendu son offre proposant des billets de train à 10€ aux événements esport, ce qui permet aux spectateurs esportifs de se déplacer de manière illimitée au sein de la région dans le cadre de leur visite sur le territoire.

Outre l'impact économique grandissant d'un secteur ayant quasiment triplé de volume depuis 2019, l'esport est teinté d'une forte dimension sociale et les politiques publiques axées autour du jeu vidéo se multiplient partout en France. Certaines régions disposent d'un tissu associatif particulièrement dense, constituant la base et le moteur de la pratique esportive des territoires et permettant d'appuyer le développement de politiques publiques esportives, à l'image des régions Sud³⁵ et Bretagne. La Région Sud se caractérise par le déploiement de nombreuses actions à vocation sociale, en témoigne la construction d'une *Gaming House* de l'insertion (GHINS) au sein de quartiers prioritaires de la ville d'Aix-en-Provence.

D'autres collectivités utilisent l'esport à des fins éducatives, comme la région Centre-Val de Loire ou l'agglomération Grand Paris Sud. La région Centre-Val de Loire soutient ainsi le développement de tournées régionales axées autour des métiers et des formations du numérique ou des questions liées à la prévention d'usages sur la pratique du jeu vidéo. Grand Paris Sud dispose quant à elle d'une stratégie éducative à travers l'esport particulièrement développée, avec le déploiement du programme « savoir e-jouer » auprès de classes de CM1 et de CM2 sur le territoire.

Enfin, le rôle social de l'esport s'évalue à travers l'inclusivité de la pratique. Cette dernière peut d'abord s'exprimer à travers le prisme générationnel. Si les jeunes constituent souvent la cible prioritaire des politiques publiques liées à l'esport, on notera également que les actions à destination d'un public senior se multiplient. Les personnes en situation de handicap peuvent également bénéficier de politiques publiques esportives, ce qui renforce la dimension inclusive du secteur. Il est ici possible de prendre l'exemple du centre municipal esport de Boulogne Billancourt, qui propose des offres de pratique d'esport à destination des seniors ainsi que de personnes empêchées, à l'image de personnes en situation de handicap ou de personnes souffrant de troubles psycho-cognitifs. Un partenariat est notamment mis en place avec un hôpital local afin d'accompagner ce public avec des infirmiers et un ergothérapeute dans le but d'améliorer la condition physique et mentale des patients à travers la pratique du jeu vidéo.

³⁵ Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Il apparaît que la perception de l'esport par les élus des collectivités constitue l'élément déterminant, celui-ci pouvant alors agir comme un moteur aussi bien qu'un frein au développement économique et social de l'esport sur un territoire. A ce titre, la dynamique de comparaison permanente avec le secteur du sport peut parfois ralentir voire bloquer le développement de politiques publiques esportives sur certains territoires. Si la majorité des entretiens menés permettent de relever des progrès en la matière, il apparaît également que le sujet de l'esport reste trop souvent soutenu par un nombre restreint d'élus et/ou de techniciens au sein des collectivités. Généralement, une voire deux personnes sont chargées des questions liées au développement de l'esport en complément des tâches prévues par leurs fonctions, les collectivités bénéficiant d'ETP fléchés sur le développement de l'esport restant, à ce stade, extrêmement rares. Enfin, la formalisation écrite d'une stratégie de développement territorial de l'esport apparaît nécessaire, à l'image des Plans Sportifs Territoriaux (PST) du domaine du sport. Certaines collectivités telles que Grand Paris Sud font figure de précurseurs en la matière et disposent d'ailleurs de politiques publiques esportives particulièrement développées et formalisées à l'échelle territoriale³⁶.

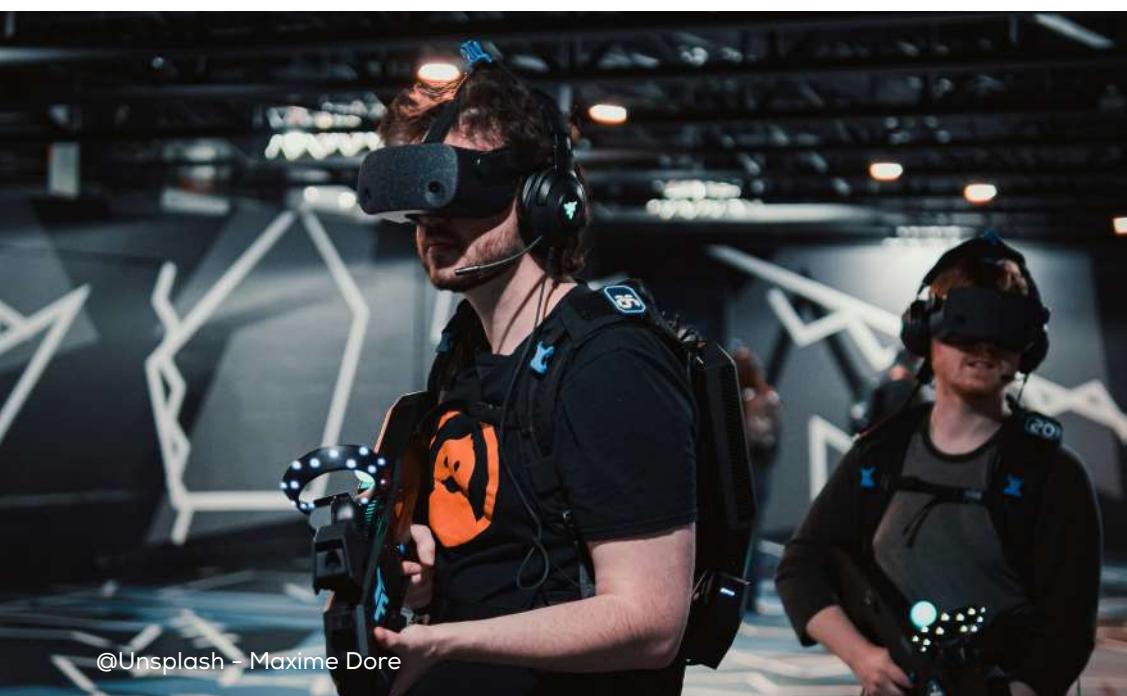
- **Un soutien au développement de l'esport dépassant largement le cadre financier**

Les dispositifs mis en place par les collectivités françaises dans le but de développer la pratique ainsi que l'économie de l'esport sur leur territoire sont aujourd'hui nombreux et variés. Il est possible d'identifier trois grands axes de contribution au travers desquels les collectivités développent des politiques esportives. Premièrement, il s'agit de soutenir l'attractivité et le développement économique sur le long terme grâce à la mise en place de politiques esportives territoriales et structurées. Ensuite, les collectivités peuvent soutenir l'attractivité du territoire de manière plus ponctuelle, notamment par le biais de l'accueil d'événements esportifs de grande envergure. Enfin, les acteurs publics peuvent être mobilisés autour de la question du développement de la pratique amateur, ce qui se voit par exemple à travers le soutien porté aux tissus associatifs locaux.

³⁶ Source : <https://www.grandparissud.fr/vivre-ici/sport/grand-paris-sport/politique-sportive-de-lagglo>, consulté le 29/01/2024.

Le soutien au développement de l'esport se matérialise, d'abord, par le versement de subventions à destination des acteurs du secteur. Il convient à ce titre de noter que l'esport représente une charge pour les collectivités. Les bénéfices économiques (attractivité territoriale) et sociaux (utilité sociale) de l'esport expliquent en partie ce volontarisme en matière de soutien financier. Les subventions versées dans le cadre de politiques de soutien au développement de l'esport incluent majoritairement des subventions d'exploitation à destination d'associations locales ou des subventions exceptionnelles liées à l'organisation de manifestations esportives. Les budgets alloués à l'esport varient de quelques milliers à plusieurs millions d'euros en fonction des collectivités, mais il semblerait que les montants soient en augmentation, bien que cette dernière soit relativement mesurée. Les données collectées en phase quantitative montrent d'ailleurs que la majorité des revenus du secteur sont générés via le sponsoring ou la vente de prestations, tandis que les subventions constituent une part très faible des revenus des structures étudiées.

L'augmentation des ressources financières allouées au développement de l'esport, si bien au niveau étatique que local, sera l'une des conditions *sine qua non* à la structuration du secteur au cours des années à venir, notamment concernant la pratique amateur. Les données quantitatives collectées montrent en effet une certaine fragilité financière des associations qui disposent de ressources limitées et ont été durement touchées par la pandémie. Pour rappel, les associations étudiées montrent un taux de croissance négatif entre 2020 et 2021 (ce qui n'est pas le cas des sociétés commerciales) et le rebond économique observé en 2021-2022 est plus faible pour les associations (+40%) que pour les sociétés (+60%).



Outre les subventions, les collectivités locales peuvent soutenir les acteurs esportifs en leur apportant du soutien matériel et logistique. Cela se traduit souvent par la mise à disposition de locaux à destination d'associations ou d'espaces publics dans le cadre de l'accueil d'événements de grande envergure. Par exemple, l'agglomération de Grand Poitiers met le Parc des Expositions de Poitiers à disposition de l'association Futurolan chaque année afin que cette dernière puisse y organiser la Gamers Assembly, manifestation attirant désormais plus de 20 000 visiteurs sur le territoire. Le Grand Poitiers dispose par ailleurs de stands sur le lieu de l'événement afin d'accueillir des visiteurs et leur permettre de jouer aux jeux vidéo.

Outre la location ou mise à disposition d'espaces, les collectivités peuvent parfois fournir un appui logistique et aider à la préparation de certains événements. Cela est par exemple le cas à Paris, la ville assistant les organisateurs d'événements sur le câblage et la préparation des salles utilisées lors d'événements esportifs. De plus, la ville assiste les organisateurs par l'intermédiaire de structures telles que Paris&Co ou Paris Je T'aime, capables de se positionner en soutien sur des sujets comme l'hôtellerie, le transport ou encore la logistique. La ville de Paris a ainsi mis en place un certain nombre de dispositifs visant à favoriser l'accueil de grands évènements, et cette stratégie porte ses fruits, à l'image de l'organisation des Worlds de *League of Legends* en 2019 ou du Blast Paris Major de *Counter Strike* en 2023. De manière générale, la totalité des collectivités interrogées semble avoir recours à ce type de dispositif de soutien afin de favoriser le développement de l'esport sur leur territoire.

La question du renforcement des liens entre territoires et esport sera d'ailleurs cruciale au cours des années à venir. En particulier, se posera sûrement la question de l'ancre territorial des clubs professionnels d'esport et de leur relation avec les collectivités. Si certaines équipes disposent déjà d'un fort ancrage territorial, à l'image de Game Ward opérant à Boulogne-Billancourt, Grand Paris Sud et la Karmine Corp ont récemment posé les bases d'une coopération infrastructurelle de grande envergure via la signature d'un accord établissant la salle des Arènes comme lieu de résidence principale de l'une des plus grandes équipes professionnelles françaises. Si ce type de partenariat s'avère fructueux, il est possible que ce modèle se multiplie au cours des prochaines années et vienne ainsi compléter la palette de dispositifs de soutien matériel au développement de l'esport mis en place par les collectivités.

Les collectivités déploient également un nombre croissant de dispositifs d'accompagnement sur mesure dans le but d'attirer de nouveaux acteurs économiques ou de faciliter l'activité d'acteurs déjà présents sur le territoire. La ville de Montpellier fait ici figure d'exemple avec la mise en place d'un dispositif d'accompagnement particulièrement poussé et individualisé. L'accompagnement de structures esportives peut se traduire de diverses manières, telles que la recherche voire l'achat de foncier pour les entreprises, la réhabilitation de locaux ou encore la recherche de partenaires potentiels dans le but de faire émerger des projets communs au sein du territoire. La région Centre-Val de Loire possède un dispositif similaire et se pose en tant qu'intermédiaire entre acteurs du secteur et communes du territoire afin de faciliter les échanges entre les différentes entités.

Enfin, un accompagnement peut être proposé en termes de visibilité, avec un soutien apporté par les collectivités sur des campagnes de communication. Ceci peut être déployé lors de manifestations esportives ou dans le cadre de la mise en valeur d'actions menées par les collectivités. Par exemple, le premier plan d'action esport proposé en 2020 par la région Bretagne comportait un axe entier dédié aux actions de communication dans le but que la collectivité soit réellement identifiée comme étant active en matière de développement de l'esport. De son côté, le Grand Poitiers intègre pleinement l'esport au sein de sa stratégie de communication, avec des publications sur les réseaux sociaux ainsi qu'une mise en valeur des événements esportifs organisés sur le territoire au sein du magazine de la collectivité. Le soutien à la communication peut aussi être directement fléché vers des associations, comme cela est le cas dans la région Sud par exemple.



Pour terminer, les collectivités peuvent soutenir le développement de l'esport sur leur territoire via la mise en place d'une filière de formation dédiée. Cela peut se traduire par la création de diplômes sur le territoire, à l'image de la mise en place d'un brevet professionnel de la jeunesse de l'éducation populaire et du sport (BPJEPS) « activité physique pour tous - esport » en 2019 par la région Sud. Certaines collectivités proposent également des formations à leurs employés dans le but de familiariser ces derniers au secteur de l'esport. Il est ici possible de citer l'exemple de Grand Paris Sud, agglomération ayant formé les agents des médiathèques du territoire aux principaux enjeux liés à la pratique de l'esport.

Le développement de synergies avec le secteur éducatif et étudiant du territoire constitue une piste de réflexion supplémentaire. Citons par exemple la mise en place de cursus esport au sein des universités, réflexion par exemple engagée au Grand Poitiers, ou les initiations esport dès les cycles d'enseignement primaire ou secondaire. C'est ainsi que des projets tels que le programme Educ Esport, visant à proposer des ateliers autour de l'esport à des lycéens des Yvelines, ont vu le jour. Dans le but de compléter l'aspect éducatif de la formation, une offre peut également être imaginée hors du cursus scolaire. La région Centre-Val de Loire propose ainsi des formations en conseil et communication esport à destination des jeunes du territoire.

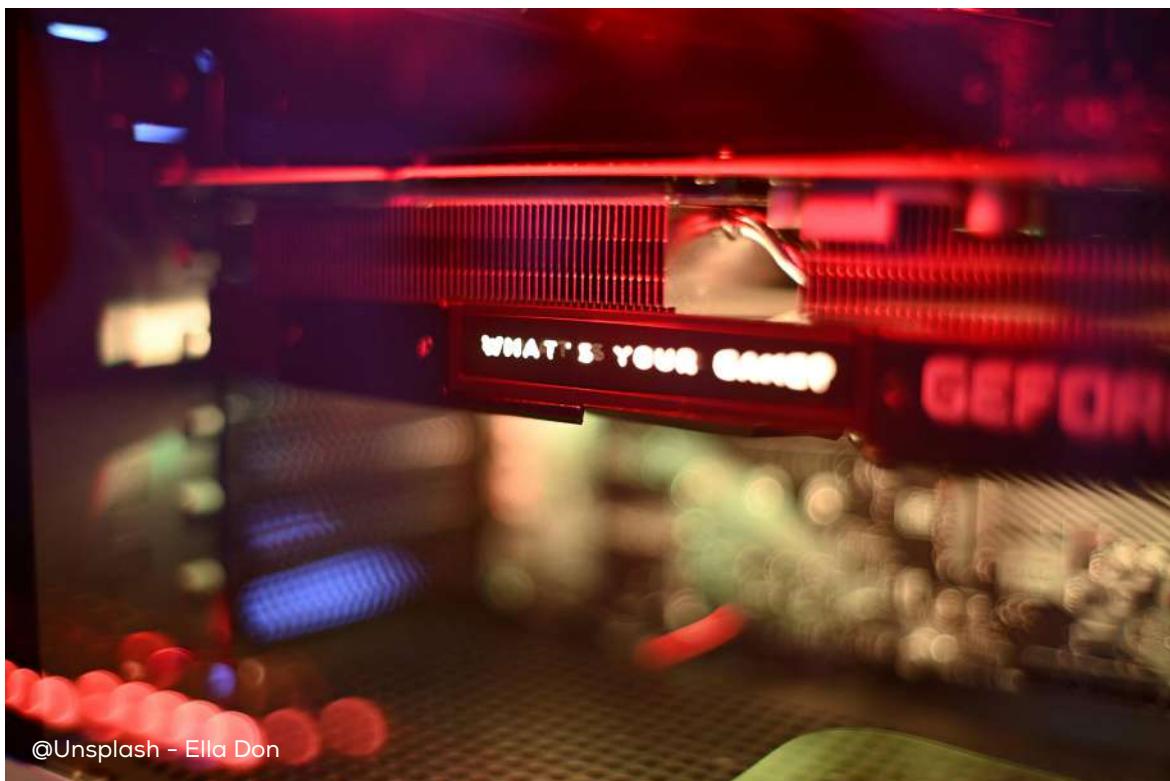


• **Une approche territoriale particulièrement diversifiée**

Le secteur de l'esport semble aujourd'hui relativement polarisé autour de la région parisienne, en témoignent les données collectées en phase quantitative : 56% des structures répondantes déclarent que leur région principale d'activité est l'Île-de France. Malgré cette forte concentration géographique, la France possède l'avantage d'avoir un secteur très diversifié, avec de nombreuses spécificités identifiables au sein de ses différentes collectivités territoriales. Par exemple, l'intercommunalité du Grand Poitiers dispose de nombreux acteurs économiques de l'univers du jeu sur son territoire. Cela a poussé les pouvoirs publics à concevoir le développement de l'esport comme étant complémentaire à l'aspect plus traditionnel des jeux de sociétés, avec la création en septembre 2023 d'un ETP dédié au développement de l'univers du jeu au Grand Poitiers. Ce poste de chargé de missions Jeux constitue donc le premier ETP de la collectivité dont les missions incluent pleinement le développement de la pratique de l'esport, avec une volonté affichée de créer des synergies entre univers du jeu de société et du jeu vidéo.

De manière générale, il semble que les territoires adaptent leur approche au développement de l'esport en fonction des écosystèmes économiques locaux déjà présents, résultant en une véritable spécialisation de certains territoires. La région Centre-Val de Loire insiste ainsi sur le développement du numérique, les régions Bretagne et Sud disposent de tissus associatifs particulièrement denses tandis que les régions Île-de-France et Occitanie semblent propices à l'accueil de grands événements. Cette diversité constitue un réel atout et ouvre de nombreuses perspectives économiques pour le secteur à l'échelle nationale.

Le développement de l'esport au sein des collectivités s'opère souvent dans le cadre de collaborations entre différents acteurs du territoire, ce qui favorise l'émergence de synergies entre secteurs ainsi qu'entre acteurs. Les premiers acteurs concernés sont les structures ayant un lien avec le numérique, à l'image des médiathèques ou encore des centres commerciaux. Les médiathèques sont généralement associées au déploiement de politiques publiques esportives et constituent de fait des appuis de choix pour les collectivités. Ainsi, un nombre important de collectivités, notamment franciliennes, déclare avoir mis en place des projets avec des médiathèques locales dans le but de soutenir le développement de l'esport. Des partenariats peuvent également être conclus avec des acteurs non-endémiques, c'est-à-dire des acteurs extérieurs au secteur de l'esport. Ainsi, la région Occitanie a par exemple mis en place une collaboration avec le club professionnel de rugby du Stade Toulousain afin de proposer des stages esport aux jeunes du territoire. L'esport se développe visiblement au sein des collectivités via une dynamique résolument collective. Cela s'observe d'abord avec la multiplication des lieux de rassemblement et d'échange entre les différents acteurs du territoire. On assiste ainsi à la création de *gaming houses* voire de maisons de l'esport, d'espaces de rencontre entre acteurs du secteur ou encore de clusters comme Pixel Player en Centre-Val de Loire ou le Campus Ludique International Parthenay-Poitiers. La démarche collective du secteur de l'esport s'exprime également à travers son tissu associatif, ce dernier constituant la base et le moteur du développement de la pratique esportive dans les territoires.



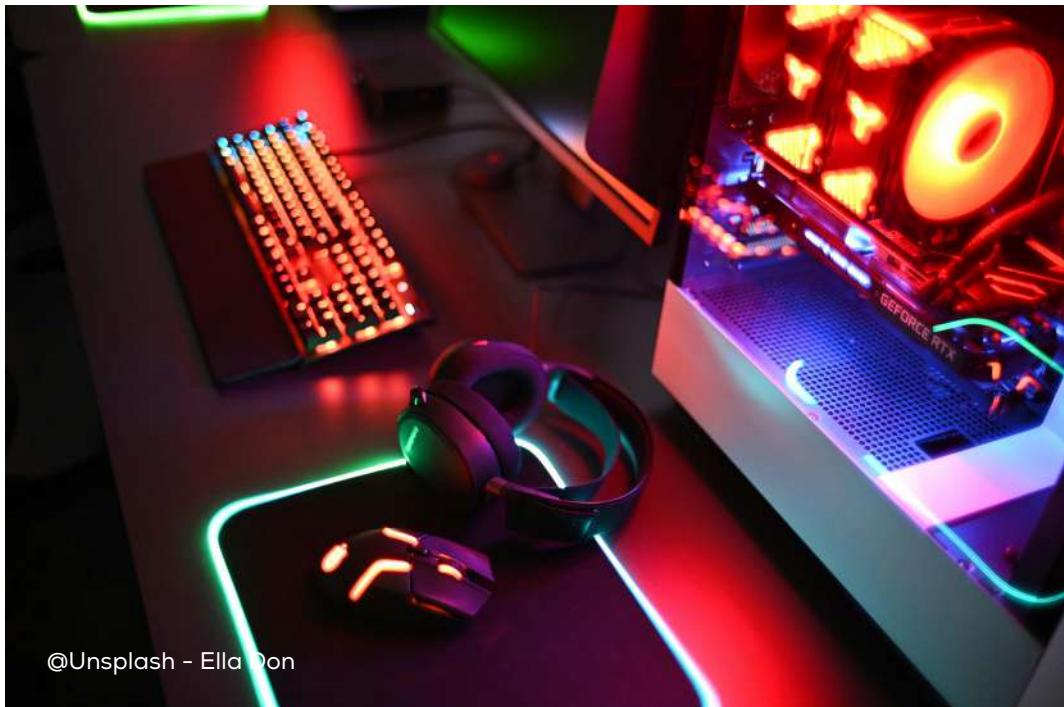
@Unsplash - Ella Don



04

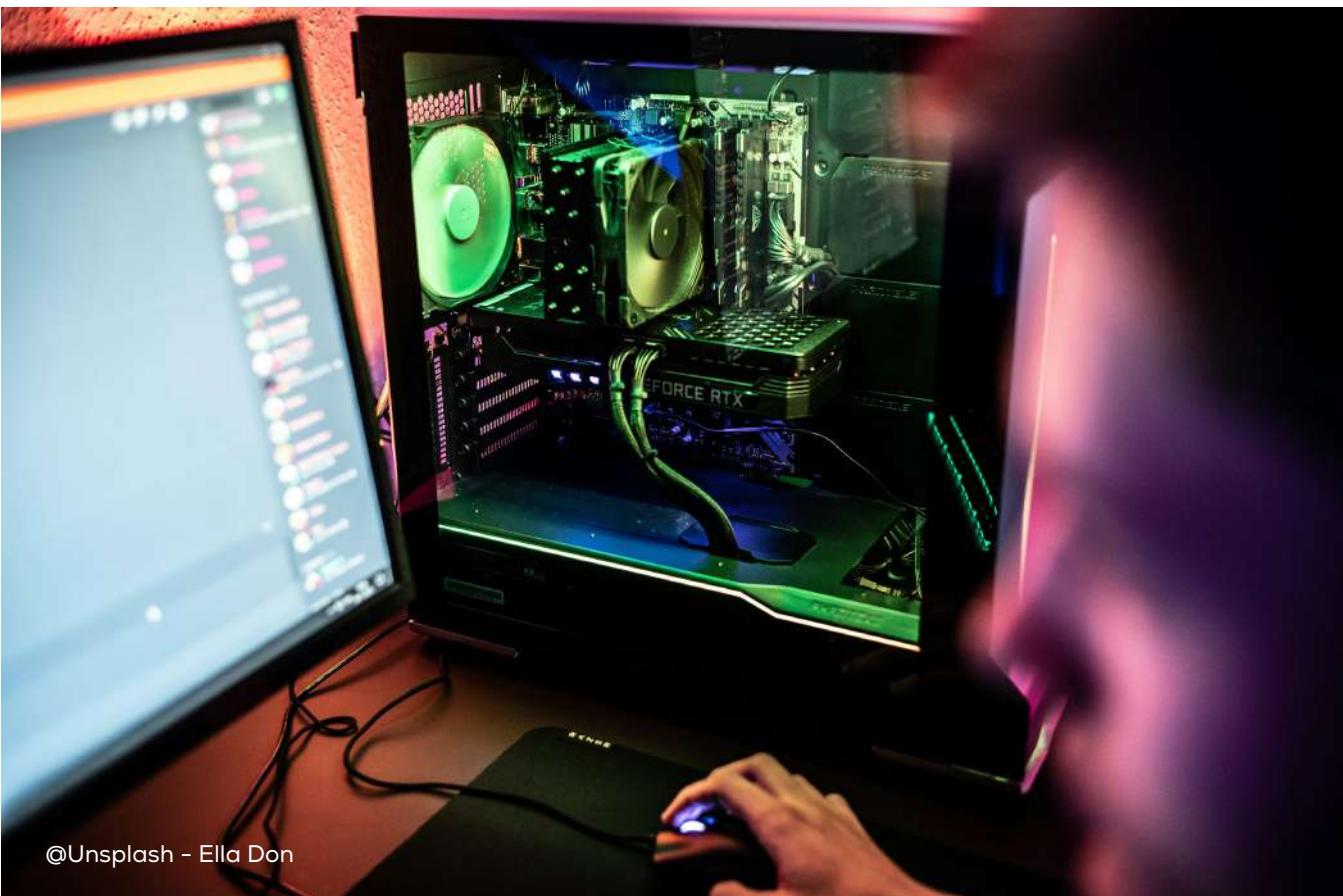
Conclusion

A l'issue de la collecte de données réalisée dans le cadre de l'Observatoire économique de l'esport, le poids économique du marché de l'esport français en 2022 est évalué à environ 141 millions d'euros. Ceci correspond, en comparaison avec les résultats de l'étude PIPAME (50 millions d'euros), à un triplement du poids économique de l'esport sur la période 2019-2022. L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur s'est opérée à un rythme continu avec une croissance moyenne de 55% par an sur la période étudiée. En parallèle, le nombre d'ETP générés a également augmenté, avec 1 017 ETP estimés pour 2022 contre 650 en 2019, ce qui constitue une hausse d'environ 50% en quatre ans. Les données collectées témoignent par ailleurs d'une concentration économique élevée autour d'un nombre restreint d'acteurs qui réalisent une majeure partie du chiffre d'affaires global de l'esport en France. Cette tendance est notamment visible à travers les écarts forts constatés entre les données moyennes et les données médianes collectées, ou encore par le fait que les dix plus gros acteurs réalisent environ 70% du chiffre d'affaires global du secteur.



Porté par une expansion rapide, l'esport français semble aujourd'hui être entré dans une phase de consolidation économique qui passera par la recherche d'un modèle économique viable à long terme et moins dépendant des levées de fonds et des sponsors. De nombreux acteurs, à l'image des équipes professionnelles, se sont ainsi lancés dans une véritable quête de modèle économique pérenne et explorent de nouvelles pistes afin de diversifier leurs revenus. Le rôle des éditeurs de jeux dans la stabilisation du secteur sera central. Ces derniers prennent à ce titre des initiatives afin de redistribuer les revenus issus de leur activité liée à l'esport tout en tentant, pour certains, de réguler leurs compétitions.

Il faut également noter une diversification de l'environnement économique du secteur. Cette dernière peut se mesurer à travers l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs au cours des dernières années, y compris des acteurs non-endémiques. Il semble aujourd'hui exister trois grands groupes de structures composant le paysage de l'esport français. Le premier groupe est constitué d'entreprises « historiques », présentes depuis une vingtaine d'années et véritables pionnières du secteur. Le deuxième groupe a émergé au cours des années 2010 et est majoritairement composé de structures liées au cœur d'activité de l'esport, comme les organisateurs de compétitions ou les équipes professionnelles, dont certaines sont devenues des acteurs de tout premier plan. Pour finir, les années 2020 sont marquées par l'arrivée de nouvelles entités, dont une majorité semble s'être investie dans l'esport dans un but de diversification des activités. A ce titre, le troisième groupe est plutôt composé de structures non-endémiques ou de prestataires de services pour qui l'esport constitue une part minoritaire de l'activité économique. Cela n'empêche pas l'apparition ponctuelle de structures de grande envergure, à l'image d'équipes professionnelles dites de « nouvelle génération ». Enfin, les collectivités territoriales s'investissent de manière croissante depuis la fin des années 2010 et soutiennent le développement du secteur à travers divers leviers : subventions, soutien matériel, communication, accompagnement des entreprises etc. On assiste ainsi à l'émergence progressive d'une réelle politique publique de l'esport.

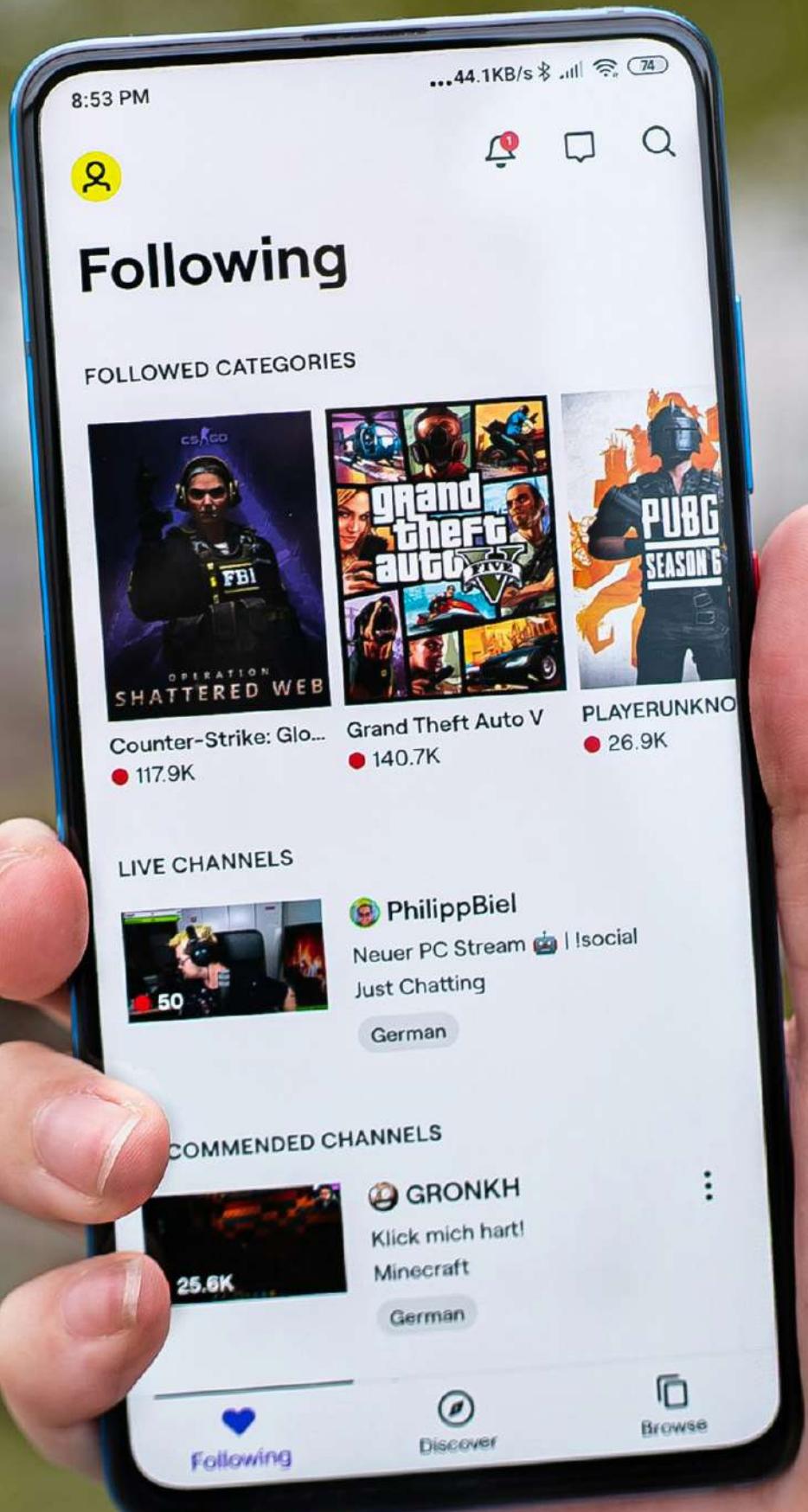


Il semble que l'esport en France a aujourd'hui atteint un certain niveau de maturité. Maturité économique, d'une part, en témoigne l'évolution des principaux indicateurs étudiés. Maturité dans la capacité du secteur à se mettre en valeur, d'autre part, car la quantité de données collectées, aussi bien quantitativement que qualitativement, constitue une réelle satisfaction et témoigne d'une volonté forte de contribuer à la mesure du poids économique du secteur. Il pourrait également être intéressant de diversifier la panoplie d'études économiques portant sur l'esport en France. Par exemple, la réalisation d'études d'impact économique lors de manifestations esportives de grande envergure paraît capitale dans le but de quantifier toujours plus précisément les bénéfices que le secteur de l'esport peut avoir sur l'économie des territoires.



@Unsplash - Ella Don

L'Observatoire économique de l'esport constitue le premier pas d'une démarche visant à étudier et à expliquer l'évolution économique de l'esport en France au fur et à mesure des années. Cette première édition a vocation à proposer une photographie de l'économie et de l'emploi de la filière au cours de l'année 2022 uniquement. L'enjeu principal pour l'ensemble des acteurs privés comme publics est de se saisir de cet outil afin de pouvoir suivre le développement de l'esport français, tant du point de vue de ses indicateurs économiques mais également en analysant les tendances de fond qui l'animent. Les prochaines éditions de l'Observatoire économique de l'esport devront permettre de mesurer l'impact du déploiement de politiques publiques, d'anticiper les évolutions des usages et des pratiques ou encore d'identifier les typologies d'acteurs émergents.



Remerciements

Équipes CDES :

Jean-François Brocard,
Arthur Roudaut,
et Catherine Mounet-Péricard

Équipes Paris&Co :

Bertrand Perrin,
Vincent Vercelli,
Emeline Guedes,
Ophélie Allasseur,
Estelle Musellec,
Jade Martinez
et Lou Vagnolles

Structures participantes :

3 HIT COMBO, 3K ELO, Alsace Esport Arena, Bandai Namco Entertainment, Biborg Interactive, BOLD HOUSE, BSK Esport, Capcom, Centurio, Digital Inspectors, ELIDE, ESL Gaming France, ESTAC esport, EVA Esport, Fanprime, FC NANTES, Freaks 4 U, Furylan, Gamers Origin, GameWard, Gamifly, Gozulting, Grand Paris Sud Agglomération, Grand Poitiers Agglomération, Guru World, Havas Play, Homyno, Hurrah studio, Immunited e-sport, IZIDREAM, JK Groupe, Karmine Corp, Klanik Esport, Make Your Clutch, MCES, MediaGaming, Nicolas Besombes, Okuden, One Trick Production, Oserv esport, PandaScore, Paris&Co, Prodigy Agency, Race Clutch, Racing Club de Strasbourg Alsace, RETROCORP, Région Bretagne, Région Centre-Val de Loire, Région Occitanie, Région Sud, Riot Games, Skilleo, Solary TV Production, Stakrn, STAM Consulting, Student Gaming Network, Team Vitality, Trust Esport, Toornament, Ubisoft, UniTeam, Victoire Avocats, Ville de Boulogne Billancourt, Ville de Montpellier, Ville de Paris, WARTHOX, Webedia, WSC Group / Breakflip, Ymagine, ZQSD Productions

Observatoire économique de l'esport

Directrice de la publication : Anne Gousset, Paris&Co
contactpresse@parisandco.com

Article L-122-4 :

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque.

@ Paris&Co - Mars 2024



PARIS&CO



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS