



**HAL**  
open science

# L'esport représente le nouveau domaine d'investissement des médias et des annonceurs, est-il en passe de révolutionner les usages liés à la consommation de contenu audiovisuel ?

Mathieu Renard

## ► To cite this version:

Mathieu Renard. L'esport représente le nouveau domaine d'investissement des médias et des annonceurs, est-il en passe de révolutionner les usages liés à la consommation de contenu audiovisuel ?. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-03132846

**HAL Id: dumas-03132846**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03132846>**

Submitted on 5 Feb 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

L'esport représente le nouveau domaine d'investissement des médias et des annonceurs, est-il en passe de révolutionner les usages liés à la consommation de contenu audiovisuel ?

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Judith Dehail

Nom, prénom : RENARD Mathieu

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 28/09/2017

Mention du mémoire : Bien

## *Remerciements*

Je souhaite remercier chaleureusement les personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire. Par leurs conseils et leur soutien, elles ont su me donner l'inspiration nécessaire pour écrire ces lignes sur un sujet qui, elles le savent, me passionne :

Judith Dehail, pour m'avoir accompagné dans l'écriture et la structure de mon plan, primordial pour se lancer dans un tel exercice. Aussi pour être venu nous voir au bureau et s'être rendue disponible aux moments où j'en avais besoin.

Julien Tanay, qui fut mon directeur de mémoire et mon mentor lors de mon aventure professionnelle dans l'esport et qui par conséquent m'a appris beaucoup sur l'univers que j'expose dans ce mémoire.

Le Celsa et son équipe pédagogique pour m'avoir appris la méthodologie nécessaire à structurer ma pensée et mon verbe, de m'avoir soutenu personnellement dans mes recherches en tous genres et surtout d'avoir fait de moi un étudiant de cette prestigieuse école.

Canal+ pour m'avoir embauché à la direction digitale où j'évolue aujourd'hui en tant que chef de projet du Canal Esport Club

Olivier Morin et ses équipes de JK Production, grands professionnels du journalisme esport fort sympathiques de surcroit, qui m'ont appris un métier.

-----

<b>Introduction .....</b>	<b>4</b>
<b>PARTIE 1 : ORIGINE ET MUTATION DE L'ESPORT .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 UN ADN COMPLEXE .....</b>	<b>7</b>
1.1.1 Connexions à l'univers du jeux et particularités de l'esport.....	7
1.1.2 Un nom ambivalent qui porte à confusion.....	12
<b>1.2 L'esport depuis 1995 – année zéro de l'adoption d'Internet en France.....</b>	<b>20</b>
1.2.1 Les premiers pas .....	20
1.2.2 Une structure de plus en plus organisée .....	22
1.2.3 Une répercussion mondiale.....	24
1.2.4 Diversification exponentielle des contenus.....	28
<b>1.3 UNE COMMUNAUTÉ AUX ALLURES DE SOCIÉTÉ SECRÈTE .....</b>	<b>30</b>
1.3.1 Un univers communicationnel singulier .....	31
1.3.2 Des réunions sociales .....	32
1.3.3 Une vision globale commune .....	35
<b>PARTIE 2 : TENDANCE OU RÉVOLUTION D'USAGE ? .....</b>	<b>36</b>
<b>2.1 L'ESPORT EST UNE MODE .....</b>	<b>36</b>
2.1.1 Une démocratisation par les contenus.....	41
2.1.2 L'esport : nouveau terrain de jeu pour les médias .....	42
2.1.3 Annonceurs : Publicité & Sponsoring .....	43
2.1.4 Acronymisation et assimilation sociale du langage "Geek" .....	<b>Erreur ! Le signet n'est pas défini.</b>
<b>2.2 NOUVEL USAGE : TWITCH OU L'AVÈNEMENT DU LIVESTREAM.....</b>	<b>44</b>
2.2.1 Un savant mélange des propriétés du mass média et des qualités du net (neutralité, proximité, communauté autorégulée) .....	45
2.2.2 Étude d'un cas pratique : Twitch vs. Télévision .....	49
<b>PARTIE 3 : COMMENT L'ESPORT VA RÉVOLUTIONNER LES USAGES LIÉS À LA</b>	
<b>CONSOMMATION DE CONTENU AUDIOVISUEL.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1 UN CHANGEMENT D'USAGE .....</b>	<b>56</b>
3.1.1 Vers un Pay to Watch sur Twitch ? .....	56
3.1.2 Des facteurs de pérennité .....	59
<b>3.2 INNOVATION TECHNOLOGIQUES, SPORTS ÉLECTRONIQUES ET ALTÉRATION DE LA RÉALITÉ</b>	<b>65</b>
3.2.1 Technologies de contenus .....	65
3.2.2. Interactivité et proximité situationnelle.....	68
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>73</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>76</b>
<b>WEBOGRAPHIE.....</b>	<b>78</b>
<b>ANNEXE.....</b>	<b>86</b>

## Introduction

Le 20ème siècle aura été celui de l'exponentialité des innovations en nombre, en qualité, en rupture, en vitesse d'adoption, des frères Wright (1903) à la Station Spatiale Internationale (1998), de l'air conditionné (1902) au World Wide Web (1993) les innovations industrielles et technologiques ont rendu chaque génération suivante plus avide de changer encore plus et plus vite le monde. De Google à Facebook, d'Amazon à Apple, les désormais célèbres GAFAs ont dessiné une nouvelle planète, connectée, mobile et entourée d'écrans de toute taille.

C'est dans cet univers de contenus omniprésents, de devices, de widgets, d'applis, de streaming, que le jeu vidéo est né. Début des années 2000, le gaming entre dans la cour des grands en dépassant le milliard d'euros de chiffres d'affaires (sur un total mondial de 8 Mds€, ce qui place la France comme un pays très en avance à cette date).

En 2006 - 2007, deux événements convergent, la naissance des applications mobiles et Facebook qui ouvre ses portes aux contenus ludiques. Coïncidence ou non, c'est à la même époque que le jeu vidéo devient le 10ème art par décision du Ministère de la Culture.

Depuis, l'avènement de l'esport n'est que la suite logique d'un processus commercial bien rodé : le chiffre d'affaires permet une plus grande confiance dans le marché donc plus d'investissements, les jeux sont meilleurs - les éditeurs prennent le pas et créent des jeux directement orientés pour la compétition, elle-même crée des champions qui deviennent des "stars" que l'on regarde jouer. Assez pour donner naissance au streaming esport (regarder des joueurs jouer à un jeu devant un écran), dont le leader est la plateforme Twitch qui affiche une audience de plus de 100 millions de visiteurs uniques par mois. La boucle est bouclée, l'esport est prêt à changer le monde... en tous cas celui de l'entertainment à domicile.

Les enjeux de l'esport d'aujourd'hui sont comme tout nouveau concept de nature sémantique afin de mieux le définir et le cadrer, d'isoler des zones de croissances réalistes et de s'assurer de sa solidité et de son potentiel. En effet, l'esport a tout pour lui en ce moment, c'est nouveau (à la télévision), c'est tendance, les jeunes générations sont immergées, les marques se lancent dans le sponsoring à tout va, des projets de lois naissent notamment depuis Axelle Lemaire, précédant secrétaire d'état au numérique. Mais si les racines de ce nouvel arbre

semblent désormais solidement ancrées dans le sol, comment être sûrs qu'ensuite, elles donneront fût et houppiers centenaires ?

C'est ce que nous étudierons au fil de cette étude structurée comme suit :

Dans une première partie dédiée à son ADN nous partirons à la découverte de la complexité de l'esport, de son nom, de cet anglicisme controversé, de cette proximité refusée au sport, son apparition, son langage, son cadre et ses règles. Après avoir défini cet objet complexe qu'est l'esport, nous discuterons de ses similarités avec les médias traditionnels. L'esport possède un jargon, qui au delà de la simple forme, certes absconse et tribale qui est le vocabulaire d'un code que la communauté a créé pour assurer son développement. Les acteurs de son économie et de son développement ont joué un rôle essentiel que nous étudierons. Quelle communauté se cache derrière les gamers ? Quelle culture partagent-ils ? De quel socio-types sont ils ? Comment sont-ils nés ? Ainsi que d'autres questions plus inhérentes à l'univers du jeu proprement dit : Quel langage ? Quel intérêt ? Est-ce un divertissement ou un nouveau métier ? Comment comprendre un univers à la fois créatif et complexe ? Ya t-il déjà des stars dans l'esport ? Qui sont ils ? Comment vivent-ils ? Pourquoi eux ? Comment sont-ils parvenus à devenir célèbres en jouant aux jeux vidéo ? Le monde de l'esport est spécifique, moderne mais ne diffère pas des médias et des autres domaines culturels qui l'ont précédé ?

Dans une deuxième partie, nous nous intéresserons à l'effet de mode dont bénéficie l'esport, une tendance qui nous fait en parler plus de 40 ans après sa création. Mais est-ce une mode, un feu de paille, a-t-il déjà entamé sa chute ou bien va-t-il se structurer, se solidifier pour affronter les prochaines décennies ? Est-il un objet indépendant de ses ancêtres ou bien une variante qui respecte les codes des médias audio-visuels historiques ? Nous le comparerons au média de masse le plus puissant : la télévision. Nous parlerons de la régulation de ses contenus, de son sponsoring, de sa publicité, de ses audiences et de ses stars. De ces éléments constitutifs de sa potentielle viabilité nous évoquerons aussi son apparition médiatique et de comment la télévision est en train de faire naître son potentiel concurrent.

La dernière partie nous fera voyager dans les perspectives d'avenir de l'esport, qui devront respecter les usages historiques tout en créant de nouveaux. Cela a été rendu possible par une technologie à croissance exponentielle tant au service du contenu qu'à la pratique de jeu.

Nous discuterons de l'avenir mobile de l'esport, de sa sortie d'un statisme sans issue, de son potentiel de remplacement des sports dangereux, au service du divertissement et loin des drames humains.

Le fil conducteur de ce mémoire est de faire connaître ce nouveau domaine de la culture populaire, dont la promesse est de créer un divertissement sans précédent auprès d'une génération née pour briller virtuellement. Il essaie de répondre également aux questions que se posent les non-initiés et de son potentiel d'universalité, bien au delà de son cœur de cible actuel.

## **PARTIE 1 : ORIGINE ET MUTATION DE L'ESPORT**

### ***1.1 UN ADN COMPLEXE***

#### *1.1.1 Connexions à l'univers du jeu et particularités de l'esport*

Quel lien entre esport et gaming ? Pourquoi l'esport est-il inhérent aux jeux vidéo ? Avant d'aller plus loin il est nécessaire de détailler ce qui relie jeux vidéo et esport. En quoi l'esport est-il un "phénomène social protéiforme et complexe, qu'il est nécessaire de déconstruire d'un point de vue sociologique"<sup>1</sup>. L'analyse de l'esport commence par l'analyse du comportement et de l'attitude sociale sur les jeux.

Remontons d'abord le fil de l'évolution des jeux vidéo.

Le jeu vidéo a commencé dans les années 60 et plus précisément en 1958 si l'on accorde au physicien Willy Higinbotham la création du premier jeu vidéo : "Tennis for two"<sup>2</sup>. Néanmoins c'est dans les années 70 que le jeu vidéo se démocratise et se médiatise surtout. Plusieurs jeux apparaissent sur cette base et feront naître en 1972 le jeu ultra-culte PONG par Atari.

Dans la même période, on trouve de nombreux essais qui seront les fondations du jeu vidéo soit à la première personne soit en 1 et 2 joueurs dont le "Spacewar" de TMRC qui fut installé sur les ordinateurs du MIT. Des étudiants l'améliorent et le font devenir le premier jeu joué en réseau local. Le chercheur et intervenant Nicolas Besombes, auteur de référence sur l'avenir des sports émergents et donc de l'esport comme sport social décrit ces premiers jeux comme le moyen donné à des individus de "se confronter entre eux par le biais d'un programme informatique"<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> TREMEL L. (2001) « Les « jeux vidéo » : un ensemble à déconstruire, des pratiques à analyser », dans : Revue française de pédagogie, volume 136, Entrer, étudier, réussir à l'université. pp. 147-157.

<sup>2</sup> DUBOIS P. (2016) Conférence « L'Histoire des jeux vidéos », à Gamers Assembly Potiers | URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Su974sI7NAg>

<sup>3</sup> BESOMBES N. (2016), « Les jeux vidéo compétitifs au prisme des jeux sportifs : du sport au sport électronique », Sciences du jeu n°5 | URL: <http://sdj.revues.org/612>



Il s'en suit une longue liste de produits dérivés qui contribuent à l'avancée jeu vidéo. En 1971, Galaxy Game conçu par l'université de Stanford est considéré comme la première borne d'arcade<sup>4</sup>. Une liste plus exhaustive des premiers jeux vidéo sera détaillée en partie 1.2.4.

### ***Qu'est-ce que le social gaming ?***

Comme vu précédemment le gaming est un jeu ludique donc, qui a pour seule vocation d'amuser une ou plusieurs personnes ensemble. Le social gaming lui est une volonté de partage d'abord en se servant du jeu pour être (virtuellement) ensemble. Il apporte une notion nouvelle dans le jeu vidéo et qui sera fondatrice de l'esport ultra-connecté et mondial des années 2010.

Le social gaming comprend des points clé communs à tous les jeux de ce secteur, permettant ainsi aux joueurs de s'y retrouver. En effet, les jeux de social gaming offrent une évolution du personnage exponentielle et des débuts très simples à comprendre. La durée de vie est calculée entre 50h et 200h de jeu. Ainsi les jeux se regroupent dans un univers et les joueurs gardent leurs repères dans chaque aventure et sont donc satisfaits de retrouver les mêmes codes mais à l'expérience chaque fois singulière.

L'apparition des réseaux sociaux a permis d'étendre la communauté des joueurs au monde entier grâce à des groupes d'amis partageant la même aventure. Il est donc possible de coopérer et d'enrichir son contenu.

Le social gaming comprend différentes catégories qui créent une expérience différente et des supports particuliers. Les jeux sur les réseaux sociaux type Facebook, tels que Candy Crush Saga sont intriqués au réseau social et offrent par la même occasion une opportunité de réseau immédiat et très large. Dans le cas de Candy Crush il s'agit de comparer son score et son avancée aux autres plutôt que de collaborer.

A l'inverse, d'autres jeux vidéo sociaux proposent une expérience en groupe, par exemple à la maison où l'on joue ensemble. Le jeu Guitar Hero, créé par une start-up du Nord de la France

---

<sup>4</sup> Stanford InfoLab (2005), Galaxy-Game Machine | URL: <http://infolab.stanford.edu/pub/voy/museum/pictures/display/5-GG-machine.html>

aura été le plus rentable des années 2000<sup>5</sup>. Il est devenu par la suite une borne d'arcade mais doit son succès initial à la plateforme Nintendo par Activision.

Enfin, des jeux sociaux « casual » tels que Plants vs Zombies offrent la même expérience que les jeux réseaux sociaux mais indépendamment d'eux. En 2016, la part du social gaming passe à 46% du marché du jeu en ligne, Facebook étant la plateforme leader de ce genre avec plus de 235 millions de joueurs actifs<sup>6</sup>. Ce succès démontre la demande profonde de changement d'usages de la part des joueurs, forçant les éditeurs à passer des jeux traditionnels à des jeux plus sociaux – Nintendo et Sony ont rapidement réagi en intégrant des fonctionnalités sociales dans leurs consoles comme par exemple la possibilité de faire un tchat vidéo avec un ami en ligne.

En synthèse, il est indéniable, que l'essor des réseaux sociaux a favorisé l'émergence des jeux au grand public. Facebook compte aujourd'hui 2 milliards d'utilisateurs et autant de joueurs potentiels. Certains développeurs tel que Zynga ont donc profité de cette émergence pour éditer des jeux qui se sont répandus mondialement. Le lien avec le réseau social leur a permis de contrôler et de susciter l'intérêt sur le jeu avec des mécanismes de rétention. Le revers de la médaille aura été la relation captive avec Facebook. Introduite en bourse en décembre 2011 à 10\$ l'action, en pleines négociations avec Facebook, l'action oscille maintenant entre 2 et 3\$ et sa réputation n'aura cessé de baisser depuis son émancipation.

### ***L'esport est un modèle hybride***

L'esport semble, dans son ADN, être l'hybridation parfaite du jeu vidéo et du social gaming. En effet les conditions de succès d'un jeu vidéo repose sur le couple attractivité artistique et capacité d'entertainment. On joue à un jeu vidéo pour se détendre, pour partager un moment agréable dans un univers récréatif. La plupart des jeux sont pourtant solitaires, hormis les consoles de Nintendo créées pour partager le jeu jusqu'à 4 joueurs, le reste des éditeurs de jeux et de consoles créent des éléments narratifs centrés sur un joueur unique.

---

<sup>5</sup> MAZET F. (2008) "Guitar Hero, un jeu vidéo au secours de l'industrie musicale" Nouvel Obs avec Rue89, | URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20080801.RUE5162/guitar-hero-un-jeu-video-au-secours-de-l-industrie-musicale.html>

<sup>6</sup> MICHAUD L. (2013) Market Insight "Social gaming" IDATE Digiworld et AFJV | URL: [http://www.afjv.com/news/2426\\_social-gaming-marches-et-tendances.html](http://www.afjv.com/news/2426_social-gaming-marches-et-tendances.html)

Le social gaming, à l'inverse, ne propose pas de partager l'expérience dans la même pièce à plusieurs mais connecte un joueur physiquement seul au monde entier.

L'esport est le mélange des trois : solitude devant l'écran, partage social physique de jouer ensemble et possibilité de se connecter au reste du monde pour nourrir la perspective de l'exploit international.

### ***Conditions restrictives / Inhérentes à l'appartenance à l'esport***

#### *1 - L'esport doit être compétitif*

L'esport est une activité qui concerne la partie compétitive du jeu vidéo. C'est en majeure partie sur ce point qu'il se distingue du jeu vidéo.

Un jeu esport est encadré et propose forcément un affrontement de la même manière qu'un match de foot est un affrontement entre deux équipes de 11 joueurs. Il propose ainsi un divertissement et crée des clans autour d'équipes de clubs ou nationales.

Comme l'a évoqué Gilles Dumas, Coprésident de Sportlab lors de la conférence esport organisée par Webedia et Stratégie, les valeurs de l'eSport sont le spectacle, la performance, le plaisir, la stratégie et le fairplay<sup>7</sup>. C'est aussi sur ces valeurs que l'on différencie le pratiquant d'esport de celui du jeu vidéo.

L'eSport est donc différent de la simple pratique du jeu vidéo tout comme le sport est différent de la simple pratique physique. « On considère souvent qu'un jeu devient de l'esport à partir du moment où ce jeu est inclus officiellement dans des compétitions internationales tels que les World Cyber Games ou WCG. »<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> DUMAS G. (2016) Keynote "La cible de l'esport", Webedia et Stratégie | URL du programme : <https://www.strategies.fr/decouvrez-le-programme-de-la-conference-esport-du-2-fevrier-prochain>

<sup>8</sup> HUTCHINS B. (2008) Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games, pp 851-869, dans : New Media & Society, 10 | DOI : <https://doi.org/10.1177/1461444808096248>

## 2 - *Communauté mondiale et engagée*

Pour qu'un jeu soit considéré comme esport il faut que la communauté et l'éditeur soient du même avis. En d'autres termes, la volonté d'un éditeur de créer un jeu fait pour la compétition est une condition nécessaire mais elle dépend aussi de son succès auprès de la communauté. Il s'agit donc de créer un jeu qui est à la fois passionnant dans son storytelling et suffisamment adaptable, évolutif, imprégnant pour que plusieurs dizaines de millions de personnes se plongent dans l'univers et lui permettent d'être compétitif.

C'est le conte de fée qui s'est réalisé pour l'éditeur Blizzard, en créant le jeu Hearthstone. Ce jeu de carte (CCG : collectible card game), littéralement jeu de carte à collectionner, s'est inspiré de l'univers narratif de World of Warcraft pour créer un jeu simple et passionnant qui se renouvelle tous les trois mois. Hearthstone est aujourd'hui joué par plus de 70 millions de joueurs<sup>9</sup>, se classe 2ème esport mondial derrière League of Legend. Tout ceci car la communauté a exprimé un tel attrait que l'éditeur a investi énormément d'argent autour des compétitions et des événements. A tel point qu'il y a peu de temps se déroulaient les "Hearthstone Global Games", les championnats du monde par équipe (similaire à des jeux olympiques) et fascinait le monde entier (de l'esport) à la façon d'une coupe de monde de football.

## 3 - *Implication*

L'esport se construit aussi et surtout par la professionnalisation de ses acteurs : joueurs, streamers (joueurs qui se filment et commentent ce qu'ils font) ou casters (commentateur d'un match entre des joueurs sans faire partie du jeu, similaire à un commentateur de football).

C'est en devenant professionnel, en y passant un temps important et en créant de surcroît une véritable offre de contenu visuel que les professionnels ont rendu possible l'esport. Si l'on devait attendre qu'un joueur termine son "véritable" travail avant de se livrer à son autre métier de joueur, seule une offre de contenu nocturne serait possible. L'entraînement, les

---

<sup>9</sup> BLIZZARD ENTERTAINMENT (2017) « 70 millions de joueurs ! » | URL: <https://eu.battle.net/hearthstone/fr/blog/20720847/70-millions-de-joueurs--01-05-2017>

déplacements en compétitions, les streams en journées, tout l'écosystème de l'esport doit sa solidité et sa pérennité à la professionnalisation du métier.

C'est en « étudiant tous les recoins du jeu, toutes les tactiques, tous les personnages, ou encore les armes, pour les FPS qu'un joueur va s'améliorer peu à peu »<sup>10</sup>

Un joueur esport a donc besoin d'acquérir un Skill Gap (différence de niveau de jeu) qui permet de se confronter à ses adversaires et de créer des classements, des statuts, des divisions... alors que le joueur de jeu vidéo cherche simplement à atteindre des objectifs proposés par le jeu, ou simplement s'amuser.

### *1.1.2 Un nom ambivalent qui porte à confusion*

#### ***Analyse et étymologie du mot "esport"***

Combinaison de « e » et de sport, commençons par le mot "sport", tellement utilisé qu'on en oublie son étonnante utilisation. En effet, il peut désigner une finale olympique de tennis autant qu'une balade en vélo, de courir sur un tapis de gym, soulever des altères ou encore faire une partie de football entre amis au terrain du coin.

Il apparaît donc que la catégorisation des activités doit se faire autour de l'action physique qu'il engendre. Évidence pour certains qui se délimite pourtant de façon assez imprécise au regard de son apparition. Si l'on se fie à l'un des hommes les plus impliqués dans la réhabilitation des Jeux Olympiques modernes, Pierre de Coubertin, la définition est celle-ci : « est le culte volontaire et habituel de l'exercice musculaire intensif incité par le désir du progrès et ne craignant pas d'aller jusqu'au risque »<sup>11</sup>.

A cette définition, Nicolas Besombes rétorque que : « La définition reste vague, comme entourée d'un brouillard de connotations moralisantes et psychologisantes. L'homme qui a pourtant consacré sa vie à l'instauration de puissantes institutions garantes de la légitimité des règles sportives et de leur système compétitif reste muet sur ces éléments. Le terme accepte

---

<sup>10</sup> TAYLOR T. L. (2012), *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, Cambridge, MIT Press.

<sup>11</sup> DE COUBERTIN P. (1922), *Pédagogie sportive*, Paris : Les Editions G. Crès et Cie, 170 p.

donc de nombreuses significations, il est polysémique. »<sup>12</sup> Pierre Parlebas ajoute même que le mot est pansémique<sup>13</sup> ce qui signifierait donc qu'il peut avoir toutes les interprétations possibles.

Si l'on se lance dans l'analyse de son étymologie le mot "desport" est apparu en France au 8ème siècle et signifie à l'époque « l'ensemble des moyens grâce auxquels le temps passe agréablement : conversation, distraction, badinage aussi bien que les jeux »<sup>14</sup>. Le mot se transformera en "sport" un siècle plus tard lorsqu'il arrivera en Angleterre sous la forme d'un verbe "to sport" qui évoque les divertissements des notables et autres classes sociales supérieures.

Son sens le plus proche de notre société moderne apparaît au 13ème siècle sous cette définition : « la pacification progressive des mœurs et l'acceptation du principe d'alternance des vainqueurs tant dans l'hémicycle que dans les stades ».<sup>15</sup>

Lorsque le sport revient finalement en Europe au XIXe siècle, le terme est chargé de sa signification britannique et renvoie aux manières hyper-codifiées de se divertir de la noblesse et de la bourgeoisie. Le sport est fondamentalement le reflet de la culture qui l'a vu naître, une création sociale, historiquement datée et située.

Il est évident que la délimitation et l'exactitude de la signification du sport n'est pas tâche aisée, il aura donc fallu attendre les années 60 et le travail de Jacques Defrance dans *la sociologie des sports, 1995* pour que les définitions des experts évoquent le sport comme une activité "contextuelle, et révisable au cours du temps"<sup>16</sup>. Une définition plus nuancée qui prend de la distance avec l'aspect purement physique de la pratique.

George Magnane en parle dans *Situation du loisir sportif dans la culture contemporaine* comme « une activité de loisir dont la dominante est l'effort physique, participant à la fois du

---

<sup>12</sup> BESOMBES N. (2016), « Les jeux vidéo compétitifs au prisme des jeux sportifs : du sport au sport électronique », Sciences du jeu, N°5 | URL : <http://sdj.revues.org/612>

<sup>13</sup> PARLEBAS P. (1999) *Jeux, sports et sociétés, lexique de praxéologie motrice*, Paris : Editions INSEP, 472 p.

<sup>14</sup> ULMANN J. (1965), *De la gymnastique au sport moderne*, Paris : Presses Universitaires de France, 485 p.

<sup>15</sup> ELIAS N. & DUNNING E. (1994), *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris : Fayard, 392 p.

<sup>16</sup> DEFRANCE J. (2011), *Sociologie du sport*, Paris : La Découverte, 128 p.

jeu et du travail, pratiquée de façon compétitive, comportant des règlements et des institutions spécifiques, et susceptible de se transformer en activité professionnelle ». <sup>17</sup>

De cette définition nous pouvons donc faire la transition avec celle de Parlebas qui évoque une « *situation motrice d'affrontement codifiée, dénommée "jeu" ou "sport" par les instances sociales* » <sup>18</sup> c'est lui aussi qui établira la condition d'être un sport comme suit : l'activité ou jeu doit être "*de nature motrice, elle est réglementée, donne lieu à la compétition et se manifeste par une prise en compte institutionnelle*" <sup>19</sup>. Dans ce cadre sémantique à géométrie variable, pouvons-nous en déduire si oui ou non l'esport mérite bel et bien son nom ?

L'objectif de ce qui suit est d'établir, de confronter et de faire foi sur qui semble être la meilleure et seule façon d'aborder le sujet de l'esport comme un sport : sa performance motrice, son modèle de compétition sa réglementation et enfin son intérêt et acceptation institutionnelle.

### ***Un anglicisme nécessaire***

Pour l'anecdote, comment l'appelle-t-on ? Est-ce *le* esport ? Est-ce *l'*esport ou encore *du* esport ? Difficile pour un joueur de vous dire à quel point son cœur saigne un peu plus à chaque fois qu'on l'écorche. Nous dirons donc l'esport, de la même façon que l'on dit l'entertainment, un autre anglicisme et non *du* ou *le*.

Quant au mot lui-même, il n'a gardé que le « e » d'électronique, anglicisme nécessaire à l'heure du village mondial. Il rappelle évidemment le « e » d'Explorer et fait écho à la connexion, celle au réseau, inhérente à la pratique de la discipline.

De ce mot mal choisi ou à défaut trop proche du sacrosaint terme "Sport" est née une polémique assez peu passionnante mais à trancher une fois pour toutes : L'esport est-il un sport ?

---

<sup>17</sup> MAGNANE G. (1964), *Sociologie du sport, situation du loisir sportif dans la culture contemporaine*, Paris : Gallimard, 190 p.

<sup>18</sup> PARLEBAS P. (1999) *Jeux, sports et sociétés, lexique de praxéologie motrice*, Paris : Editions INSEP, 472 p.

<sup>19</sup> „

### ***Apparition volontaire du mot sport***

Le principal argument des détracteurs est évidemment de dénoncer l'absence de « motricité » de l'activité. Vu d'un décathlonien, cela ne fait pas l'ombre d'un doute, l'esport est statique. L'embonpoint caricatural de certains « champions » en témoigne.

Si l'on se souvient du physique des meilleurs golfeurs des années 60 et 70, les similitudes sont intéressantes. Mais ceux des années 2010 sont devenus athlétiques et cela leur a apporté un avantage concurrentiel déterminant.

Si cela fait sourire les béotiens, les sportifs redoutent les syndromes du canal carpien, les maux de dos et notamment des vertèbres cervicales. Il est probable que le remède préventif à ces problèmes se trouve dans les salles de musculation.

Gageons qu'un jour, les meilleurs joueurs internationaux d'esport seront des athlètes, non pas pour appuyer plus fort sur une gâchette mais pour un meilleur contrôle, une meilleure endurance et une meilleure résistance physique, contrairement aux idées reçues.

Le jeu d'échecs, dès lors qu'il est pratiqué en compétition est un sport, cérébral, certainement mais personne ne remet cela en question tout simplement parce qu'il n'y a pas d'autre mot pour le définir. Non compétitif, il est loisir, compétitif, il devient sport.

Loisir, il est jeu vidéo, compétitif, il est esport.

En synthèse peut-être faut il en revenir à Rabelais pour en finir avec ce débat : « un esprit sain dans un corps sain » sont les deux conditions nécessaires pour performer dans un sport, quel qu'il soit, dont celui des jeux vidéo en compétition, donc de l'esport.

### ***Sport et esport : lost in translation.***

Focaliser le débat sur la dimension physique ou non de l'esport pour déterminer une fois pour toutes s'il mérite son nom est l'arbre qui cache la forêt. Certaines caractéristiques de la pratique de la compétition, historique du sport ou moderne de l'esport sont beaucoup plus riches.



## 1 - *Machine vs Homme*

Lorsqu'une finale de 100m ou une descente de ski se gagne parfois au millième de seconde, il est évident que le temps de latence entre le coup de feu et le départ effectif de l'athlète compte pour beaucoup. Ce qui ne se joue pas uniquement sur le physique mais sur la vitesse de l'influx nerveux à actionner les muscles au meilleur moment. Puis la coordination entre les bras et les jambes, l'observation des concurrents à ses côtés, le réajustement en temps réel de l'effort pour tromper l'ennemi ou masquer son potentiel.

Transposé dans l'esport et pour utiliser son langage, cela s'appelle le « skill ». « Le skill » est un agrégat de maîtrise des mécaniques de jeu, de technicité du mouvement via la console, de tactique de jeu, de leurres, de pièges et de stratégie globale. Si on ajoute à cela, que l'effort peut durer ainsi non pas quelques secondes ou minutes mais parfois plus d'une heure sans pause, alors ne peut-on pas parler de sport, au sens de la maîtrise et de la performance de tout ce qui nous constitue, psychiquement et physiquement ?

## 2 - *Algorithm, Aléa et Arbitrage*

Dans un jeu vidéo, l'adversaire peut-être la machine. Avec l'esport, jamais. Des humains s'affrontent dans un monde virtuel, crée et géré par du code informatique. Celui-ci pose le cadre de jeu, ses règles, un univers et un arbitrage en temps réel dont la qualité est un sujet crucial pour l'avenir du esport. En 2003, Boutet considérait qu'il n'était plus suffisant<sup>20</sup>. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Dans le glossaire de l'esportif, il faut connaître "BM" littéralement "banned manners" qui signifie un comportement hors des règles au sens large et surtout « éthique ». Ce qui n'est pas fair play pour utiliser le vocabulaire du « sport ». Le "BM" n'est jamais sanctionné par les autorités du jeu mais radie son auteur instantanément de ce qui le fait vivre : le public.

Pour ce qui est des « vraies » règles, l'exemple des finales du championnat du monde de LOL (League of Legends) de 2015 est un manuel de 34 pages dont quelques lignes pour préciser le

---

<sup>20</sup> BOUTET M. (2013), « Un jeu de rôle web à travers ses images-avatars » pp. 153-173, dans AMATO E., PERENNY E., *Les avatars jouables des mondes numériques*, Paris : Hermès Sciences Publications, 333 p.

« comment jouer pour quel objectif »<sup>21</sup>. L'essentiel est ailleurs : les conditions de participation et d'éligibilité, les équipements et le matériel technique autorisés pendant la compétition (claviers, souris, casques, tenues), le format des rencontres, les conditions de victoire, le comportement de joueurs proscrits dans le jeu et hors du jeu, le rôle des arbitres chargés de faire appliquer le règlement et le répertoire des sanctions prévues en cas de manquement à l'une de ces prescriptions, de l'avertissement verbal à la disqualification.

Dans « *Les avatars jouables des mondes numériques*, 2003 » Manuel Boutet affirme que « La pratique du sport électronique redonne une place centrale à la règle du jeu, là où le jeu vidéo consacre le programme informatique comme seul arbitre de ce qu'il est possible de faire ou non dans l'univers virtuel »<sup>22</sup>.

Nous pouvons aussi ajouter que la mécanique de Patch, qui consiste à opérer à des mises à jour régulières pour corriger les déséquilibres que le jeu peut apporter, rend l'esport très différent de son cousin jeu vidéo. En effet, cela intervient en amont de la réglementation et permet de maîtriser l'univers compétitif. Cela va dans le sens du rapprochement entre esport et sport dans la mesure où les compétitions ne sont pas seulement soumises à des règles mais à une maîtrise totale de l'éditeur de la direction que prend la méta. Là où les joueurs arrivent à acquérir suffisamment de connaissances sur le jeu pour créer des stratégies proches de l'anti jeu, ces patches viennent réinitialiser le degré de connaissance des pros. C'est cette condition très particulière à l'esport qui le confronte aux similitudes qu'il a avec le sport. Si ce n'est que les règles du jeu d'un sport historique ne changent qu'en suivant un processus très lent de consultations, de comités, de tests auprès du public, etc... l'esport est de ce fait en prise avec l'univers technologique dans lequel il croît, adaptatif en temps quasi-réel.

Si le sport a toujours dû composer avec l'erreur humaine de l'arbitrage, l'esport a rarement ce problème. Un hors jeu ou un mauvais geste ne peuvent échapper à la caméra dans l'esport, il est la caméra. En revanche, pour ceux qui ont déjà essayé de jouer au football électronique (FIFA notamment), vous avez peut-être constaté que la rapidité avec laquelle un de vos joueurs cours après la balle est variable. C'est le cas et pour deux raisons ; d'une part, cette vitesse dépend des paramètres du joueur (sur le terrain, pas le joueur humain qui contrôle les 11 joueurs de son équipe) mais aussi d'un paramètre totalement aléatoire injecté dans le code.

---

<sup>21</sup> RIOT GAMES (2015) « World Championship Rules » Version 1.01 | URL: [https://riot-web-static.s3.amazonaws.com/lolesports/Rule%20Sets/2015%20Revised%20World%20Championship%20Rule%20Set%20Version%201\\_01.pdf](https://riot-web-static.s3.amazonaws.com/lolesports/Rule%20Sets/2015%20Revised%20World%20Championship%20Rule%20Set%20Version%201_01.pdf)

<sup>22</sup> BOUTET M. (2013), « Un jeu de rôle web à travers ses images-avatars » pp. 153-173, dans AMATO E., PERENNY E., *Les avatars jouables des mondes numériques*, Paris : Hermès Sciences Publications, 333 p.

Cela permet à des joueurs moyens d'avoir une chance de gagner contre un joueur expérimenté et donc d'attirer un public plus large, donc plus de chiffre d'affaires. En mode jeu vidéo, ceci ne pose aucun problème mais en compétition de haut niveau, avec des rémunérations à la clé, c'est un sujet de mécontentement et donc de débat entre les meilleurs joueurs et l'éditeur<sup>23</sup>. Les premiers arguant que cet aléa n'est pas du sport... Le dernier invoquant qu'un véritable international ne se présente pas sur le terrain chaque fois à 100% de ses capacités théoriques : il peut être stressé, fatigué, énervé...

L'imperfection de l'homme doit-elle être copiée dans le monde virtuel pour que l'esport mérite mieux son nom ?

### 3 - *Performance et sociabilité*

Enfin, bien que cette pratique soit souvent dénoncée comme étant isolante, elle peut aussi être vectrice d'une certaine cohésion sociale. En effet, pour Philips, Rolls, Rouse et Griffiths, les enfants qui jouent aux jeux vidéo développent une meilleure sociabilité à l'extérieur de l'école et donc de diversité sociale, culturelle, ethnique, linguistique ou géographique<sup>24</sup>.

Les études scientifiques, donc sérieuses, se multiplient et se contredisent. Le recul sur le sujet est faible et les conjectures importantes. Il est probable qu'il faille laisser au moins une génération grandir et trouver sa place socialement pour faire des études moins prospectives et davantage extrapolables.

### 4 - *Structure (équipes, événement, tournoi, compétition)*

Le dernier domaine qu'il convient de traiter si l'on veut établir si oui ou non l'esport est un sport dans sa dimension universelle est son organisation événementielle. Que serait le football, son économie, le niveau des joueurs, la gestion de leur image, leur rémunération, si les matches n'étaient pas télévisés ? L'esport est régi de la même façon, nous pouvons à tout moment regarder un match sur Twitch comme se rendre dans une salle de spectacle. En

---

<sup>23</sup> Forum Reddit FIFA (2016) "Randomness is Ruining FIFA" | URL: [https://www.reddit.com/r/FIFA/comments/5cr5il/randomness\\_is\\_ruining\\_fifa/](https://www.reddit.com/r/FIFA/comments/5cr5il/randomness_is_ruining_fifa/)

<sup>24</sup> PHILLIPS C., ROLLS S., ROUSE A., GRIFFITHS M. (1995), « Home video game playing in schoolchildren: a study of incidence and patterns of play » dans Journal of Addiction, volume 18, n°6, pp 687-691

France, l'esport compte déjà de nombreuses compétitions "hostées" dans des stades de grande capacité. On citera par exemple, la finale des championnats de France de Fifa 17 à L'Olympia ou encore la finale de Street Fighter 5 lors du Red Bull Kumite, salle Wagram à Paris.

L'événement concerne aussi le statut des joueurs, la professionnalisation de son secteur et de ses acteurs. Là encore l'esport a su réagir rapidement afin d'offrir à ses adeptes et notamment les plus brillants un cadre attractif. Ce que l'esport a compris c'est qu'il doit investir pour réussir.

Les axes d'amélioration et de développement sont nombreux et divers et a minima du matériel auprès des organisateurs d'événements esport et des contrats de travail stables pour les joueurs. L'esport a en effet connu les mêmes problèmes que les handballeurs ou footballeurs Suisses : le quid des salaires et de la cohabitation entre professionnels à plein temps et ceux à temps partiels qui ont un autre emploi afin de s'offrir un mode de vie décent. L'esport a connu ce phénomène dans les années 90-2000 lorsque certains joueurs de Starcraft 2 ne pouvaient subvenir à leurs besoins uniquement en vivant de leur "cash prizes"<sup>25</sup>.

La création de contrat professionnel pour les joueurs ou de CDD-CDI pour les streamers a permis à la scène de voir évoluer les meilleurs dans leur domaines, entraînés comme des athlètes pour développer leurs compétences extraordinaires.

L'autre domaine de l'événementialisation concerne son aspect médiatique, soumis à l'audience et aux redevances télévisuelles. À titre de comparaison, le seul match décisif des finales NBA (National Basket Association) de la même année opposant les Cleveland Cavaliers au Golden State Warriors s'est tenu dans un stade d'un peu plus de 20 000 personnes, et a été suivi par un peu plus de 23 millions de téléspectateurs simultanément rien qu'aux États-Unis<sup>26</sup>. Bien qu'encore en deçà de celles du sport moderne (et notamment des géants médiatiques que sont la Coupe du monde de football ou les Jeux Olympiques d'été), ces audiences en constante progression assurent, dans une certaine mesure, le financement des compétitions et permettent ainsi à Riot Games de récompenser l'équipe victorieuse d'une

---

<sup>25</sup> BILLOT B. (2012) "La reconversion, un problème (aussi) pour les gamers professionnels" Slate | URL : <http://www.slate.fr/story/64163/gamers-reconversion>

<sup>26</sup> BROWN M. (2015) "Inside The Numbers: 2015 NBA Finals Were Highest-Rated, Most-Viewed Ever for ABC" Forbes | URL: <https://www.forbes.com/sites/maurybrown/2015/06/17/inside-the-numbers-2015-nba-finals-were-highest-rated-ever-for-abc/#723efba6aefb>

somme d'un million de dollars (environ 910 000 euros), lorsque les organisateurs de Roland Garros dotent les vainqueurs individuels de leur tournoi d'un peu plus d'un million et demi d'euros.<sup>27</sup>

## ***1.2 L'esport depuis 1995 – année zéro de l'adoption d'Internet en France.***

La fin des années 90 marque indéniablement le début d'une nouvelle ère, l'apparition d'Internet qui a permis aux jeux vidéo de se tourner vers l'esport, les connexions interpersonnelles se développent, le réseau permet désormais une infinité de possibilités.

Le site de la CPL nous apprend qu'en octobre 1997, la Cyberathlete Professional League réunit environ 300 participants et marque le début d'une nouvelle ère pour l'esport<sup>28</sup>. La même année, l'Electronic Sports League (ESL) est fondée en Allemagne et organise des compétitions opposant les meilleurs joueurs européens. En octobre 2000, La Corée du Sud inaugure les premiers World Cyber Games (WCG), présentés comme les « Jeux Olympiques du jeu vidéo », tandis que depuis juillet 2003 s'organise en France puis à l'étranger la Coupe du monde des jeux vidéo, dénommée Electronic Sport World Cup (ESWC).

### ***1.2.1 Les premiers pas***

Nous avons rappelé la préhistoire de l'esport avec l'invention du "Tennis for Two" en 1958 et ne voulions pas être exhaustifs sur ce que cette invention a pu générer par la suite. Il est maintenant temps de le faire : L'arrivée de *Spacewar !* est en outre le souvenir le plus lointain d'une compétition opposant plusieurs personnes par le biais du "programme informatique"<sup>29</sup>. Grâce au succès de *Spacewar !* Les premières compétitions ont pu opposer des équipes (scolaires) à l'époque où on voyait Stanford "hoster of the main event" et le MIT en jalouser le succès après feu-Tennis devenu ringard.

Dans le même temps, Pong envahit le marché et permet au jeu vidéo de se démocratiser. On comprend alors que le marché du jeu vidéo a un potentiel aux limites difficiles à mesurer...

---

<sup>27</sup> ROLAND-GARROS.COM (2016) « Total Prize Money » | URL: [http://www.rolandgarros.com/en\\_FR/content/the\\_tournament/info/prize\\_money.html](http://www.rolandgarros.com/en_FR/content/the_tournament/info/prize_money.html)

<sup>28</sup> CPL (2016) « About CPL » | URL: <http://thecpl.com/about-cpl/>

<sup>29</sup> ICHBIAH D. (1998), *La Saga des Jeux Vidéo*, Paris : 5<sup>e</sup> Revue, 520 p.

Les bornes d'arcades se disputent les endroits publics tels que les cinémas et les centres commerciaux. La rivalité du meilleur score de la borne génère un engouement sans précédent. Atari<sup>30</sup> profite de ce succès pour développer de nouveaux jeux toujours aussi culte dont les incontournables Pac-Man en 1980 ou Space Invaders en 1981. Ces nouveaux jeux permettront de réunir déjà à l'époque des milliers de spectateurs. En 1983, Nintendo fait du plombier Mario Bros un conte de fée qui séduit des millions de joueurs et imposera la marque pour les décennies à venir. Nintendo profite alors de cette notoriété et organise des tournois à travers les Etats-Unis comme le Nintendo World Championships et Nintendo Power Fest dans les années 90. Si ces tournois attirent de larges audiences, c'est notamment grâce à la structure mise en place où les adversaires sont regroupés par classe d'âge et sur plusieurs franchises de Nintendo.

On note que les années 90 seront les années de départ de ce que sera l'esport. Internet est d'usage public, les connections entre joueurs deviennent faciles, le réseau s'améliore et on imagine déjà des affrontements aléatoires que le joueur se trouve sur un continent ou sur un autre.

Fin des années 90, l'esport existe selon les premiers experts et passe d'une audience confidentielle et experte à un beaucoup plus large public. L'esport devient mondial et on y compte à la fois des organisateurs et des ligues. La Cyberathlete Professional League crée la scène internationale. L'ESL soit l'Electronic Sport League fondée en Allemagne promeut un tournoi réunissant des centaines de joueurs à travers le continent européen.

En Asie on présente alors les "jeux olympiques du jeu vidéo"<sup>31</sup>. En effet, le World Cyber Games WCG est un regroupement des meilleurs joueurs où l'on représente son pays dans une ambiance unique. La France quant à elle présentera plus tard au début des années 2000 la coupe du monde. En quelques années tout le monde s'accorde à dire que l'esport connaîtra le même sort que nos sports actuels autant en termes d'audimat que d'investissement.

La professionnalisation du métier de joueurs esport tend à ressembler à celle des futurs joueurs de foot. En bref, le succès de l'esport est avéré et permet aux différents acteurs de

---

<sup>30</sup> ATARI | URL : <https://www.atari.com/fr>

<sup>31</sup> WORLD CYBER GAMES | URL: <http://worldcybergames.com/>

l'esport de bénéficier de plus en plus d'intérêts et donc de leviers même si les projections de l'époque étaient sans doute un peu optimistes au moins en termes de calendrier.

### *1.2.2 Une structure de plus en plus organisée*

#### ***Les premiers joueurs***

Quoi de mieux pour comprendre le milieu de l'Esport, l'énergie qui en émane, que de regarder de près, comment des millions de passionnés regarde sa star incontestée ? Oui, Faker s'il en est une, est la première star mondiale de l'esport<sup>32</sup>.

Il y a à peu près deux ans, quand LoL (League of Legends) devint le jeu vidéo le plus répandu de la planète, les salons de tchat de Berlin à Beijing ont commencé à créer du buzz autour d'un jeune joueur coréen. En effet, le classement du jeu vit apparaître dans ses meilleurs places un joueur dont personne n'avait jamais entendu parler. Certains pensaient qu'il était un jeune joueur arrivé là par chance, d'autres avaient compris que le jeune "GoJeonPa" n'était pas n'importe quel joueur. Les spéculations ont pris fin quand début 2013, Lee Sang-hyeok "Aka GojeonPa" devint le numéro un du serveur coréen.

Dans la même année, SK Télécom, l'une des principales entreprises sponsorisant des équipes esport au niveau mondial et principal opérateur télécom de Corée du Sud annonce la création de sa deuxième équipe professionnelle avec GoJeongPa à sa tête<sup>33</sup>. A partir de ce moment-là et pour le reste de sa carrière il s'appellera désormais Faker. Symbole d'une star montante, à son arrivée sur le circuit professionnel, le système de chat entre spectateurs n'a pas résisté au pic d'affluence.

Ce qui suit est maintenant perçu comme le tournant historique de League Of Legends. Le premier affrontement du joueur de SKT est un certain "CJ Blaze", l'équipe la plus populaire de Corée. Le match était diffusé sur une chaîne entièrement dévoué à l'esport, au début de la partie, à la sélection des avatars (le pic), Faker apparaît à l'écran transpirant, boutonneux et

---

<sup>32</sup> O'NEILL P. (2013) "Meet the 'League of Legends' player so good his nickname is simply 'God' DOT ESPORTS | URL: <https://dotesports.com/league-of-legends/lee-faker-sang-hyeok-sk-telecom-league-of-legends-esports-52>

<sup>33</sup> ZIRO (2015) "The Rise of a Legend – The Story of Lee 'Faker' Sang-hyeok" DOT ESPORTS | URL: <https://dotesports.com/league-of-legends/the-rise-of-a-legend-the-story-of-lee-faker-sanghyeok-7218>

avec une coupe de cheveux d'elfe ; il choisit Nidalee, une guerrière qui peut se transformer en panthère.

Si League Of Legends est particulièrement intéressant comme esport c'est qu'il se joue à cinq contrairement à un jeu de FPS (First person Shooter - comme la célèbre franchise Counter Strike). C'est donc comme dans un studio que les téléspectateurs ont pu voir arriver Faker, avec précaution, sur son adversaire (le célèbre et plus expérimenté) "Ambition". "Ambition" se retourne alors vers une de ses tours alliés pour améliorer une compétence, une manœuvre qui gèle le champion. S'en suit une séquence déjà culte, avant même que la foule ne comprenne, Faker avait fait évoluer son champion en panthère, laquelle saute d'une tour et exécute "Ambition" avant de disparaître. La caméra se dirigea donc rapidement vers le sud de la carte (une carte est composée de trois régions, le nord, le milieu et le sud) une zone luxuriante à la forêt épaisse et tombe sur deux joueurs de l'équipe CJ affrontant une paire de champion de SKT.

Faker apparaît soudainement toujours en panthère et saute dans le combat et découpe le premier joueur de CJ, l'autre tente de prendre la fuite, Faker change alors son apparence pour celle de son humain et invoque un sort qui tue instantanément l'ennemi qui s'envolait. En moins de 40 secondes il avait assassiné plus de la moitié de l'équipe. Le célèbre analyste de la compétition déclare : « c'est à peine croyable, je ne sais pas quoi dire »<sup>34</sup>. Les spectateurs venaient d'assister au premier coup d'éclat du futur plus grand joueur de LOL de tous les temps.

En créant un "Dieu", surnom que ses fans lui ont donné, l'esport marque ici son tournant vers l'assimilation grand public, son entrée dans la culture populaire et devient universel au même que la musique et le baseball. L'esport avait trouvé son Zidane, son Fédérer, son Tiger Woods, sésame indispensable pour entrer dans l'économie des droits audio-visuels.

### *Les premières équipes*

En France c'est l'émergence du club de la capitale qui a offert une visibilité nationale à l'esport. En recrutant une star du jeu League Of Legends à la tête de la toute nouvelle division

---

<sup>34</sup> KIMES M. (2015) "The Unkillable Demon King" ESPN.COM | URL: [http://www.espn.com/espn/feature/story/\\_/id/13035450/league-legends-prodigy-faker-carries-country-shoulders](http://www.espn.com/espn/feature/story/_/id/13035450/league-legends-prodigy-faker-carries-country-shoulders)



esport, le PSG a réussi à créer un univers pop culturel autour d'un événement a priori interne à l'esport<sup>35</sup>.

On a vu précédemment que l'aspect social de l'esport était un facteur à gérer pour s'épanouir de façon pérenne dans un écosystème social globalisé. La capacité à introduire l'esport comme élément relevant de la culture populaire est probablement le deuxième facteur le plus bénéfique. Les télévisions et presses généralistes et sportives ont couvert ce recrutement et donné un nouvel angle aux jeux vidéo.

Loin de la console de salon divertissante mais non productive, l'esport s'installe sur les écrans d'informations comme un secteur, un nouveau métier, qui possède un écosystème de métiers complets et une économie viable. C'est là que les usages peuvent changer, à la base de l'éducation et des réflexes de l'opinion. A l'image du football qui offre un spectre de métiers très étendus, l'esport va désormais recruter des agents, des commerciaux, des communicants, et autres professionnels d'horizons et de compétence fort différents.

Un secteur artistique ou sportif quel qu'il soit est en effet géré de la même manière, indépendamment du contenu final : la communication et la starisation où les compétitions génèrent des dialogues et des échanges dans la communauté. Le tout forme un écosystème économique viable où les annonceurs peuvent mesurer un retour sur investissement ce qui donne alors davantage de moyens pour attirer un plus large public : la machine est lancée.

### *1.2.3 Une répercussion mondiale*

#### ***La Corée du Sud, nation précurseur et hégémonique***

Pays phare dans le domaine de l'esport, la Corée du Sud fait figure d'exemple à suivre pour le reste de la planète esportive. Cependant, si l'esport est aujourd'hui à son apogée chez les sud-coréens, c'est avant tout grâce à un concours de circonstances, puis à un réel travail de fond afin de faire avancer et reconnaître le sport électronique.

---

<sup>35</sup> ARRIVE P. (2016) "Bora 'Yellowstar' Kim : 'Quand tu signes au PSG, tu te dois de faire des résultats'" L'Equipe ESPORT | URL : <https://www.lequipe.fr/Esport/Actualites/Bora-yellowstar-kim-quand-tu-signes-au-psg-tu-te-dois-de-faire-des-resultats/740842>

Si la Corée du Sud fait office de chef de file dans le domaine de l'esport aujourd'hui, c'est d'abord parce qu'au sortir de la guerre froide, elle a su nourrir un rapport nouveau à la technologie : la hausse du niveau de vie des Coréens est allée de pair avec un attrait général pour la modernisation et donc les nouvelles technologies<sup>36</sup>. La Corée est ainsi la première nation entièrement connectée à l'ADSL, et aujourd'hui on y trouve 18,9 millions d'abonnés à la fibre, faisant de la Corée le pays le plus connecté au monde<sup>37</sup>.

### *Les bienfaits de la censure*

Cela dit, la Corée n'était pas différente à l'époque des nations de la vieille Europe : ces technologies sont perçues comme récréatives et à destination des enfants<sup>38</sup>. Et le gouvernement va alors prendre deux décisions qui façonneront la singularité de l'esport coréen.

D'abord et tandis que les First Person Shooter (FPS) comme Quake, Counter Strike ou Doom inondent les foyers occidentaux par leur aspect immersif puisqu'en vue subjective, le gouvernement dénonce leur violence et les interdit simplement<sup>39</sup>. Par ailleurs, la guerre n'est pas loin et avec elle les intolérances et les méfiances, notamment vis à vis de leur voisin japonais. Aussi, toute importation de consoles ou de jeux nippons est, elle aussi, proscrite par le gouvernement<sup>40</sup>.

C'est Starcraft qui va tirer son épingle de ce jeu diplomatique. Ce jeu américain, développé par Blizzard, de stratégie en temps réel attire en grand nombre les jeunes coréens et devient rapidement un incontournable en Asie<sup>41</sup>.

Le phénomène esportif attire les télévisions coréennes qui commencent à diffuser les compétitions et à donner du crédit à ses joueurs. Un problème réside : les commentateurs ne

---

<sup>36</sup> TREPANT I. (2008). Pays émergents et nouvel équilibre des forces. Courrier hebdomadaire du CRISP, 1991-1992, (6), pp 6-54.

<sup>37</sup> ITU (2017) ICT Facts and Figures | URL : <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>

<sup>38</sup> CORNELOUP J. (2011) « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature », *Développement durable et territoires* [En ligne], Vol. 2, n° 3 | URL : <http://developpementdurable.revues.org/9107>

<sup>39</sup> RADIO VL (2013) « La Corée du Sud, berceau de l'esport » Radio VL | URL: <https://radiovl.fr/la-coree-du-sud-berceau-de-lesport/>

<sup>40</sup>.,

<sup>41</sup>.,

connaissent pas grand-chose aux jeux en question et leurs retranscriptions manquent d'envie, de passion et de mise en scène.

C'est alors de l'intérieur que les acteurs de l'esport vont tenter de faire bouger les lignes et de structurer davantage leur domaine, en créant notamment leur propre syndicat en accord avec les ministères de la culture, du tourisme et des sports : la KeSPA (Korean eSport Association)<sup>42</sup>.

### ***Les premiers pas du sport électronique coréen***

Début 2000, OnGameNet, une chaîne de jeux vidéo coréenne en mal d'audimat décide de se lancer dans la diffusion de matchs de Starcraft, mais à sa façon. Exit les commentateurs mous et mal renseignés, ils engagent tout simplement des commentateurs qui jouent à Starcraft et qui connaissent, de fait, leur sujet. Les matchs sont dès lors mis en scène, le téléspectateur a droit à un décor futuriste et est plongé dans un scénario type science-fiction dans lequel les deux joueurs qui s'affrontent sont de véritables super-héros, look compris.

C'est en 2000 que la franchise Blizzard prend une nouvelle ampleur grâce à une chaîne qui va miser ses derniers jetons sur la retransmission de matchs de Starcraft<sup>43</sup>. Mais à la différence de ce qui se faisait auparavant, OnGameNet embauche des joueurs de Starcraft au commentariat, met en scène ses parties et plonge ses téléspectateurs dans un concept à la croisée des supers-héros, de la science-fiction pour un résultat caricatural. Mais le succès est indéniable. La chaîne fait alors évoluer son format, en filmant désormais les parties avec un public plutôt qu'à huis-clos.

### ***L'année 2002 marque un réel tournant dans l'ascension de l'esport en Corée.***

En 2002, les compétitions sont davantage structurées, les joueurs plus connus et OnGameNet va prendre la décision qui va faire passer l'esport dans le domaine public : désormais les finales se disputeront en plein air et son accès sera gratuit. Le public, partagé entre passionnés et curieux, attire d'autres télévisions et initie la création de nouvelles ligues compétitives.

---

<sup>42</sup> KeSPA | URL: <http://www.e-sports.or.kr>

<sup>43</sup> OnGameNet | URL: <http://www.ongamenet.com>

Mais l'esport, comme toute discipline médiatisée a besoin de porte-étendards, de figures charismatiques pour porter ses couleurs à la connaissance de tous. Et Starcraft a trouvé les siens, les deux meilleurs joueurs coréens : SlayerS\_'Boxer' et YellOw. L'amplification de leur rivalité par la presse en fait un éternel débat de société : Ronaldo ou Messi ? McGregor ou Mayweather ? Nadal ou Federer ? Si le niveau de jeu attire les passionnés, leur apparence physique attire les jeunes coréennes qui regardent les matchs, apprennent les règles et se mettent à jouer à leur tour.

Avec le temps, les compétitions prennent de l'ampleur, les billboards envahissent les villes et les joueurs sont désormais des super-héros<sup>44</sup>.

La KeSPA reste le principal acteur à l'origine de cette démocratisation nationale : en 2003, elle fait participer Lee Myung Bak, maire de Séoul et futur président de la Corée, à un match d'exhibition de Starcraft pour l'ouverture des Championnats du Monde du Jeu Vidéo<sup>45</sup>. On y voit des délégations de tous les pays s'affronter sur différentes plateformes et types de jeux, y compris les FPS depuis autorisés. Cela dit, aucune franchise ne parvient alors à détrôner Starcraft du cœur des coréens.

L'année de sa création, la ligue féminine fait forte impression auprès du public : le gameplay est qualitatif et la championne, TossGirl ravi tout le pays<sup>46</sup>. L'esport a fait un premier pas décisif pour conquérir les coréennes non plus comme groupies mais comme joueuses.

Aujourd'hui, on assiste à une américanisation des événements esportifs, les stars entrent sur scène sous les acclamations de publics en délire, on donne des concerts avant et après les compétitions. C'est finalement une autre franchise Blizzard qui pris la place du deuxième opus Starcraft (Starcraft II) dans le cœur des coréens : League of Legends.

---

<sup>44</sup> GUICHARD C. (2014) « En Corée du Sud, les « gamers » sont des rock stars », Courrier International – Paris | URL: <http://www.courrierinternational.com/article/2014/10/21/en-coree-du-sud-les-gamers-sont-des-rock-stars>

<sup>45</sup> .

<sup>46</sup> MILLENIUM (2010) "Tossgirl l'exception", dans Dossier: la scène Starcraft féminine, Millenium avec Orange | URL: <http://www.millenum.org/starcraft-2/accueil/actualites/dossier-la-scene-starcraft-feminine-l-analyse-de-la-situation-des-femmes-vis-a-vis-de-starcraft-37956?page=3>

L'esport a d'ailleurs été reconnu par le gouvernement coréen comme un sport à part entière<sup>47</sup>, à l'égal des sports traditionnels. L'esport est le deuxième sport préféré des coréens derrière l'inamovible baseball.

La télé-réalité s'est même mêlée à l'esport : dernièrement on pouvait suivre les aventures d'une star de la chanson qui décidait de se lancer dans le pro gaming, un scénario qui montre à quel point le jeu vidéo est ancré dans la culture coréenne, quel que soit le milieu.

#### *1.2.4 Diversification exponentielle des contenus*

##### ***L'exemple chinois***

Nombreuses sont les typologies de jeux lesquelles induisent un impact sociologique à chaque fois très différents. En Chine, les amoureux des « wangluo games », jeux sur internet non compétitif sont considérés comme des addicts peu respectables alors que ceux qui passent bien plus de temps mais sur les danji games, jeux d'eSport sont traités comme des « athlètes »<sup>48</sup>.

Cette dichotomie entre les wangluo games et les danji games ne s'arrête pas là. La première catégorie est considérée par les étudiants chinois interrogés dans cette étude « comme une véritable drogue »<sup>49</sup> alors que la seconde relèverait plutôt de « compétition, de compétences et de sport »<sup>50</sup>.

Il existe une multitude de typologie de jeux vidéo. Ainsi, le phénomène vidéoludique a su très bien s'adapter à la maxime : A chacun ses goûts ! En témoigne le développement par les éditeurs d'une grande diversité de types de jeux afin d'assurer la croissance de ce secteur de marché. Les auteurs Alain & Frédéric Le Diberder dépeignent cette diversité du jeu vidéo dans leur ouvrage « L'univers du jeu vidéo »<sup>51</sup>.

---

<sup>47</sup> CHIKH N. (2011) « Corée du Sud : Bienvenue au pays du « sport électronique » », M Le Magazine du Monde, |URL: [http://www.lemonde.fr/week-end/article/2011/04/08/coree-du-sud-bienvenue-au-pays-du-sport-electronique\\_1496513\\_1477893.html](http://www.lemonde.fr/week-end/article/2011/04/08/coree-du-sud-bienvenue-au-pays-du-sport-electronique_1496513_1477893.html)

<sup>48</sup> SZABLEWICZ M. (2011) : « From addicts to athletes: Participation in the discursive construction of digital games in urban China » ; In Selected Papers of Internet Research, IR 12.0 conference

<sup>49</sup> « ,

<sup>50</sup> « ,

<sup>51</sup> LE DIBERDER F., LE DIBERDER A., (1998) *L'univers des jeux vidéo*, Paris : La Découverte, 274 p.

On retrouve ainsi plusieurs grandes catégories de jeux vidéo, telles que les jeux d'actions, jeux d'aventures, jeux d'action-aventures, jeux de rôles, jeux de réflexion, jeux de simulation, de stratégies, jeux alternatifs et enfin le serious game. Chaque catégorie se découpe ensuite en sous-groupe qui serait trop long à énumérer. Le but ici étant de prouver le côté pluriel du jeu vidéo.

Les sites Gamopat.com<sup>52</sup> ainsi que celui de l'Agence Française pour le Jeu Vidéo (AFJV)<sup>53</sup> retracent ensuite le reste de l'évolution du jeu vidéo jusqu'à aujourd'hui. Il est important d'appréhender quelques dates clés, parmi lesquelles on retrouve la création des jeux d'arcade : Pong, par Atari en 1972 ou encore Space Invaders par Taito en 1978 et Pac-Man en 1980 par Namco.

Du côté des consoles, les premières font leur apparition dans les années 70 avec l'Odyssey par Magnavox en 1972 ou encore la TV-Game 6 par Nintendo en 1977. Il faut attendre l'arrivée des consoles de la troisième génération avec la N.E.S de Nintendo et la Master System de Sega toutes deux sorties en 1985 pour voir une expansion plus nette du marché du jeu vidéo. D'après l'AFJV, c'est peu de temps après cette période que les mascottes japonaises du jeu vidéo comme Sonic, Mario et Link font leur apparition (cf – Annexe 2).

Elles révolutionnent les jeux vidéo car chaque nouvel opus est un blockbuster. Cela marque toute une époque de la guerre commerciale entre Nintendo, qui prône Mario et Sega qui met en avant Sonic. Les jeux vidéo prennent un tournant radical dans les années 90 avec l'arrivée d'internet avec les jeux en réseau comme Doom & Quake d'une part et les consoles de la cinquième génération comme la Playstation, développée par Sony en 1994, qui marque le passage des cassettes aux CD-Rom.

Les consoles et les jeux sur PC n'ont ensuite cessées d'être de plus en plus performantes jusqu'aux jeux d'aujourd'hui tels que League Of Legends, développé par Riot Games depuis 2009<sup>54</sup> pour l'univers PC et les jeux comme FIFA, Street Fighter ou encore Call Of Duty, que

---

<sup>52</sup> GAMOPAT | URL: <http://gamopat.com/page-367617.html>

<sup>53</sup> Agence Française des Jeux Vidéos | URL: <http://www.afjv.com>

<sup>54</sup> KOLLAR P. (2016) « The past, present and future of League of Legends studio Riot Games », Polygon | URL: <https://www.polygon.com/2016/9/13/12891656/the-past-present-and-future-of-league-of-legends-studio-riot-games>

l'on retrouve sur les consoles de la huitième génération comme la Xbox One conçue par Microsoft en 2013 et la PS4 par Sony dans la même année.

### *Le réflexe esport*

Nous le voyions dans ce mémoire, les deux éléments importants qui font d'un jeu vidéo et un jeu esport sont sa capacité à générer une communauté planétaire et les compétitions et circuits annexes.

Les éditeurs n'ont pas toujours été à la base du procédé de création d'un jeu esport. En tout cas il y a des contres exemples : en effet, le jeu Hearthstone, sorti en 2014, était conçu pour se développer comme un jeu de carte communautaire classique. Le jeu est basé sur le modèle du "Free to play" et optimisé pour jouer sur tablettes et smartphone. Ce qui devait être un jeu de collectionneur de cartes et d'amateur voulant rapidement se détendre en faisant une partie de carte, comme on fait une belote, est devenue tellement attractif que l'éditeur s'est vu contraint de changer sa stratégie de déploiement et ouvrir des compétitions<sup>55</sup>. En effet, la communauté était si engagée et demandeuse de storytelling, d'accroissement de l'univers, donc d'extension que Blizzard a compris que l'opportunité ne pouvait pas être ignorée.

Ce cas d'école a été le départ d'une nouvelle façon de penser l'édition d'un jeu, désormais, l'éditeur doit en amont anticiper tout l'écosystème nécessaire à son jeu pour qu'il devienne esport<sup>56</sup>. Le secteur est suffisamment mature pour que les éditeurs maîtrisent les variables précises pour créer du gaming ou de l'esport. Certains éditeurs choisissent donc dès le départ d'aller sur le gaming car ils savent qu'ils ne peuvent se permettre l'investissement nécessaire à un jeu esport.

Ce réflexe esport, très récent, change les usages et la façon dont les jeux vidéo interagissent avec le monde, en créant des communautés planétaires, ils se rapprochent inexorablement des arts majeurs et tendent à se rassembler davantage.

### **1.3 UNE COMMUNAUTÉ AUX ALLURES DE SOCIÉTÉ SECRÈTE**

---

<sup>55</sup> KOLLAR P. (2015) "Hearthstone gets serious about esports in 2016 with nearly \$2 million in prizes" Polygon | URL: <https://www.polygon.com/2015/11/25/9798168/hearthstone-esports-2016-plans-1-million-world-championship-prize-pool>

<sup>56</sup> STUART K. (2015) "Hearthstone: how a game developer turned 30m people into card geeks" The Guardian | URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/25/hearthstone-blizzard-strategy-trading-cards-greg-austin>

### 1.3.1 Un univers communicationnel singulier

#### *Une libre expression à l'abri des non-initiés*

L'esport est matérialisé par les compétitions qu'il organise, cela met en jeu les titres nationaux et internationaux, permet au public de soutenir et élire leurs champions. Mais l'esport est né loin des arènes, initialement les joueurs se connectent en LAN manuellement (Ordinateur par ordinateur avec des câbles Ethernet) et jouent dans un espace commun et clos. Cette marginalisation physique qui les oblige à rester entre eux, les coupe des autres, au fil du quotidien. Les nuits sont longues, les rythmes alimentaires et sociaux changent<sup>57</sup>. Les joueurs se retrouvent donc rapidement dans une communauté sociale restreinte voire sectaire et autarcique.

Il faut ajouter à cela un mode de communication très particulier : le chat live. Cette petite fenêtre sur l'écran permet, en même temps que le jeu, de communiquer avec les autres joueurs. La seule contrainte est qu'il faut être capable de chatter et de jouer en même temps et demande donc une grande rapidité d'exécution et de reconcentration presque instantanée. A l'image du métier de greffier au tribunal, les joueurs ont mis en place leur propre sténographie. Le langage du jeu ne possède pas de nom particulier, il n'est ni de l'argot, ni uniquement des mots anglais ou acronymes. Il est un combiné de beaucoup de manière de dire des choses de façon conceptuelle. En effet il n'y a rien de plus rapide pour évoquer un élément que de le conceptualiser et/ ou d'en faire un acronyme.

#### **Glossaire** (extrait – cf Annexe 4 Glossaire)

- Streamer : une personne qui diffuse un flux vidéo en direct sur internet. Généralement diffusé sur la plateforme Twitch, les streamers eSport diffusent leurs parties de jeux vidéo.
- Caster : très proche du streamer, un caster est un commentateur. Il commente des parties qu'il ne joue pas. Les casters commentent en général des compétitions de jeux vidéo retransmises en stream.
- IRL (In Real LIfe) : dans la vie réelle, en opposition à IG
- IG (In Game) : dans le jeu, désigne ce qui se passe dans le jeu.
- FPS (First Person Shooter) : Désigne un genre de jeu vidéo qualifié de tir à la première personne.
- RNG (Random Number Generator) : un jeu RNG est un jeu où le hasard fait parti du jeu.

---

<sup>57</sup> PERRATION C., FUSARO M., BONENFANT M. (2011), *Socialisation et communication dans les jeux video*, Les Presses de L'Université de Montréal, 313 p.



- Danji games : Terme chinois désignant les jeux vidéo d'eSport.
- Gaming house : C'est le type de lieu dans lequel beaucoup d'équipes professionnelles d'eSport vivent et s'entraînent au quotidien.
- Fédération G7 : Cette alliance d'équipes professionnelles d'eSport au niveau mondial a été créée pour promouvoir la coopération, l'unité entre les équipes professionnelles d'eSport. Membres fondateurs: Kings, Fnati, Made in Brasil, Mousesports, NiP, SK-Gaming & Team 3D.
- PRIZEPOOL : Cela représente la totalité de l'argent mis en jeu pour les joueurs dans les compétitions d'eSport. C'est un synonyme au mot souvent utilisé qui est le cashprize.
- SERIOUS GAME : Jeux vidéo non compétitifs qui sont souvent utilisés à des fins éducatives.
- WANGLUO GAMES : Terme chinois désignant en Chine les jeux vidéo sur internet non compétitifs.

### 1.3.2 Des réunions sociales

L'eSport existe à différentes échelles. Allant du joueur qui participe à des compétitions durant son temps libre, jusqu'au joueur salarié intégré à une équipe professionnelle. Il faut des événements pour tous ces joueurs, ainsi il en existe à plusieurs échelles.

#### 1 - Les tournois locaux

Pour entretenir une communauté comme celle-ci, les joueurs doivent se sentir investis et donc participer à différents événements facilement. Diverses enseignes proposent des "petits" tournois tout au long de l'année dans toute la France, allant des marques eSport aux associations, en passant par les marques endémiques. Ainsi, on peut retrouver des tournois "open series" (ouvert à tous) partout en France.

Ces tournois offrent de la visibilité gratuite aux éditeurs. Ceux-ci organisent en général un système clé en main pour ces indépendants. Tel que RiotGames sur sa plateforme<sup>58</sup>.

Les événements sont recensés sur cette plateforme qui permet aux organisateurs d'avoir de la visibilité ainsi que des récompenses à offrir sur leurs tournois. Quelques exemples :

Les tournois organisés par les Meltdown (Bar eSport) sur différents jeux, tels que les soirées Krosмага ou Hearthstone où un tournoi est organisé avec 50€ en jeu. A raison de deux soirs par mois pour chaque jeu<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> RIOT GAMES (2017) "Community Events" | URL: <https://events.euw.leagueoflegends.com/>

Les tournois organisés par des associations ont une visibilité seulement locale et engagent souvent des cash prize qui ne dépassent pas la centaine d'euros.

## ***2 - Les tournois nationaux***

La dénomination de “national” est abstraite, ce type de tournoi touche un public national et européen, mais revendique contribuer au développement du eSport en France. Ces tournois sont en général en association avec des évènements IRL (In Real Life). Les tournois nationaux ont une ampleur plus importante et sont organisés par des organismes professionnels ou les éditeurs eux mêmes. Ils permettent d'animer la communauté et d'élire les champions nationaux.

En France, on retrouve principalement l'ESWC<sup>60</sup> et la Paris Games Week<sup>61</sup>.

Les WebTV et les marques qui souhaitent investir dans l'eSport organisent ce type de tournoi. Celui-ci offre une plus grande visibilité mais demande une organisation plus difficile et un cash prize plus élevé.

Quelques exemples :

FDJ OpenSeries<sup>62</sup> : Des tournois organisés par la Française des Jeux et la WebTV Millenium. Ces tournois sont ouverts à tous, à raison d'un ou deux par semaine selon le jeu. En général, c'est 500€ de gain chaque weekend.

ESWC : A chaque ESWC des tournois nationaux mettant en scène les meilleurs joueurs de France se déroulent, les jeux changent selon l'édition mais l'évènement attire un public partout en France. On se pose cependant la question, est -ce un tournoi national ? Étant donné que ESWC signifie ESport World Cup.

---

<sup>59</sup> MELTDOWN Paris “Events” | URL: <https://www.meltdown.bar/paris>

<sup>60</sup> ESCW | URL: <http://www.eswc.com/>

<sup>61</sup> PARIS GAMES WEEK | URL: <https://www.parisgamesweek.com/>

<sup>62</sup> FDJ OPEN SERIES | URL: <https://www.fdj.esport.fr/open-series/>

### ***3 - Les tournois mondiaux***

Les tournois mondiaux, de façon générale, correspondent à 2 types de tournois.

Les saisonniers pour les jeux vidéo leaders dans l'eSport et qui arrivent à interpeller le monde entier, on pensera notamment à League of Legends, Starcraft II, DOTA. Ces jeux proposent des splits toute l'année qui sont suivis au niveau mondial.

Le second type regroupe les "mondiaux". Ce sont les tournois qui achèvent une année/saison passée sur un jeu et qui nomme le meilleur joueur ou la meilleure équipe de l'année.

En tête d'audience, les worlds de League of Legends avec plus de 32 millions de spectateurs. Ces tournois pour maintenir une visibilité importante, nécessitent de mettre en jeu un cash prize très élevé pour apporter de l'importance à la compétition et capable de rivaliser avec les grands événements du sport classique ce qui est le cas avec la DOTA World Championship et ces 22 millions de cash prize ou les Worlds de League of Legends qui a proposé 7 millions de dollars en 2016<sup>63</sup>.

#### ***Les Meltdowns***

Si l'esport connaît un tel succès ces dernières années c'est qu'il a aussi réussi à combler la plus grande faille de son écosystème social : des lieux de rendez-vous. Le monde social à ses endroits pour échanger, créer de la valeur, de l'engagement social. L'esport a longtemps été un monde solitaire, du fait qu'il ne se jouait qu'en LAN. Aujourd'hui, la communauté est primordiale, et notamment avec l'explosion des streamers et des jeux complexes, les joueurs ont besoin d'échanger des stratégies et de se divertir ensemble<sup>64</sup>.

Les bars Meltdowns ont donc ouvert en répondant à cette attente, rassembler au lieu d'isoler autour de principes sociaux simples, du matériel pour jouer, un bar et des zones confortables pour discuter.

---

<sup>63</sup> MORRIS C. (2017) « Largest Prize Pool in Esports History Tops \$20 Million » Fortune | URL: <http://fortune.com/2017/07/13/esports-largest-prize-20-million/>

<sup>64</sup> ALLIN B., LUCAS H., CARIO E. (2017) "ARMATEAM, Le Stream Parfait" Libération | URL : [http://www.liberation.fr/futurs/2017/01/30/armateam-le-stream-parfait\\_1545075](http://www.liberation.fr/futurs/2017/01/30/armateam-le-stream-parfait_1545075)

### 1.3.3 Une vision globale commune

#### ***Une volonté de marginalisation***

Lorsque l'on aborde la question de la marginalisation historique des acteurs de l'esport, il faut l'aborder d'au moins deux façons. Il apparaît que la légende du "geek associable" soit à la fois palpable et complètement erronée. Pour comprendre quelle image l'opinion commune colle aux "geeks" nous allons le comparer à son cousin "Nerd" utilisé seulement aux Etats-unis.

Ben Nugent, auteur du livre en anglais "American Nerd : The Story of My People" définit le geek comme " une personne quasiment experte dans un domaine particulier"<sup>65</sup>. Or à ses débuts, Geek signifiait, au 20ème siècle, un « carnavalier »<sup>66</sup> : personne ne possédant pas de talents et qui use de ruse afin d'obtenir de l'attention. Le geek du 20ème siècle est donc l'exact définition du loser, loin des écrans et encore plus des jeux vidéo.

Le « Nerd » quant à lui, est apparu en tant que néologisme en 1950 dans « If I ran the Zoo » du docteur Seuss. Nerd est le substantif accolé à un vieil homme au regard méchant. Ce qui est loin de l'acceptation actuelle. L'année suivante, Newsweek se l'approprie pour désigner une personne faible. Puis la télévision, en particulier le talk show SNL, ajoute le talent à la faiblesse alors que se développait dans la Silicon Valley le mot geek pour les experts mais qui réussissent.

Geek et Nerd ont pour point commun qu'ils désignent des personnes expertes en technologies, le premier en fait levier pour son ascension sociale et non le second.

Les questions que nous nous sommes posées lors de ces premières analyses sont sémantiques autant que polémiques : qu'est ce que l'esport et est-il un sport comme les autres ? Le débat peut sembler vain et sans grand intérêt. Pourtant, ils sont emblématiques de l'évolution de notre société, de ses aspirations et de ses rêves depuis que le sport existe. Et depuis quand existe-t-il ? Sans faire d'études anthropologiques approfondies, le sport est l'épreuve qui permet de sélectionner, d'isoler et de gratifier ceux qui étaient les plus à même de combattre

---

<sup>65</sup> NUGENT B. (2008), *American Nerd: The Story of My People*, Scribner, 240 p.

<sup>66</sup> c s

les dangers, prédateurs animaux puis tribu d'en face, Spartiate contre Athéniens, Grecs contre Perses, etc...

La performance physique était à cette époque des armes blanches un prérequis indispensable à la performance laquelle devenait extraordinaire avec entraînement, sens tactique, intelligence de jeu, réflexes, intuition, anticipation, etc... Aujourd'hui, nous subissons l'inertie et la résistance de notre code génétique à évoluer rapidement. Mais le jeune urbain occidental moderne fait-il grand cas de la composante physique de ce qu'il a envie d'appeler sport ? Certainement pas. Le Baron Pierre de Coubertin, continuera d'être respecté pour avoir relancé les Jeux Olympiques de l'époque moderne mais il est peu probable que ses définitions du sport résistent encore très longtemps aux tendances sociétales lourdes du moment. Le digital repose la question sémantique. Quel concept derrière un mot, mais le sujet était déjà latent avec le golf ou les échecs joués à niveau international.

Cependant, l'adage « esprit sain dans un corps sain » n'est certainement pas désuet et nous vivons une période de transition qui cèdera sa place à des « gamers » qui prendront soin de leur corps non pas à des fins marketing mais pour être plus endurants, pour garder leurs réflexes vifs pendant des heures, ... Tout comme les golfeurs modernes, dans le sillage de Tiger Woods sont devenus des athlètes à part entière.

La clarification sémantique nous permet d'avancer dans la problématique centrale de cette étude : l'esport peut-il trouver sa place dans le paysage audio-visuel, si oui en s'intégrant dans l'existant ou le modifiant pour qu'émerge de nouveaux modes de consommation de contenu sportifs, ... esportifs. Nous aborderons dans la partie suivante, l'historique sud coréen puis l'actualité des nouvelles plateformes de diffusion et notamment la plus importante, la plus aboutie actuellement : Twitch. Nouvel objet qui doit trouver sa place dans une régulation pas exactement adaptée, audience nouvelle pour les annonceurs, vitesse de progression exponentielle sont autant de facteurs qui présagent une révolution des usages et de l'écosystème que nous allons tenter de définir puis d'imaginer les prochaines étapes.

## **PARTIE 2 : TENDANCE OU RÉVOLUTION D'USAGE ?**

### ***2.1 L'ESPORT EST UNE MODE***

L'esport fera partie des domaines à "la mode" ceci est une absolue certitude, l'engouement est planétaire et les chiffres montrent tous la même direction. Les annonceurs ne s'y trompent pas et des cabinets d'études spécialisés se développent pour aider à mieux appréhender le business (cf Annexe 5). La question étant : phénomène éphémère ou évolution structurelle ?

L'esport est unique car il repose sur la digitalisation d'une action individuelle dans un monde connecté. Un adolescent jouant dans sa chambre en livestream sur Twitch a aujourd'hui autant d'impact qu'un artiste se produisant à l'Hôtel Accord Arena – en effet à titre de comparaison, l'HAA peut accueillir 20 000 personnes, alors que le streamer Faker a eu 245 000 viewers réunis pour son premier stream sur Twitch<sup>67</sup>. Les chiffres sont en effet très impressionnants dès qu'ils sont mis en perspective avec le marché global des sports, arts et spectacles.

Aujourd'hui un streamer professionnel lambda, qui se filme en train de jouer à un jeu esport et retransmis sur la plateforme de livestream Twitch, est vu par un public de trois mille à dix mille "viewers"<sup>68</sup>. Nous sommes maintenant à ces chiffres voire à bien plus sur le net. Il ne faut cependant pas les sous-estimer. Ramenés au monde « physique », c'est autant ou presque que l'Hôtel Accord Arena accueillant une jeune star. De fait, ce que l'on appelle le « reach », c'est à dire le nombre de personnes dont l'attention est captée en instantané est voisin, qu'il s'agisse d'une rockstar qui a vendu des millions d'albums et un excellent joueur de League of Legend comme Faker. Et aujourd'hui, le coût pour un annonceur de s'adresser au public Twitch est bien inférieur qu'à celui de l'Hôtel Accord Arena. Il y a un effet d'aubaine pour les « early adopters » mais l'effet mécanique de l'offre et de la demande va combler ce retard et redistribuer le budget global de l'espace publicitaire sur certains socio-types notamment les 12-25 ans.

Quelques chiffres éclairants : 141 millions d'heures chaque mois sont consacrées à regarder des jeux en ligne multi-joueurs, 84 millions pour les jeux de tir et 36 millions suivent des compétitions de jeux de cartes. En France on parle de 35 millions de gamers réguliers et 31%

---

<sup>67</sup> CHAN E. (2017) "Over 245,000 Viewers Tune In Faker's Debut Stream On Twitch" AKSHON ESPORTS | URL: <https://www.akshonesports.com/2017/02/245000-viewers-tune-fakers-first-stream-twitch>

<sup>68</sup> JEUSSET (2016) "Classement des chaînes Twitch Françaises du mois de décembre 2016" GAMOLOCO et DEXERTO FR | URL : <https://www.dexerto.fr/news/classement-des-chaines-twitch-francaises-du-mois-de-decembre-2016>

de la population des 7 (plutôt 2 maintenant) à 77 ans (voire 80) regardent des clips ou des vidéos de parties de jeu vidéo mises en ligne par d'autres joueurs.<sup>69</sup>

Alors comment est-ce possible de considérer l'esport comme un domaine de niche alors que la musique et le sport sont universels ?

Si l'esport et le sport n'ont pas le même régime d'acceptation sociale<sup>70</sup> c'est probablement pour deux raisons majeures. La première concerne son traitement médiatique, en effet nous l'avons vu précédemment, l'esport est devenu médiatique en 2016 avec l'arrivée du Canal Esport Club de Canal+ ainsi que d'autres, qui ont suivi, comme notamment Bein Esport. Hors la médiatisation joue un rôle principal pour qu'un phénomène devienne « sociétal » et universel. L'effet Justin Bieber par exemple ne repose pas uniquement sur son talent musical, loin s'en faut. Tout son succès repose sur le travail de son image télévisuelle auprès d'une population très ciblée, en âge, en sexe, et en socio-type.

De fait, la pierre angulaire du développement de l'esport est la médiatisation populaire et généraliste de ses stars lesquelles peuvent être des joueurs, des analystes, des commentateurs, des codeurs, qu'importe pourvu qu'il soit un ambassadeur starifié de l'écosystème. Le meilleur joueur ou commentateur de Heartstone en France doit se faire une place dans les cases à large audience : journaux télévisés de 13 ou 20h, dans les access prime time infotainment, ...

### **Nouveaux comportements, nouveaux usages**

Angela Natividad, cofondatrice et directrice générale de Hurrah, agence de communication spécialisée dans l'esport, s'est exprimée sur le sujet en expliquant que les comportements des joueurs et des spectateurs historiques de Twitch avait permis aux éditeurs de se « réapproprier ce phénomène pour assurer la promotion et surtout la pérennité de leur jeu »<sup>71</sup>. Avoir une énorme « fanbase » de joueurs regardant l'esport assure, en effet, la longévité d'un jeu car

---

<sup>69</sup> ESPINOSA E. (2016) "L'eSport pour la France est une nouvelle industrie" INfluencia | URL : <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com.media,e-sport-pour-france-est-nouvelle-industrie,6082.html>

<sup>70</sup> WILLIAM (2015) "TOP 10 Des Préjugés Sur Les Jeux Vidéo Totalement Faux" HITek | URL : [http://hitek.fr/actualite/top-10-idees-recues-jeux-video-fausses\\_5005](http://hitek.fr/actualite/top-10-idees-recues-jeux-video-fausses_5005)

<sup>71</sup> ESPINOSA E. (2016) "L'eSport pour la France est une nouvelle industrie" INfluencia | URL : <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com.media,e-sport-pour-france-est-nouvelle-industrie,6082.html>

cela permet la rétention des joueurs qui, pour suivre la scène compétitive, doivent actualiser leurs connaissances sur les nouveaux héros, les nouvelles cartes, les nouvelles armes<sup>72</sup> que les éditeurs actualisent de façon régulière et fréquente (tous les trois mois en moyenne).

C'est une différence essentielle avec le sport classique dont les règles sont sacro-saintes (on le voit notamment avec l'arbitrage vidéo au football). En effet, si les éditeurs n'avaient pas orchestré l'attention par l'actualisation, la base de l'audience serait restée confinée aux seuls joueurs. Le coup de génie des éditeurs tel que Blizzard est d'avoir compris cela à temps et d'avoir réinventé leur métier en développant des univers narratifs complexes, passionnants et surtout évolutifs.

On notera que cette règle ne s'applique et ne fonctionne que dans l'esport et non dans les jeux vidéo en général. Le cas Pokemon Go en témoigne. L'actualisation n'a pas réanimé le feu de paille de l'été 2016<sup>73</sup>. Le propre de l'esport et de ses jeux est qu'ils évoluent, c'est ce qu'on appelle *la méta*. La méta est une photographie de l'état narratif et compétitif d'un jeu esport. Si l'on prend l'exemple du jeu Hearthstone (seul jeu de carte de l'esport), de nouvelles extensions, donc de nouvelles cartes viennent modifier l'ordre établi, les habitudes, la courbe d'expérience des joueurs et des spectateurs afin que la lassitude ne s'installe jamais et accessoirement bouleverse le « hall of fame » et donc permette l'émergence de nouveaux champions plus à l'aise dans une certaine méta que dans une autre.

Cela permet aussi de stimuler davantage l'intérêt profond d'un jeu. A l'image d'un schéma narratif comme celui de Game Of Thrones, complexe et qui évolue au fur et à mesure des saisons, il n'est rien de plus passionnant que d'en apprendre toujours un peu plus sur un univers que l'on croit maîtriser à la perfection.

Avec l'arrivée de Twitch (première plateforme de streaming dédiée au gaming) en 2011<sup>74</sup>, l'esport est devenu mondial. Cela a engendré une profonde mutation de consommation notamment en tournois officiels. Désormais, toute compétition que la communauté estime être

---

<sup>72</sup> HEARTHSTONE (2017) Dernières News d'Hearthstone | URL: <http://www.hearthstone-decks.com/>

<sup>73</sup> BRISSON T. (2017) "Un an après l'euphorie Pokémon Go, où sont passés les joueurs ?" La Voix Du Nord | URL : <http://www.lavoixdunord.fr/203549/article/2017-08-12/un-apres-l-euphorie-pokemon-go-ou-sont-passes-les-joueurs#>

<sup>74</sup> TECH CRUNCH « Twitch » | URL : <https://techcrunch.com/topic/company/twitch/>



importante est broadcastée sur Twitch, et cela a considérablement amélioré l'expérience des fans.

Les meilleurs joueurs sont devenus des professionnels - et des superstars - et les plus grosses équipes ont vu leurs nombres de supporters croître exponentiellement à tel point que certaines d'entre elles ont désormais autant de fans que les plus grandes équipes de football – il y a deux fois plus de fan de la team SKT (sur la page Facebook : 1,4 million) que de l'équipe du LOSC (Facebook : 750 000).

L'esport est souvent considéré comme unique dans son mode de consommation, il est courant d'entendre (ndlr : journal télévisé de France 2) que l'esport est "l'action de regarder des gens jouer aux jeux vidéo". Un groupe de passionnés qui assiste à des tournois ou compétitions de niveau international ressemble beaucoup à des supporters de football devant leur poste, un jour de match de coupe du monde. Les deux se régaleront de la performance, de la dextérité, de la tactique individuelle et collective. C'est cela le point commun, le cœur de la similitude, cette capacité volontaire de passer des heures à regarder des actions banales où il ne se passe pas grand chose mais sans pouvoir se détacher de l'écran parce que l'exploit peut venir la seconde d'après.

Le joueur Faker est à League of Legend ce que Mohammed Ali est à la Boxe, le regarder c'est de l'art pour le Bétien comme pour l'amateur. Ces champions créent l'entertainment et la passion dont nous pouvons profiter car leurs performances sont extraordinaires, hors de portée même avec de la chance, même dans un bon jour, sans talent hors normes et travail d'arrache-pied. C'est vrai pour le sport et l'esport, qu'il s'agisse de Fifa, de Street Fighter, d'Hearthstone ou d'autres.

L'esport représente pour le monde entier le sport de la génération digitale. Et ses acteurs français ont toujours joué un rôle important, voire primordial, dans le développement de ce nouveau divertissement explique Angela Natividad<sup>75</sup>.

L'ESWC, organisateur de tournoi français a permis de remplir Bercy lors de son premier évènement. C'était la première fois qu'un évènement esport remplissait un stade en Europe.

---

<sup>75</sup> ESPINOSA E. (2016) "L'eSport pour la France est une nouvelle industrie" INfluencia | URL : <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,media,e-sport-pour-france-est-nouvelle-industrie,6082.html>

Le Meltdown<sup>76</sup>, cofondé par trois amis français, est la première chaîne mondiale de bar esport où les gamers viennent regarder et participer à des compétitions tout en se divertissant socialement autour d'un verre. Depuis leur lancement en 2012, ils ont ouvert 27 bars dont 15 en France. Il faut aussi nommer Gamoloco<sup>77</sup>, le premier site d'analyse 100% esport et l'Équipe 21, l'une des chaînes TV pionnière en ce domaine à diffuser de l'esport à l'antenne. Fin 2015, 579 Millions de dollars<sup>78</sup> ont déjà été investis par les sponsors dans une industrie qui n'existait pas officiellement, il y a encore cinq ans. Une vaste majorité de ces investissements viennent d'annonceurs qui ont une connexion directe avec l'univers du gaming comme Nvidia, Intel, Logitech ou Asus. Mais le cercle s'élargit avec des marques plus globales comme HTC, Samsung, Red Bull, Monster Energy ou Coca-Cola.

### 2.1.1 Une démocratisation par les contenus

- *Les documentaires “Game Fever” et “Ingame”*

Nous avons évoqué précédemment les composants qui ont amené l'esport à sa notoriété actuelle : la socialisation des acteurs, l'introduction par les équipes de football et FIFA, le traitement médiatique plus généraliste. Mais ce qui a véritablement assuré son écollage est probablement l'émergence de contenus essentiellement pédagogiques. Le documentaire Game Fever, réalisé par Hervé Martin-Delpierre est consacré à l'immersion dans le coeur des coulisses d'événements majeurs asiatiques. Évoqué comme le berceau de l'esport, la Corée mène bataille contre son grand frère par la taille mais jeune cousin par le talent : la Chine. De Stracraft 2 à League of Legend nous découvrons la vie au quotidien des sportifs de haut niveau : la gaming house, l'entraînement, les compétitions, le stress, les ententes-mésententes sociales au sein des équipes. Pour beaucoup, et notamment Diego Bunüel, directeur des documentaires de Canal+, ce fut une “révélation”<sup>79</sup>. C'est en effet par le documentaire, par la pédagogie, que les idées faites s'en vont pour laisser place à un instant hors du jugement, d'apprentissage d'un univers inconnu et passionnant. C'est en grande partie sur la base de ce

---

<sup>76</sup> MELTDOWN Bar « Concept » | URL: <https://www.meltdown.bar/>

<sup>77</sup> GAMOLOCO | URL: <https://gamoloco.com/>

<sup>78</sup> BUSINESS CRUNCH (2016) “ Esports, un phénomène social incontournable” | URL: <http://business-crunch.com/sport-phenomene-social-incontournable/>

<sup>79</sup> CANAL + (2016) « GAME FEVER » | URL: <http://www.canalplus.fr/infos-documentaires/l-actualite-des-documentaires/cid1419539-game-fever-l-esport-a-l-honneur-mercredi-26-octobre-sur-canal.html>

documentaire, disponible sur Netflix et vu par un large public dans de nombreux pays, que les médias généralistes ont décidés de se lancer dans l'aventure Esport.

- *Le journal l'Equipe* crée une rubrique spécialisée et le documentaire Ingame

Il est difficile de l'établir précisément mais le journal l'Équipe semble être le premier média français de presse écrite à avoir intégré à son corpus éditorial une rubrique dédiée à l'esport et son actualité. Les rênes de la rubrique sont confiées à un jeune journaliste de l'Equipe qui assure un suivi complet de l'actualité. Un tel positionnement permet, au delà de générer un trafic additionnel sur leur site, de créer une fidélisation croissante et un intérêt de plus en plus soutenu pour l'esport et de ses acteurs. Il joue un rôle important dans ce début de démocratisation avec l'écriture de la première web-série documentaire française sur le sujet<sup>80</sup>. In Game dresse le portrait de deux joueurs d'esport.

- Un pro de 22 ans qui s'entraîne avec son équipe dans une gaming house à Berlin et tente de gagner sa place à la table des grands (Corée, Japon, Chine, US) en disputant les championnats d'Europe de League of Legends.
- Un ado de Bordeaux qui joue avec sa bande de copains et rêve d'en faire un jour son métier.

C'est la première fois que les français découvrent leur jeune génération dans leur univers de travail, de vie et de jeu dans leur langue maternelle.

La série ne connaît pas un succès national, elle cumule une centaine de milliers de vues sur Youtube, mais c'est un premier pas qui ouvre à davantage de création de contenu autour de l'esport et crée un précédent.

### 2.1.2 L'esport : nouveau terrain de jeu pour les médias

- *Naissance du Canal Esport Club*

---

<sup>80</sup> L'EQUIPE ESPORTS « Une web-série inédite IN GAME, entrez dans légende » (2016) | URL : <https://www.lequipe.fr/Esport/Actualites/Une-web-serie-inedite-in-game-entrez-dans-legende/749190>

En septembre 2016, Canal+ décide de sponsoriser l'équipe Vitality, équipe française internationale multi-esport, et lance dans la foulée tout un département esport interne à la chaîne. Les journalistes d'Esport Observer ont rencontré, Diego Bunuel, à l'origine du projet :

*“ J'ai travaillé pendant 6 mois avec une petite équipe : Christophe Agnus de Vivendi, Charles Tsakyrellis de Havas Media et Alexis Jaillet de Dailymotion. La première chose que nous avons faite a été de sponsoriser l'équipe Vitality. Cela a été le commencement de ce que nous voulions faire : quelque chose que nous aimons, en dehors du professionnel. Nous sommes des amis et nous avons envie de faire « quelque chose » dans l'esport. Ensuite, il est devenu évident pour nous de réaliser une émission hebdomadaire. C'est quelque chose de nouveau à la télévision, et c'est le point de départ d'un intérêt grandissant pour l'esport au sein du groupe Canal+.”*<sup>81</sup>

Le Canal Esport Club est le nom donné à l'émission de télévision mais il symbolise le club dont font partie une vingtaine de personnes qui travaillent chaque jour à l'émergence de l'esport dans le cadre culturel, éditorial et visionnaire de Canal+. Une équipe interne est en charge du site qui, comme l'Équipe, traite l'actualité de l'esport mondial. Le différentiateur est qu'elle ne le traite pas seulement sous forme de scoring ou d'actualité mais, épaulée par un média social, montre et décrypte les actions extraordinaires qui se passent sur Twitch ou en compétition. Cela permet de démocratiser davantage que par l'écrit et touche une cible jeune et native du digital. Les chiffres qui nous proviennent du site d'analyse de Google font état d'un cœur de cible de 18 à 24 ans et enregistre 14 millions de vidéos vues sur la première saison. La portée des articles du Web sont moins puissants avec seulement 700 000 pages vues consultées.

### 2.1.3 Annonceurs : Publicité & Sponsoring

- *La campagne de Bouygues Télécom*

---

<sup>81</sup> AUXANT A. (2016) « Interview with Diego Buñuel, the mind behind Canal+'s new esports show » ESPORT OBSERVER | URL: <https://esportsobserver.com/interview-with-diego-bunuel-the-mind-behind-canals-new-esports-show/>

En 2015, l'opérateur téléphonique, filiale du groupe Bouygues, investit dans l'esport en sponsorisant l'une des premières équipes françaises professionnelles, Melty. Le Président directeur Général de Bouygues Télécom l'explique : « Nous soutenons melty depuis le début de l'aventure, et quand ils nous ont présentés le projet eSport Club, nous avons été très sensibles à leur approche grand public. Cela faisait d'autant plus sens pour nous que cette discipline nécessite des connexions fibre et 4G performantes »<sup>82</sup>.

L'esport touche un écosystème de joueurs et de spectateurs finalement assez représentatif de la génération digitale native et intéresse donc de nombreux annonceurs très indirectement concernés par le contenu. C'est un gage de succès et de pérennité important. Gamers et spectateurs, ouvrent un nouvel espace marketing. En sponsorisant une marque pionnière, l'opérateur se positionne "Gamer friendly" et se rapproche d'une cible consommatrice de digital au sens large. Un effet d'aubaine pour un opérateur telco dont le groupe entier fait levier. Les connections par fibre et une 4G puissante sont des atouts majeurs dans l'esport, c'est que l'on appelle le ping, la rapidité d'exécution d'un mouvement après que le joueur a tapé la commande. Il est calculé en millisecondes et peut, à lui tout seul, changer la physionomie d'une partie. L'humain exerce son habileté dans le réflexe, mais abandonne l'exécution physique, l'interactivité à la machine. C'est sur cet angle précis que Bouygues va créer son argumentation. C'est un ciblage très particulier pour un annonceur car il est abscons. Le cœur de cible comprendra, le reste du monde en déduira uniquement que c'est important pour eux mais qui peut le plus peut le moins donc c'est bien pour eux aussi.

## ***2.2 NOUVEL USAGE : TWITCH OU L'AVÈNEMENT DU LIVESTREAM***

---

<sup>82</sup> AFJV (2015) « Melty Group » | URL: [http://www.afjv.com/news/4896\\_melty-esport-club-un-nouveau-site-dedie-a-l-esport.htm](http://www.afjv.com/news/4896_melty-esport-club-un-nouveau-site-dedie-a-l-esport.htm)

### 2.2.1 Un savant mélange des propriétés du mass média et des qualités du net (neutralité, proximité, communauté autorégulée)

- *Présentation de la plateforme (création, état des lieux)*

Netflix, Google, Apple, Twitch. Laquelle de ces entreprises ne correspond pas aux autres ? Twitch, la startup qui permet aux joueurs de diffuser et de regarder des livestreams de parties de jeux vidéo, n'est certes pas encore une entreprise publique de taille comparable aux GAFA / NATU. Pourtant, elle se faufile parmi les titans Web comme l'une des plus grandes sources de trafic à large bande pendant les heures de pointe, selon une nouvelle étude de l'infrastructure cloud et réseau DeepField.

Twitch a annoncé que maintenant, plus d'1 million d'utilisateurs différents diffusent sur leur plateforme chaque mois. Ce qui l'a incité à « pousser » encore plus de trafic sur le Web et rivalise depuis avec de grands noms dans les activités de streaming de vidéos et de musique comme Hulu, Amazon et Pandora. "Nous ne surveillons pas notre part du trafic Internet global, donc ce graphique était une nouvelle pour nous", explique Matt DiPietro, vice-président du marketing de Twitch. "Mais je pense qu'il était gratifiant pour notre équipe de voir ça, car ils ont travaillé comme des fous pour nous aider à rester en phase"<sup>83</sup>.

Récemment le site de streaming de jeux TwitchTV a franchi une étape assez importante, un peu moins d'un an après ses débuts, en atteignant plus de 15 millions de joueurs chaque mois. Selon le directeur général et co-fondateur du site Twitch, Emmett Shear, cela représente une augmentation des utilisateurs de 13% mois par mois en moyenne, avec une moyenne de visionnage d'une heure par utilisateur par jour. Ce sont des volumétries de mass market.

En ce qui concerne la composition générale du public de TwitchTV, Shear a déclaré qu'il correspond au public des jeux vidéo en général, 18-35 à majorité masculin mais avec quelques nuances gardées confidentielles.

---

<sup>83</sup> LYNLEY M. (2012) « One Year Later: After a tweak, Twitch.tv is Now One Of Silicon Valley's Hottest Startups » BUSINESS INSIDER | URL: <http://www.businessinsider.fr/us/one-year-later-after-twitchtv-2012-8/>

Shear dit que le partage d'une expérience de jeu vidéo est quelque chose avec laquelle tout le monde a grandi sur son canapé et que Twitch TV en est une extension naturelle. Il décompose l'histoire encore jeune des jeux vidéo en l'ère du joueur unique, suivie d'une période de contrôle des échanges de jeux en mode hors connexion, puis de l'époque multijoueur plus récente avec des progrès dans la connectivité, puis enfin de l'ère du spectateur.

De l'autre côté, il y a le commentateur eSports Marcus "djWHEAT" Graham, qui considère le service de diffusion comme un moyen pour certains joueurs qui cherchent à transformer leur hobby en carrière dans cette industrie en plein essor. Graham a déclaré : "Si vous êtes un professionnel, c'est très simple : vous pouvez aller sur ces tournois et vous faire un nom en jouant. Mais je pense que ce que Twitch fait est d'offrir un moyen accéléré de se faire un nom."<sup>84</sup>

- *Un modèle mass média... (Diffuseur/ talent /spectateur/ contenu)*

On voit le public utiliser la plateforme Twitch de plus en plus comme la télévision, c'est un changement dans la façon dont les gens consomment les médias – ce que nous pouvons comparer au manque d'intérêt du public envers les médias traditionnels comme la télévision linéaire, et la hausse de contenus délinéarisés.

La taille du public de gaming a augmenté, que ce soit Angry Birds ou Mad World, les gens jouent à des jeux. Tout le monde dans l'ère actuelle comme une sorte de joueur vidéo. Dans cet esprit, Twitch TV cherche à construire les outils permettant aux joueurs de différents genres de diffuser leurs préférences. Il était important que TwitchTV étende son auditoire au-delà de son premier cercle, d'apporter plus de joueuses/spectatrices féminines, mais le principal objectif est surtout d'augmenter le nombre et la diversité des jeux que les spectateurs peuvent voir.

---

<sup>84</sup> GRUBB J. (2013) « How Marcus 'djWheat' Graham became one of the voice of e-sports » VENTURE BEAT | URL: <https://venturebeat.com/2013/09/09/how-marcus-djwheat-graham-became-one-of-the-voices-of-e-sports/>

Pour Shear, cela est particulièrement important pour attirer les streameurs potentiels, permettant à TwitchTV d'obtenir plus de contenu, mais aussi de permettre à ceux pour qui les jeux sont leur passion de le faire professionnellement.

La montée rapide des streamers s'explique en partie par une nouvelle plateforme pour le service de streaming de Twitch, celle de la console de maison. Avant la sortie des nouvelles unités Playstation et Xbox, Twitch était pour les jeux PC uniquement<sup>85</sup>. "Environ vingt pour cent de nos streamers viennent maintenant de la Playstation 4", explique DiPietro. "Cela nous montre qu'il y a un nouveau public qui a très envie de diffuser ses jeux". Twitch s'intègre également à la Xbox One, bien que cette fonctionnalité ne soit pas encore officiellement déployée.

Afin de gérer sa bande passante rapidement croissante, Twitch met à jour ses « points de présence » - POP - les emplacements où il possède ou loue des serveurs - afin d'assurer la disponibilité et la latence indispensables. La société utilise les 20 millions de dollars qu'elle a « levé » en septembre 2013 pour financer cette expansion.

- *Aux valeurs du Web (neutralité, proximité, communauté autorégulée)*

### *La proximité*

La clé du succès de TwitchTV a été d'amener les meilleurs joueurs, et la clé pour les attirer a été de fournir une expérience interactive attrayante sur le site, comme sa fonction de tchat qui permet aux utilisateurs de communiquer avec le streameur en direct.

L'objectif de TwitchTV est donc de passer d'une simple plate-forme Web spécialisé dans l'esport à une plateforme universelle et « user friendly » dès qu'il s'agit de venir regarder des performances en ligne quel que soit le sujet, "Chaque plate-forme où les gens regardent des vidéos, nous voulons y être".

Les streameurs et personnalités de l'esport qui réussissent doivent beaucoup travailler avec les réseaux sociaux et ajouter une certaine personnalité à ce qu'ils font, créer un storytelling.

---

<sup>85</sup> CHAMPEAU G. (2014) « Twitch arrive sur Xbox One » NUMERAMA | URL: <http://www.numerama.com/magazine/28570-twitch-xbox-one-streaming-jeux-video-console-microsoft.html>



TwitchTV propose des outils pour informer les abonnés d'un streameur lorsqu'il sort un nouveau contenu, et le récent lancement de leur application iPhone et Android a permis à ces mêmes streameurs de garder à jour leur base de contenu régulièrement et plus facilement. Ainsi certains utilisateurs ont créé leurs propres petits écosystèmes autour d'itérations antérieures de franchises populaires - des communautés ciblées qui se concentrent sur un ensemble spécifique de fonctionnalités dans un jeu.

### *Une communauté autorégulée*

TwitchTV essaie d'aider les communautés de gaming à grandir, par exemple en les promouvants et en promouvant les jeux en leur sein. Les joueurs aiment explorer et c'est de cette manière que TwitchTV expose les utilisateurs à de nouvelles communautés. L'un des plus grands avantages de Twitch, est que lorsqu'un joueur regarde un stream de World of Warcraft, la plateforme lui permet de savoir quels autres streams sont en cours (avec une bien meilleure expérience qu'en télévision) et il peut donc zapper et évoluer dans un univers de contenus sans fin et très hétéroclyte.

Certains titres multi-plateformes comme Halo 3 et sa Major League Gaming, ou encore Call of Duty et Gears Of War sont à la fois très populaires mais très hétérogènes. "Nous commençons à voir ces communautés se réunir et ne pas se séparer autant, ce qui contribue à la croissance de la concurrence"<sup>86</sup> déclare Graham et ajoute que "85% à 90% de l'espace concurrentiel payé est composé de jeux PC", bien que la scène du jeu de combat ait légèrement faussé ce nombre. L'absence d'un public de console provient des divisions de la console naturelle : la communauté de Call of Duty est divisée par consoles, ceux de la PS3 ne communiquent pas avec ceux de la XBOX 360 par construction. Twitch ôte ces barrières technologiques.

Dans cet esprit, Shear espère placer son site comme "l'ESPN du jeu" (ESPN étant la chaîne TV leader en sports aux US). Cette volonté d'universalisation de Twitch permet de penser qu'à terme une rivalité opposera les plateformes de contenus à la télévision linéaire. Dans la partie qui suit nous allons donc essayer de comparer ces deux modèles, évaluer leur avenir

---

<sup>86</sup> JONES C.M (2014) «How Twitch Won the Community in Just Three Years Hearts and Minds of Millions in the Gaming »  
NUMERAMA | URL : <http://www.numerama.com/magazine/28570-twitch-xbox-one-streaming-jeux-video-console-microsoft.html>

ainsi que les conditions inhérentes à leur consommation. L'idée n'est pas de chercher un vainqueur mais plutôt de discuter de leur avenir respectif et des similarités et oppositions majeures qui déterminent leurs futurs modèles.

### 2.2.2 Étude d'un cas pratique : Twitch vs. Télévision

L'objet de ce petit cas pratique est de présenter les six points qui définissent les éléments concernés afin de comprendre comment un média digital puissant tel que Twitch peut ou non changer les usages liés à la consommation de contenus.

En effet ce qui constitue un média réside dans sa façon de générer un modèle commercial viable autour de la diffusion de contenus. Du sponsoring à la discussion sociale en passant par l'étude des audiences et leur programmation, les contenus sont entourés de six domaines majeurs qui leur permettent d'exister.

- **Régulation des contenus : Modération vs. CSA**

La modération à la télévision est régie par le conseil supérieur de l'audiovisuel qui garantit l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle dans les conditions définies par la loi. Elle est dite « autorité administrative indépendante » ce qui signifie qu'elle agit au nom de l'Etat sans en dépendre. Techniquement que cela implique-t-il ? Les contenus télévisés sur les canaux admis par l'état sont donc tous soumis au contrôle du CSA qui, dans le cadre de la loi, impose des usages et des règlements dont la non observance peut mener à des sanctions plus ou moins lourdes.

Le CSA est cependant un conseil, composé d'hommes et de femmes qui exercent leur jugement, leur interprétation des textes notamment lorsqu'ils rencontrent de nouveaux contenus ou médias non directement et explicitement prévus par la loi. Le volume de programme, de médias, de fréquences et sont soumis à leur contrôle est aussi gigantesque que divers. Une certaine place est ainsi laissée à leur libre arbitre diront certains, à leur jugement éclairé diront d'autres. La régulation des contenus est telle qu'elle ouvre de très larges champs d'interprétation personnelle. A cela, on peut jouter que la médiatisation d'un « clash » la popularité de son auteur, ... pèse sur les décisions techniques mais aussi politiques. Le CSA

peut donc exercer une autorité au regard de ses propres critères ou bien laisser parler la démocratie. La vie, les erreurs, les fautes sont toutes soumises à des nuances qui rendent parfois délicat l'application d'une peine. C'est là que la modération digitale, celle de Twitch, appliqués par des modérateurs, sortes de juge d'application des peines en ligne, ressemble fortement à celle du CSA mais se positionne en amont. Il n'existe pas de loi sur Twitch, concernant la modération d'un contenu ou d'un commentaire. Les conditions générales d'utilisation que chaque souscripteur signe relèvent en fait pour l'essentiel du droit commun (incitation à la haine ou à la violence sur un individu ou une communauté, ...).

Pourtant il existe une régulation sérieuse sur la plateforme, autant les utilisateurs que les modérateurs sont représentants du vivre ensemble digital. Ceux qui s'essaient à la haine, la vulgarité ou tout autre aspect néfaste sont très rapidement écartés. L'expérience souvent malheureuse des autres servent à tous. EN l'espèce, le grand perdant d'une modération mal contrôlée fut myspace. Concurrent de Facebook pendant les tous débuts du social network, MySpace n'a pas su exclure les contenus notamment à tendance érotique voire pornographique. Cela a signé son arrêt de mort. Ni plus ni moins. Mais par le public et non par le gendarme, ce qui est intéressant de noter.

- **Gestion du sponsoring: Watermarks vs. Billboards**

De façon plus marquée encore, la comparaison du modèle publicitaire entre Twitch et le modèle des masses médias semble comporter des similarités. En télévision les annonceurs se greffent principalement à deux endroits, le "billboard" et la "réclame". Le "billboard" est le moyen que les chaînes ont trouvé pour financer leurs contenus de façon viable. Il repose sur le fait que la loi interdit la publicité affichée dans les contenus à la télévision et la limite à douze minutes par heure dans les cases prévues à cet effet. Le "billboard", qui correspond à greffer un annonceur juste avant et/ou juste après un contenu, a permis de générer plus de recettes publicitaires et surtout un bien meilleur ciblage marketing donc plus cher à l'unité. Cela est ajouté à la « réclame » (sans offense à Marcel Bleustein Blanchet) qui est historiquement la plage allouée à une série de spots publicitaires. Le modèle de la télévision est donc fondé sur des publicités ciblées sur les contenus additionnés de coupures de publicités ciblées entre les contenus. Cette définition très sommaire du modèle amène à le comparer plus facilement avec celui de Twitch. Lui aussi basé sur un modèle dipartite : il voit sa différence dans ce que l'on appelle le "Watermark" qui remplace le "billboard". La loi n'est en effet pas active sur le

digital ce qui permet d'appliquer un léger filigrane permanent avec le logo d'une marque directement apposé sur un contenu, cela s'appelle un "Watermark". Sur Twitch il existe aussi des coupures destinées à la publicité cependant il n'est pas aussi précisément programmé qu'en télévision.

- **Publicité : Réclames programmées vs. Coupures spontanées**

Comme chacun le sait, la publicité en télévision est programmée en pages, elle entre dans une grille de programmation décidée au préalable à la minute près. Elle ne dépasse pas douze minutes, est considérée comme un contenu à part entière et est composée de spots d'annonceurs différents. Sur Twitch le modèle publicitaire est similaire mais dans un marché beaucoup moins mature et aux usages différents. Twitch possède sa régie mais gère aujourd'hui un nombre très restreint d'annonceurs comparé à une chaîne généraliste.

En effet, même si les CPM (Coût par impressions) sont attractifs pour les annonceurs, ils sont justifiés par une audience incomparablement plus faible qu'en télévision. Les GRP (nombre moyen de contacts publicitaires obtenus sur 100 individus de la cible visée) sont encore très en deçà d'une campagne de publicité pertinente. L'indicateur de viabilité d'une campagne faisant le produit de la couverture en % et de la répétition moyenne, le GRP est finalement trop bas pour un annonceur qui souhaite atteindre une cible nationale. C'est ce qu'il se passe généralement pour une chaîne de Twitch, les impressions sur la marque sont en milliers et les répétitions en dizaine. Cela représente un GRP aux statistiques incroyables mais fausses : 100% de la cible le voit à une répétition immense mais au bout du compte, seulement quelques dizaines de milliers de personnes l'ont vu.

En télévision linéaire les prix sont bien plus importants mais la transformation est décuplée et permet à des marques un ROI (retour sur investissement) beaucoup plus fiable (notamment du fait de la loi des grands nombres). Cet exemple, bien que peu précis illustre précisément pourquoi le marché publicitaire de Twitch est encore immature. Mais au delà de la courbe de maturité, Twitch est et restera à court terme une niche parmi les niches, celle des joueurs de jeux vidéo voulant progresser ou se divertir devant des jeux joués par d'autres.

- **Audience** : Ultra ciblée vs. Grand public

S'il y a bien un élément qui différencie drastiquement Twitch et la télévision linéaire, c'est bien sa cible. Elle est mass média et vieillissante à la télévision (50 ans en 2015<sup>87</sup>) et niche, ultra connectée et digitale native chez Twitch (15-24ans). Elle est donc autant différente par le volume et la composition. La télévision a une durée de visionnage de 3h52<sup>88</sup> sur près de 25 millions de téléspectateurs. Pour Twitch « La durée moyenne de visionnage, par jour et par utilisateur, est estimée (par Twitch) à 1h15, ce qui donne environ 500 000 personnes, en France, sur Twitch chaque mois » explique Fabien Mulet, journaliste sport à l'Equipe. Si l'on prend un peu de recul sur la situation, les chiffres de Twitch montrent surtout le fossé immense qui les sépare des mass médias. Il apparaît important de prendre le temps de préciser cet écart, les chiffres souvent observés isolément sont facilement utilisables dans un sens comme dans l'autre. Ici nous observons qu'en moyenne l'audience sur Twitch est 5000 fois moins élevé qu'en télévision (Twitch : 1h x 500 000 x 12 mois = 6 millions d'heures par an / Tv : 4h x 25 000 000 x 365j = 30 milliards d'heures par an). Un tel chiffre, peu médiatisé explique peut-être le succès toujours aussi grandissant de la télévision linéaire.

- **Incarnants** : Streamers vs. Talents de télévision

Au delà du contenu, ce qui fait l'attrait d'un format média est la personne qui l'incarne. Un talent représente la chaîne et par extension la cible définie, le public. En mass média, les programmes suivent une ligne éditoriale cohérente avec le projet global de la chaîne. Si l'on choisit d'observer la valeur de la chaîne TF1, c'est une chaîne historiquement de service public (ORTF) et a vocation d'informer et de divertir<sup>89</sup> avec un ciblage universel. Les talents qui évoluent dans l'écosystème de la chaîne sont donc recrutés sur leur capacité innée ou acquise de transmettre, au delà de la performance d'animer, une information ou divertissement universel.

Les talents qui évoluent dans l'univers de Twitch sont segmentés sur d'autres valeurs, la performance dans le jeu, la personnalité mais surtout sur le langage unique de l'esport, tribal

---

<sup>87</sup> ALCARAZ M. (2016) « Face au vieillissement de leur audience, les chaînes de télévision cherchent la parade » LES ECHOS | URL : [https://www.lesechos.fr/20/01/2016/lesechos.fr/021632815821\\_face-au-vieillissement-de-leur-audience--les-chaines-de-tele-cherchent-la-parade.htm](https://www.lesechos.fr/20/01/2016/lesechos.fr/021632815821_face-au-vieillissement-de-leur-audience--les-chaines-de-tele-cherchent-la-parade.htm)

<sup>88</sup> MEDIAMETRIE (2016) « L'année TV 2016 » | URL : <http://www.mediametrie.fr/television/communiqués/l-année-tv-2016.php?id=1605>

<sup>89</sup> TF1 (2016) "Engagements" | URL : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/engagements/fondation/pr%C3%A9sentation>

par construction. Le gaming n'est, par définition, pas fondé sur un langage universel, nous l'avons vu précédemment, il s'est nourri de sa marginalisation sociale pour fonder des codes et un langage propre.

Il existe, tout de même, des similitudes dans les profils des talents qui semblent correspondre à une attente universelle, peu importe le segment. La télévision et Twitch ont pour valeur commune d'offrir un divertissement à ses spectateurs, la pédagogie étant une valeur secondaire dans le cas présent. Les qualités comme l'humour, la répartie, le charisme et autres bénéfiques sociaux sont communs aux talents des deux médias.

- **Programmation : Chaînes thématiques vs. Editorialisation**

La télévision a fêté ses 90 ans (elle est créée en 1926, il faut attendre 1960 pour qu'elle soit un mass média<sup>90</sup>) en 2016 et bénéficie de ce fait d'une maturité dans ses processus et une organisation structurelle de son offre. Cependant, la télévision est un secteur dynamique contrairement aux idées reçues, qui a dû se réinventer de nombreuses fois, en passant d'une à six chaînes, puis l'arrivée du câble et de ses bouquets, de la TNT et plus récemment, l'arrivée d'acteurs disruptifs comme Netflix. Une des conséquences est que les chaînes généralistes se sont partagées l'audience avec de très nombreuses chaînes thématiques. Suite au succès de la télévision à grande ampleur, les chaînes ont agrandi le spectre de leur création de contenu éditorialisé et ciblé. On observe donc une spécificité éditoriale ciblé un public restreint et homogène par thème dont certains assez confidentiels (course hippique, pêche à la mouche)

Sur Twitch l'harmonie globale du média réside dans sa capacité à englober tout l'univers du jeu vidéo, son langage et transmettre un flux d'image attendue par son public. La thématisation de son offre est donc assez native et se fait par jeu qui sont chacun une chaîne qui propose des grilles de programmes différents mais au socle commun : ils doivent montrer des contenus sur le jeu sélectionné dans l'accueil général du média. Les programmes sont symbolisés par des tranches horaires où les streamers se suivent et offrent leur version différente du jeu. C'est donc le streamer qui est le programme, sa manière de jouer, ce qu'il joue et comment il en parle définissent le format lequel correspond à des cibles qui peuvent

---

<sup>90</sup> COHEN E (2004) « La Télévision dans les démocraties. Années 30 – 1980 » AMNIS | URL : <https://amnis.revues.org/767>

être très différentes. De la même manière qu'un adolescent et ses parents peuvent regarder la même chaîne mais à des heures différentes en fonction des programmes, les chaînes Twitch sont incarnées par des streamers qui sont aimés par une catégorie de joueurs ou une autre.

Twitch, plateforme de toutes les attentes et compte tenu de la modernité qu'elle a déjà apportée, est au cœur des espoirs placés dans l'usage et la consommation des contenus audiovisuels liés aux jeux vidéo et à l'esport. Son intégration dans le groupe Amazon, sa force, sa courbe de progression et l'intelligence stratégique de sa feuille de route amènent à se questionner sur son avenir. Va t-elle rester centrée sur le gaming ou va t-elle devenir un acteur mondial de diffusion d'évènements « live » généraliste ? Sa capacité à être un acteur du « live » reste à prouver mais a minima la complémentarité avec la musique et donc les concerts live a déjà été testée avec succès et concerne la même cible de publics, joueurs ou spectateurs.

Par ailleurs, l'étude comparative de Twitch et d'un média classique comme la télévision permet très certainement de parier avec confiance sur pérennité. A l'heure où la télévision linéaire est un peu désertée par les jeunes (En 2016, les millennials âgés de 15 à 34 ans ne regardaient la télévision que 2h14 par jour, contre 3 h 40 pour le téléspectateur moyen<sup>91</sup>), les plateformes de SVOD-VOD semblent devenir un réflexe pour trouver des contenus plus spécifiques, séries, documentaires, films et enfin le gaming. Les médias généralistes se mettent à l'esport et permettent sa démocratisation, cependant il apparait (Cf Annexe 1) que le spectateur d'esport a comme premier réflexe d'allumer Twitch plutôt que de regarder une émission de plateau en VOD. C'est là la force de Twitch, une télévision regroupant toute l'offre, sans concurrence, des streaming de pros et d'amateurs sur tous les jeux possibles.

C'est cette position de force sur le marché, comparable à celle de Youtube pour la VOD généraliste, qui peu permettre à Twitch de devenir le leader de la VOD live généraliste. Centré sur le jeu live, il peut imaginer s'ouvrir à la diffusion de tout évènement, de la musique au sport, et ainsi assurer sa pérennité. Reste encore à déterminer quels impacts les nouvelles technologies vont avoir, le monde parle de réalité alternée et virtuelle, d'hologrammes, quelle intégration peut être faite avec l'esport ? Nous mentionnerons enfin l'esport mobile, cette

---

<sup>91</sup> MOREAU C. (2017) « Les jeunes et la télé : ils zappent et ils matent » LE PARISIEN | URL : <http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/les-jeunes-et-la-tele-ils-zappent-et-ils-matent-03-05-2017-6911106.php>

sortie éventuelle du stasisme et son rôle dans la sécurité du divertissement. Quid de remplacer certains domaines « physiques » par le virtuel ? Nous l'étudierons autour d'un focus sur la F1, dont l'audience n'a jamais cessé de s'éroder au fur et mesure de la sécurisation (légitime) des pilotes mais au détriment de « l'entertainment » du spectateur.



## **PARTIE 3 : COMMENT L'ESPORT VA RÉVOLUTIONNER LES USAGES LIÉS À LA CONSOMMATION DE CONTENU AUDIOVISUEL**

### ***3.1 UN CHANGEMENT D'USAGE***

#### *3.1.1 Vers un Pay to Watch sur Twitch ?*

- Concerts Live : Focus sur l'Ultra de Miami (12m vues)

Twitch a gagné sa place parmi les grands - et le droit d'être acquis à une hauteur de 970 millions de dollars par Amazon dès 2014 - en diffusant en direct des gamers jouant à des jeux, allant de League of Legends à FIFA. Mais la société souhaite se diversifier, allant plus loin que les jeux vidéo. Et ils ont décidé de commencer par la musique, terreau historique du succès d'amazon.com après les livres.

La preuve s'il en est, le grand partenariat avec un événement majeur de musique électronique : l'Ultra Music Festival, communément appelé l'UMF, qui se déroule fin mars à Miami. Twitch a « live-streamé » le festival et ses artistes de renommée internationale (dans le cible du gamer) tels que Steve Aoki, Skrillex et Avicii.

Cette volonté est née de l'affinité des utilisateurs de Twitch avec la musique, en particulièrement la musique live. Selon Colin Carrier, le directeur de la musique "Twitch est une nouvelle façon convaincante pour les artistes de se connecter avec leurs fans"

Ce fut un des derniers gros coups de Twitch dans le but de s'impliquer davantage dans la musique, en misant sur la superposition des publics amateurs de jeux vidéo et de musique électronique.

Twitch a bien examiné le terrain, et a signalé son intention de se rapprocher du terrain musical déjà en 2014, en diffusant un set du DJ Steve Aoki. Suite à quoi ils ont questionné leurs utilisateurs pour savoir s'ils souhaitent continuer à voir des concerts en direct sur leur plateforme, ce à quoi 80% des utilisateurs ont répondu oui.

Le mois d'après, le service de streaming a commencé à filtrer la musique d'arrière-plan des vidéos uploadées : toute musique utilisée sans licence sur les vidéos téléchargées sur son service ont été filtrées, provoquant des plaintes des utilisateurs et des excuses du directeur général Emmett Shear au sujet d'un « manque de communication » avant l'introduction des changements.

Twitch a annoncé aujourd'hui qu'il ajoute de nouveaux niveaux d'abonnement pour que les fans puissent soutenir les streamers. L'abonnement qui existait était à 4,99\$ par mois, mais la plateforme va proposer deux nouveaux types d'abonnements : l'un à 9,99\$ et l'autre à 24,99\$ par mois.

Les nouvelles offres ont été conçues pour permettre aux fans de soutenir leurs streamers préférés à un niveau plus élevé. On pourrait comparer cette stratégie à une plateforme de financement pour artistes, comme en existe beaucoup sur Internet, qui permettent aux fans de donner de l'argent uniquement pour les soutenir.

Les nouveaux abonnements plus coûteux facilitent également le déblocage de plus d'émoticônes personnalisées dans le chat Twitch : l'abonnement de 9,99 \$ débloque le double d'émoticônes, tandis que celui à 24,99 \$ en débloque six fois plus.

Ces nouvelles offres d'abonnement ne seront disponibles que sur les chaînes partenaires qui choisissent d'opter pour la bêta pour démarrer, la disponibilité devant être augmentée au cours des prochaines semaines.

Amazon a gagné le deal d'achat de Twitch contre Google/YouTube. Ce dernier y voyait sûrement une consolidation de son positionnement de live streamer quant le premier y cherchait une brique de plus dans sa construction de géant 2.0 des medias.

·  
Selon Superdata, une société de recherche de marché spécialisée dans les réseaux vidéo en ligne, Twitch détient une part de 44% du marché en direct des jeux en Amérique<sup>92</sup>. Son concurrent le plus proche, WWE, a 18%. La diffusion en direct de YouTube ne se trouve

---

<sup>92</sup> BROUWER B. (2015) "Twitch: Global Gaming Content Revenue" TUBE FILTER | URL : <http://www.tubefilter.com/2015/07/10/twitch-global-gaming-content-revenue-3-billion/>

nulle part dans le top dix, ce qui signifie qu'elle a 0,5% ou moins du marché comme quoi c'était une bonne idée mais Amazon a su trouver le bon montant et le bon discours auprès de l'équipe dirigeante de Twitch.

Plus d'un million de personnes par mois diffusent de leur PlayStation, Xbox ou d'autres activités de jeux en direct sur Twitch. Et 45 millions de téléspectateurs uniques - un nombre qui doublait annuellement - regardaient un jeu, cela représente 13 milliards de minutes chaque mois. De plus, et c'est là qu'une inflexion peut s'opérer à l'avenir : près de 60% d'entre eux le regarde plus de 20 heures par semaine. C'est le type d'engagement des téléspectateurs auquel YouTube peut rêver et qui un argument massif auprès des annonceurs.

Même si Twitch n'est "qu'un engouement américain" selon Qwilt, il se classe régulièrement dans les cinq meilleurs sites de divertissement vidéo de la planète. En Grande-Bretagne, l'audience est environ de la moitié d'un acteur majeur comme Sky. Comme il a été retiré de Justin.tv (maintenant Twitch Interactive) en 2011, un service en direct, Twitch a recueilli environ 35 millions de dollars et s'efforce de développer son infrastructure technologique et son rachat par un géant est une assurance de capacité de financement. Twitch s'appuie également fortement sur les spectateurs d'un jeu en particulier : League of Legends (photo), qui attire près de 70 millions de joueurs par mois et attire cinq fois plus de spectateurs que son rival le plus proche, Counter-Strike : Global Offensive.

Alors que 15 millions de personnes ont regardé la Série mondiale de baseball en Amérique l'automne dernier, 32m ont vu le Championnat du monde League of Legends Season 3, selon SuperData Research. Bon nombre des meilleurs joueurs de la chaîne jouent accompagnés d'une musique de fond non officielle ce qui doit occuper quelques juristes si on se souvient du litige entre Viacom et Google sur le même type de sujet de droits d'auteur. Les poursuites se sont arrêtées mais après sept ans de procédure qui auront alerté le secteur faute de jurisprudence.

### 3.1.2 Des facteurs de pérennité

- L'ADN de Twitch en fait un leader né du Live

La formulation "born to be live" ferait probablement un bon slogan telle l'image de la plateforme est ancrée dans l'instant présent. Peu importe les fuseaux horaires, les images de Twitch apparaissent comme intimes, instantanées et cela joue un rôle majeur dans l'avenir de Twitch.

Patrick Gilmore, patron du "Studio gaming" d'Amazon dans le comté d'Orange a lancé récemment sur Twitch (propriété d'Amazon) le nouveau jeu du leader mondial du e-commerce : Breakaway. Ce jeu apparaît comme un MOBA traditionnel entre héros mythologiques et jeu d'action. Ce qui fait de Breakaway un sujet d'étude pour l'avenir est la façon dont il a été développé par Amazon.

En effet Breakaway à été conçu avec, en amont, une pensée pour sa diffusion en direct sur Twitch. Un tel procédé est une première mondiale, les éléments - de la taille du terrain de jeu à la structure des matchs - sont conçus pour rendre l'expérience plus intelligente, tout en garantissant qu'il est amusant de jouer. Gilmore crut tellement en ce projet que, lorsque l'équipe a déménagé dans son nouvel espace de studio il y a quelques années, il avait conçu le poste de diffusion comme point de départ et centre du bureau. « Nous nous sommes tellement engagés à ouvrir notre développement aux diffuseurs et aux téléspectateurs que nous avons essayé d'intégrer l'idée de la diffusion dans notre vie quotidienne », explique-t-il.

Le studio spécialisé dans le jeu vidéo d'Amazon appelé "Amazon Game Studios Orange County" est le nouveau nom donné à l'ancien "Double Helix" acquis par le géant en 2014. Cet éditeur était très célèbre au moment du rachat pour avoir réussi à remanier le jeu Killer Instinct de simple arcade à un MOBA compétitif.

Cette expérience dans l'édition de Killer Instinct a amené l'équipe à vouloir explorer encore plus l'espace concurrentiel en ligne, et ce désir n'a fait que s'accroître plus tard en 2014, lorsque Amazon a fait l'acquisition de Twitch. Le studio avait déjà une idée pour un jeu - une sorte de jeu d'action basée sur l'équipe et le capture de trésor - et maintenant ils bénéficient du savoir-faire du plus grand nom dans la diffusion de jeux vidéo.

Selon Gilmore, une fois que le studio a commencé à montrer le jeu à Twitch, «il y a eu une énorme vague de commentaires ». Breakaway avait déjà une architecture de développement validée mais elle a été revue pour mieux s'adapter à la diffusion. C'est là que l'analyse d'un contenu spécialement conçu prend son sens, l'inversion du modèle de création d'un contenu, pour le faire briller en live, apparaît comme soumis à beaucoup de contraintes. Si Twitch donne les ficelles de réussite au groupe qui le possède alors une révolution d'usage pourrait se produire sur le marché du jeu à destination du streaming. De la même manière que Google est né comme une encyclopédie et Facebook comme un annuaire de copains ; Twitch est né dans la spécialisation de produire du contenu fait pour le live, et en est le leader indétrônable.

Si l'on se penche sur ces "best practices" internes à Twitch on remarque que les niveaux ont été réduits pour que les téléspectateurs puissent voir toute l'action sur un seul écran. L'idée est de donner au jeu une orientation centrale, tout comme une balle au basketball ou au football. Gilmore dit que la clé pour rendre un jeu en ligne attractif est qu'il est facile à comprendre en un coup d'œil, ce qui permet d'anticiper plus facilement ce qui pourrait se produire ensuite. Dans une partie de Breakaway telle qu'imaginer initialement, les deux équipes se partagent plusieurs fois l'objectif alors que l'horloge descend et il est difficile de voir qui gagne in fine. Depuis l'arrivée de Twitch, la cinématique du jeu a été modifiée pour une lecture immédiate et en direct.

Gilmore explique que " lorsqu'on regarde une partie compétitive, quel que soit le jeu, le but est d'emmener le spectateur au fond de son siège grâce au suspense et à l'attractivité". Il est vrai que dans ces jeux, certains éléments spécifiques sont à prendre en compte pour bien comprendre l'interactivité avec le spectateur. Un joueur proche de marquer ou un renversement de situation sont légions dans l'esport et font partie du storytelling nécessaire pour devenir attractif et communautaire.

C'est donc sur ces éléments que l'éditeur a repensé le jeu vu corrigé par les équipes de Twitch. La relique, ce trésor à capturer par les deux équipes, est devenue le cœur de la réflexion. Suite aux modifications il était extrêmement simple de se rendre compte de qui était le plus à même de capturer la relique et donc de deviner qui allait gagner. C'est cette anticipation et cette impression de contrôle du spectateur sur l'avenir des acteurs qui rend le jeu idéal pour de la diffusion live. La réflexion que Twitch souhaite créer, pour une évidente

raison de rétention de trafic, est “ ils vont marquer là, je regarde la dernière action” comme nous le ferions aisément devant du football.

C’est cet élément qui semble justifier le succès phénoménal du jeu Rocket League. Ce jeu à la croisée entre un match de football classique et une course de voiture à comme règle de piloter, sauter et cogner la très volumineuse balle avec des petites voitures pour marquer des buts. Comme les règles sont sensiblement les mêmes que celle du football, il est très facile de comprendre ce qu’il se passe sur le terrain sans même ni avoir jouer.

Kathy Astromoff, vice présidente en charge du développement explique que « d'une certaine manière, c'est le partenariat idéal, car nous avons rencontré Amazon Game Studios<sup>93</sup> et nous leur avons demandé : Nous sommes sur le point de commencer un jeu. À quoi devons-nous réfléchir ? ».

L'idée est que les jeux Amazon développés en interne comme Breakaway pourraient servir de laboratoire d’essais pour de nouvelles fonctionnalités de Twitch, avant même que d'autres studios aient décidé de les utiliser.

Un tel comportement face à l’innovation et une telle avance face aux concurrents pourrait expliquer le leadership incontestable de Twitch sur le live. Il semble probable que l’édition de jeux esport à forte tendance viral émerge prochainement du géant Amazon à la lumière de son interaction directe avec Twitch au coeur même des bonnes pratiques.

Avec la popularité massive de jeux comme League of Legends et Dota 2, qui regroupent des millions de joueurs et tournois aux prize pool multimillionnaires, les jeux en ligne multijoueurs deviennent un espace très compétitif. Mais comme le succès surprenant d'un jeu comme “Battlegrounds The Player Unknown” l’a montré, il est difficile de prédire quelles sortes d'expériences vont exploser sur Twitch ou YouTube. Pour Breakaway, qui se trouve actuellement en mode alpha fermé, l'espoir est qu'en équilibrant la création d'un jeu à la fois regardable et agréable à jouer, il aura une meilleure chance d'atteindre un public. Cela étant et pour contre argumenter avec la promiscuité favorable de Twitch et Amazon, Astromoff dit simplement : "Si votre jeu n'est pas amusant, Twitch ne peut pas vous aider."

---

<sup>93</sup> WEBSTER A. (2017) “Amazon’s new game Breakaway is being designed with Twitch streaming in mind” THE VERGE | URL : <https://www.theverge.com/2017/8/23/16189104/amazon-game-studios-breakaway-twitch-broadcasting>

- Concurrence : Facebook est davantage propice à l'info et Youtube Live manque d'intuitivité, Microsoft transforme sa plateforme Beam en Mixer.

En août 2015, Facebook a déployé une nouvelle fonctionnalité : la possibilité de diffuser des flux vidéo en direct à partir de l'application pour les utilisateurs dits « célèbrisés » : Facebook Mentions. Cette application permettait aux stars d'émettre un flux live sur leur smartphone afin de montrer une activité à leurs fans ou de simplement de répondre à des questions. Six mois plus tard, la fonctionnalité, désormais appelé Facebook Live, a été déployé pour tous en commençant par les Etats-Unis. L'application de Facebook est sortie après la concurrence des applications de live mais a tout de suite créé une brèche importante et a affaibli toute concurrence. Meerkat, la société qui a déclenché l'engouement pour le live, a lancé son application mobile en février 2015 et s'est développée très vite grâce "South by Southwest Festival"<sup>94</sup> en mars de cette année. Malheureusement peu de temps après la fin de SXSW, la filiale de Twitter, Periscope, a lancé son propre service, techniquement supérieur en direct, éclipant Meerkat presque instantanément.

Pendant près d'un an, Periscope a dominé la diffusion en direct, notamment sur des événements étranges : 20 000 personnes regardent les piétons essayant de naviguer dans une grande flaque d'eau à Newcastle. L'immense avantage de Facebook est sa base 1,4 milliards d'utilisateurs dont près d'un milliard se connectant au moins une fois par jour. Avec cet avantage concurrentiel redoutable, on peut s'offrir le luxe d'être un suiveur, profiter des bonnes et mauvaises idées des pionniers et récupérer ensuite l'essentiel du marché.

Facebook a beaucoup investi dans son outil Live, en infrastructure, en effort de développement et en budget marketing de lancement. En s'assurant d'une expérience utilisateur de grande qualité et avec l'implication personnelle de l'emblématique Mark Zuckerberg, Live est un des plus gros succès d'estime et d'usage de Facebook.

Au-delà de M. Zuckerberg lui-même, Facebook a obtenu le soutien d'un certain nombre d'autres utilisateurs éminents. Les organisations de médias, y compris BuzzFeed, New York

---

<sup>94</sup> SXSW "Site Internet" | URL: <https://www.sxsw.com/>

Times et le Guardian, ont signé des accords avec Facebook pour produire du contenu en direct, en échange de conséquentes rémunérations.

Mais le plus gros succès viral de Live est venu d'ailleurs. En mai 2016, quelques mois après le lancement de Facebook Live aux Etats-Unis, le Texan Candace Payne, âgé de 37 ans, a passé quatre minutes à jouer avec ce qui sera "son meilleur cadeau d'anniversaire" : un masque (officiel) du personnage de Star Wars Chewbacca. Un rugissement est préenregistré et se lance lorsque le porteur du masque ouvre la bouche. Cette vidéo battra un record, 165 millions de vues. Elle s'offrira un "carpool karaoke"<sup>95</sup> avec J.J Abrams ainsi qu'une bourse d'études à la Southeastern University de 400 000 milles dollars.

D'une certaine manière, cette vidéo a établi le futur du média de façon assez prémonitoire, le "live", dans son sens le plus immédiat de l'action présente est le fer de lance de Facebook et incarne l'immédiateté mieux que personne.

Zuckerberg explique cela en disant que « lorsque vous interagissez en direct, vous vous sentez connecté de manière plus personnelle ». Ce qui vient contredire le succès de cette vidéo mais qu'importe le succès est au rendez-vous et l'usage naturel commence à apparaître. Cet usage « à la Youtube » de la vidéo, en représentation plus qu'en information ne sera que de courte durée et fait de l'événement "Chewbacca" un cas unique de buzz mondial et probablement un cas d'usage industrialisable. En effet, en juillet 2016, Facebook Live deviendra ce qu'il est encore aujourd'hui, un média d'actualité fort dans l'immédiateté vidéo. Dans le Minnesota, Diamond Reynolds filme ce qui deviendra le scandale raciste des meurtres de policiers, ou l'on voit Philando Castile mourir sous les balles des agents de polices.

Depuis, et ce même s'il est difficile à le quantifier, Facebook Live apparaît comme le média live de l'immédiateté et a trouvé une place unique entre Twitter, Youtube et Twitch.

Beaucoup moins installé sur un segment pourtant naturel, Youtube live semble aujourd'hui être une alternative à Twitch. Elle n'offre pour autant pas de qualité similaire, la classification des jeux, sujets et domaines, ne semble pas au point, les audiences (introuvables) sont assurément plus faibles et il n'existe pas de raison qui offrirait à Youtube un avantage

---

<sup>95</sup> BLISTEIN J. (2016) « Watch Chewbacca Mom Carpool with J.J Abrams and James Corden » THE ROLLING STONE | URL : <http://www.rollingstone.com/tv/news/watch-chewbacca-mom-carpool-with-j-j-abrams-james-corden-20160524>



concurrentiel. Seul PériScope pourrait faire réellement concurrence à Twitch. Avec une interface géniale de simplicité qui avait fait le succès de Google Search à l'époque de portails Yahoo ou Altavista et banale, PériScope avait conquis le coeur des jeunes, très jeunes, grâce à son incroyable expérience client et son impression de contenu caché.

Les audiences sont annoncées comme "similaires à des chaînes de télévision" et les sujets traités relèvent de l'actualité, comme Facebook Live. Mais il apparaît pourtant que les cibles touchées sont très différentes. Facebook live est un média digital, c'est vrai, mais imbriqué dans un réseau social de deux milliards de membres. Tous les âges, catégories socio-culturelles, religions, cultures sont représentés. PériScope quant à elle est une application et un site créé à destination des digitales natives, autant dans sa construction que dans son usage, le chemin est plus complexe et la communauté plus experte. L'usage final devient donc sensiblement différent, les news nationales à destination de tous ont une forte chance d'être vues sur Facebook Live tandis que les sujets viraux, bagarres, manifestations, et autres seront fatalement broadcastés sur PériScope.

## **3.2 INNOVATION TECHNOLOGIQUES, SPORTS ÉLECTRONIQUES ET ALTÉRATION DE LA RÉALITÉ**

### *3.2.1 Technologies de contenus*

- Réalité virtuelle

Il semble exister deux façons de combiner VR (Virtual Réalité) et eSports, actuellement en cours d'expérimentation et de développement, mais avec des défis et des finalités très différents. Nous avons d'une part l'expérience VR comme spectateur et de l'autre le VR dit compétitif donc actif. L'esport apparaît comme l'aire de jeu idéale de la VR, les deux médias semblent pouvoir créer une expérience unique en fusionnant le contenu et le contenant. Être spectateur de VR c'est déjà possible et l'expérience est déjà sensationnelle. La possibilité d'évoluer dans un univers multijoueur et se sentir en présence des personnages adverses semble être une expérience passionnante autant pour le public que pour les joueurs. Certains prennent le pli et essaient de créer des plateformes qui devront s'inscrire dans la tendance, c'est le cas de Sliver.tv qui visent à rendre la VR aussi facile à regarder que sur Twitch.

Concernant l'aspect compétitif, des jeux comme RIGS Mechanized Combat League pour Playstation VR sont déjà conçus dans l'optique d'une VR compétitive, de même que les appareils de locomotion avec des cas d'utilisation eSports comme Virtuix Omni<sup>96</sup>.

Les VR actives ou passives ont un potentiel de perturbation positif majeur dans l'écosystème esports. Les entrepreneurs et acteurs de la VR élaborent les premiers échantillons d'analyse sur une éventuelle collaboration. La VR a cette capacité de générer une impression de mouvement retranscrite dans des captures de mouvement appelées "motion capture". Du tapis de course unidirectionnelle à la console entièrement 3D Virtuix Omni, l'action sportive est nécessaire pour déclencher l'action de mouvement "ingame" et cela représente une révolution sociale d'appréhension de l'esport.

---

<sup>96</sup> VIRTUIX (2017) "Latest News" | URL: <http://www.virtuix.com/>

- Esport : vers une sortie du statisme ?

Le sport est primordial pour la santé, le monde le sait et le dit, et fait de la reconnaissance sociale du sportif, un statut à part. Incarnation de la divinité, sensation de performance et de bien être, le sport rappelle à l'homme les Apollons ou Spartiates d'autrefois ou les Chariots de Feu plus récemment. Les sportifs gagnent le statut de stars, deviennent des symboles et modèles des jeunes. Pendant ce temps là, le "gamer" à la vie moins facile. Alors pourquoi autant de différence ?

La réponse est probablement dans la représentation que le sport évoque en ce début de XXIème siècle. La publicité, le marketing du sport, le cinéma, toutes les apparitions des sportifs et du sport bénéficient d'une bienveillance immédiate à l'égard de son prescripteur. L'idée reçue, l'opinion commune, autour du jeu vidéo est radicalement différente. Alors qu'il est impossible de quantifier ou de mesurer son impact social global, il est aisé de se rendre compte des divergences d'opinion dans ce domaine. A la lecture des commentaires, dans les lignes de Facebook, en dessous d'un article qui parle d'emmener l'esport aux jeux olympiques par exemple.

Cet article dont je parle, je l'ai écrit pour les pages du Canal Esport Club et en ai fait le relais sur les réseaux sociaux. Les réponses et commentaires sont évidemment soumis au débat, certains évoque l'absurdité de le définir comme un sport et voit donc son apparition aux jeux olympiques impossible, certains évoquent la transformation digitale et pense à l'avenir. Il est clair qu'un article portant sur un sport - ou le corps du sportif fait des efforts importants - n'aurait pas positionné le débat sur le même curseur. Depuis la nuit des temps, la notion de performance physique et le culte du corps est représenté comme une idéalisation de l'homme amélioré. La performance intellectuelle ou en l'occurrence stratégique dans un univers de jeu semble être beaucoup moins évidente.

Ce clivage du monde social avec celui des "geeks", bien que stéréotypés, demeure ancré dans les déclarations sociales que l'on peut observer dans les pages digitales du Canal Esport Club et par extension dans le cœur des gens. Cette union d'esport et de VR peut résoudre ce clivage en amenant l'esportif à combiner culture du corps et de la technique de jeu. Lorsqu'on écoute Romain Bigeard, manager iconique des Unicorns Of Love, équipe professionnelle de League of Legend, il explique que l'intégration, dans un planning de pro, de séance de sport est "

importante autant pour le corps que pour organiser sa vie.” Il ajoute que “la majorité des pros ne savent pas quel jour est le lundi tant les seules journées importantes sont celles des compétitions”.

Sans aller jusqu'à planifier sa vie autour du sport il apparaît important, pour son acceptation sociale et son assimilation mondiale que l'esport, d'une façon ou d'une autre, oriente certains de ses titres vers « l'esport sportif ». Comment ? Dans un premier temps il apparaît sensé de différencier un titre « esport de sport » et les autres. Demander à League of Legend de créer une alliance avec la VR est évidemment hors de propos et la performance délivrée aujourd'hui doit être acceptée comme telle. C'est dans le cadre des jeux hybrides que la question de pose, jeux de courses, de sports (Fifa, Madden, etc.) que l'aspect réaliste de la simulation pourrait être prescripteur d'un esport mondial, accepté de tous et suivi par les fans des sports en question.

Alors comment et pourquoi mettre en scène une compétition où les joueurs doivent courir sur un tapis au lieu de regarder le véritable sport ? Je crois que ce qui réside dans l'appétence des spectateurs est de voir ses incarnants évolués dans des univers au delà du réel et que la combinaison d'un mouvement réel dans cet univers impossible crée une expérience parfaite.

- Pourquoi ?

Tant les spectateurs que les joueurs de VR ont un véritable potentiel disruptif dans le milieu de l'esport, et les entrepreneurs pionniers de la VR continuent de progresser dans le développement de ces formes d'interactivité.

Nous pouvons développer certains des effets que provoquerait la démocratisation de la réalité virtuelle sur l'industrie de l'esport.

Un nouveau genre de joueurs esport. Aujourd'hui les joueurs professionnels d'eSport ne sont pas des athlètes, ce qui n'est guère surprenant compte tenu de la nature sédentaire de leur profession. Il faut s'attendre à un changement drastique à ce niveau là, quand les 10 heures d'entraînement à la souris ou au clavier par jour se transformeront en entraînement dans des simulateurs de mouvements et les tapis roulants omnidirectionnels. Un gamer a suscité l'intérêt grâce à la perte de 22 kilos en s'entraînant seulement une heure par jour à un jeu VR

d'haute intensité. Étant donné le succès, il est facile d'imaginer un nouveau secteur eSport se déployer autour de la science de la condition physique - tout comme un nouveau standard de conditionnement physique dans le côté VR de l'industrie, égale à ceux des sports traditionnels.

- Un audience plus large et plus engagée. En effet, les joueurs n'attirent pas les foules pour eux même, étant donné qu'ils sont assis 99% du temps.

Soyons honnêtes, personne ne prête autant d'attention aux joueurs eux-mêmes dans un jeu d'eSport typique ; Ils sont plus ou moins assis là pour 99% de chaque match. Tout le monde regarde les écrans, car les joueurs d'un tournoi sont ennuyeux. Cela serait ô combien différent si les joueurs fonctionnaient, s'accroupissaient et sautaient dans un tapis roulant ou une plateforme de capture de mouvement ? Un plus grand engagement de l'auditoire, combiné à une nouvelle génération de joueurs sportifs d'eSport, signifie mécaniquement un élargissement du marché adressable.

### *3.2.2. Interactivité et proximité situationnelle*

- Alternate Reality (Pokémon GO)

Pokemon go à créer un précédent dans l'univers des ARG (Augmented Reality Game). Le jeu gratuit édité par Niantic à été téléchargé plus de 750 millions de fois depuis sa sortie lors de l'été 2016. Pokemon Go a, en effet changé l'été du monde entier grâce à l'un des plus beaux succès de la réalité augmentée.

#### *De l'excursion à Pokémon Go*

Pokemon Go a été une énorme bénédiction pour Nintendo et Pokemon Company, qui détient les droits de la franchise animée. Le jeu est actuellement produit par Niantic Labs, une start-up basée à San Francisco qui a été incorporée en tant que filiale de Google en 2011 et qui en avait été sorti en 2015 lorsque Google s'est réorganisé sous la holding Alphabet. Niantic est financé par Google, Nintendo et la société Pokemon ainsi que Fuji TV et quelques autres investisseurs puissants anonymes.

L'équipe de Niantic comprend des membres clés de l'ancienne équipe de Maps de Google. Avant le rachat de Google, Niantic avait d'abord créée Field Trip, une application qui faisait le catalogue de peintures murales, bâtiments historiques et d'autres endroits intéressants autour d'eux tout en traversant une ville. Field Trip a utilisé le trésor des données géographiques de Google ainsi que des sources de données tierces pour une expérience de réalité augmentée, permettant d'explorer le monde réel à l'aide de votre appareil mobile et de vos données de localisation.

Peu de temps après le voyage de terrain, Niantic Labs a édité Ingress, un jeu de réalité augmentée avec une histoire de science-fiction très similaire à Pokémon Go : les utilisateurs rejoignent les équipes, collectent les soi-disant « matières exotiques » dans des endroits partout dans le monde et se battent pour le contrôle de « portails virtuels ». Ingress utilise des données de géolocalisation pour superposer son jeu sur le monde physique et aurait auparavant plus d'un million de joueurs actifs à travers le monde.

Ingress est, à bien des égards, un prédécesseur plus sombre et dystopique de Pokemon Go mais les deux jeux ont en réalité un socle commun. Non seulement Pokemon Go s'est inspiré des caractéristiques d'Ingress, mais Niantic Labs a effectivement utilisé une partie des données fournies par les joueurs Ingress pour tracer le monde de Pokémon Go. Le jeu Pokémon utilise, par exemple, les Pokestops - lieux du monde réel que les utilisateurs doivent visiter afin de recevoir des objets dans le jeu. Beaucoup d'entre eux ont été créés et placés en fonction des données de d'Ingress. John Hanke, Pdg de Niantic avait déclaré au journal Mashable que “les utilisateurs d'Ingress ont soumis 15 millions d'emplacements à l'entreprise”<sup>97</sup>.

## De la réalité alternative à la réalité augmentée

Même avant Ingress, les jeux multijoueurs combinent occasionnellement le monde réel avec la coordination en ligne. Un premier exemple a été « I Love Bees<sup>98</sup> », un soi-disant jeu de

---

<sup>97</sup> BOGLE A. (2016) “Did ‘Pokemon Go’ Remove PokéStops because neighbors complained?” MASHABLE | URL: <http://mashable.com/2016/08/01/pokemon-go-disappearing-pokestops/#rSfeS9NfHOqH>

<sup>98</sup> PRENDERGAST J. (2004) “Halo 2’s ‘I Love Bees’ Alternate Reality Game” ARGN | URL: [https://www.argn.com/2004/12/halo\\_2s\\_i\\_love\\_bees\\_alternate\\_reality\\_game/](https://www.argn.com/2004/12/halo_2s_i_love_bees_alternate_reality_game/)

réalité alternative destiné à promouvoir les jeux vidéo Halo de Microsoft. Le jeu, qui était à peine connecté à l'intrigue de Halo, a incité les utilisateurs à explorer des sites Web pour des indices cachés, à coopérer avec d'autres pour résoudre collectivement des énigmes et même répondre à plus de 200 téléphones payants dans le monde. ABC a ensuite utilisé un jeu similaire pour promouvoir son émission de télévision "Lost".

Cependant, ces premiers jeux de réalité alternative ont peu utilisé les appareils mobiles et les emplacements du monde réel. Des jeux comme Ingress et Pokemon vont offrir la possibilité d'ajouter des défis virtuels à l'emplacement, presque partout dans le monde, ce qui les rend beaucoup plus évolutifs. Ils utilisent également largement la technologie mobile. Par exemple, Pokemon Go permet aux utilisateurs de passer à une vue de réalité augmentée, combinant le point de vue d'une caméra de téléphone avec des objets virtuels et laissant apparaître des Pokémons sur les trottoirs, dans les places publiques ou dans les salons.

La capacité de superposer des Pokémons au monde réel rappelle certains des premiers concepts du matériel de verre mal exploité de Google, ainsi que la technologie HoloLens de Microsoft. Cependant, John Hanke avait déclaré qu'il pourrait se passer un certain temps avant que ces technologies soient réellement mures pour les consommateurs. Il s'avère que cette technologie a montré avec Pokemon et ses 750 millions de téléchargements qu'il y avait une appétence pour ce genre de jeu en réalité augmentée. L'une des principales raisons et qui nous amène à notre sujet d'étude est qu'il a et de façon assez extraordinaire amené le monde digital et sédentaire, dehors ! Des pokestops aux pokémons rares, la géolocalisation affichée des éléments de jeu dans le monde extérieur, cumulé au soleil et les vacances d'été ont encouragé les joueurs à adopter un comportement contraire au statisme habituel.

- Hologrammes

Pour terminer, il faut sans doute s'arrêter sur ce qui n'est aujourd'hui qu'une promesse mais qui aura suffi à lever quelques centaines de millions de dollars pour pouvoir la transformer en réalité. En dehors des « hubs » habituels des start-ups technologiques (Californie, Seattle, New York, Boston, Texas), la société Magic Leap<sup>99</sup> est basé à Fort Lauderdale en Floride.

---

<sup>99</sup> MAGIC LEAP "Home" | URL: <https://www.magicleap.com/#/home>

Elle propose sur son site quelques « trailers » qui donnent un avant goût de ce qui doit « coming soon » comme ils disent depuis presque deux ans. Mais si la promesse devait être réalité, c'est sans doute un magic leap qui se prépare dans le domaine de la visualisation digitale.

Magic Leap se propose de projeter de l'image 3D avec une définition proche du réel (ce que l'on obtient en 2D avec une définition de 8K et 50 images par seconde).

Les projecteurs sont dans le gymnase. Le public est sur les gradins, bien réel. Et soudain, le parquet se peuple de joueurs de baskets qui paraissent plus que réels mais ils ne sont que des projections, des sortes d'hologrammes nouvelle génération. Les vrais joueurs, sont assis et appuient à une vitesse effrénée sur les touches de leur console vidéo. Mais le public ne voit que leurs avatars, bien réels. Ces mêmes avatars qui pourront aller sur les plateaux TV interviewés par un journaliste bien réel qui lui adressera la parole non pas en regardant du vide devant un écran vert mais bien « une personne » qui « semble « réelle ».

Le potentiel d'intégration entre un jeu, ce mode de représentation et la diffusion audiovisuelle est sans limite et serait une innovation de rupture sans égal.

Magic Leap ne communique pas. Ils développent. Croyons en leur promesse et gageons que leur première version sera bientôt disponible.

La question moderne de l'esport comme un sport amène à répondre à des questions bien plus anciennes sur la définition actuelle du sport. Les définitions Coubertines du sport révèlent le caractère atavique de l'homme à vouloir créer des héros, des combattants, des dieux là où il ne devrait y avoir que des hommes sportifs. L'aspect physique et mental des athlètes semblent devoir dépasser les plus belles projections de l'homme pour atteindre un niveau de puissance égal aux prédateurs évoluant entourés de bêtes sauvages. Celles que l'homme a combattu aux premières heures de son adn, suivit de guerres à main nus, puis de guerres à l'arme blanche pour enfin finir par des guerres modernes. Le sportif semble incarner cet homme du front, à la puissance supérieure et aux compétences guerrières et meurtrières. Si l'on observe les disciplines olympiques actuelles, le lancer de javelot, la lutte, l'escrime, le lancer de poids, il est difficile de passer à côté de leur représentation guerrière et cela fait se poser la question du sens que l'on a donné au sport. Dans nos sociétés modernes, il n'existe pas de mot pour



définir une activité intense intellectuelle régit par des règles si ce n'est le jeu. Comment nommer les échecs ou le golf un jeu alors même qu'ils nécessitent des années d'entraînement, des heures de compétitions sans pause, des formats de compétitions sur plusieurs jours et donc une endurance mentale, psychique, psychologique et physique hors du commun ?

La, repose toute la complexité de la sémiotique, l'étude des sens par la définition, lorsqu'elle même n'est plus actuelle. Questionner la définition même du sport nous amène à entrevoir le futur héros que sommeil dans le sportif ou l'esportif, de la même façon que le sport à créer des héros, l'export créera, peut être, des supers héros. La réalité augmentée qu'amène les technologies d'hologrammes, comme celle sur laquelle travaille Magic Leap, peuvent amener l'esport à une représentation physique de performance inhumaines. Des joueurs pourront peut-être incarner des sportifs extraordinaires, matérialisés en hologrammes, diffusés dans des stades à échelles humaines, pour offrir des spectacles dignes de Marvel ou DC comics. La ne sont que des projections, cela étant si l'on envisage l'esport comme domaine d'avenir, soutenu par une économie viable, remplissant des stades, avec des stars en puissance et des éditeurs qui investissent à la création d'univers narratifs passionnant et créatif, difficile de ne pas l'imaginer comme la matérialisation physique de nos attentes les plus folles.

## CONCLUSION

Née en Corée à l'arrivée de l'ADSL, l'esport est fait la conquête du monde et devient un phénomène. Il est régi par des codes précis et dynamiques, développe son propre écosystème économique et financier et tend à être viable notamment grâce à la plateforme Twitch. Le jeu vidéo est une activité, le esport est un secteur économique de production et de diffusion de contenus. Depuis que ses meilleurs joueurs sont des professionnels, rémunérés et protégés, l'esport est sortie des caves dans lesquelles il a grandi. Même si son langage tribal promettait de le cloîtrer dans une niche IL s'avère que la pédagogie dont font preuve les professionnels et la démocratisation des contenus sur Twitch et Youtube ont rendu le sujet populaire et donc potentiellement rentable. La simplification de ses univers narratifs riches de références a permis de rendre les fans experts et créer un cercle vertueux.

Aujourd'hui la richesse narrative d'un jeu esport est pour certains extrêmement dense, pourtant le nombre de joueurs et de spectateurs ne cesse d'augmenter. Bien que la barrière à l'entrée soit réelle, la démocratisation de l'esport a permis à certains nouveaux curieux de combler leur retard, et c'est en cela que l'esport s'est adapté à une consommation généraliste, autant en télévision que sur les plateformes. L'ADN de Twitch l'a positionné dès le début comme leader incontesté du live, une plateforme vidéo centrée, triée par jeux et au streaming live obligatoire régie par l'obligation de connecter un flux pour ouvrir une chaîne. Depuis l'origine, Twitch n'a cessé de construire et de réunir les conditions d'un écosystème idéal pour faire évoluer l'esport comme un contenu à part entière.

Comme dit l'adage, pour détourner un avion, encore faut-il être dedans. C'est ce que l'esport réussit en 2017, deux télévisions, Bein et Canal+ ainsi que le journal l'Equipe ont pris l'initiative de développer des sites médias d'actualités ainsi que des émissions hebdomadaires. C'est en s'inscrivant dans les usages et via des médias généralistes que l'esport est peu à peu entrain de s'intégrer à l'usage. Va t-il remplacer la télévision ? Bien sur que non, et là n'est pas la question, En revanche il pourrait devenir un domaine de divertissement majeur dès qu'il s'agit d'univers narratifs jouables. De la réalité alternée, augmentée, de l'incroyable prospective de l'esport holographique, le spectacle s'annonce absolument révolutionnaire et si la technologie suit les idées les plus créatives, ils se pourraient en effet que l'esport ai un

impact massif sur la consommation, chez soi ou à l'intérieur d'un stade, de consommation de contenu audiovisuel.

A la problématique : "L'esport est-il en passe de révolutionner les usages liés à la consommation de contenu audiovisuel ?" nous avons essayé de répondre en décomposant l'esport en domaines élémentaires. Nous avons commencé par étudier ses origines et son lien involontaire et permanent au sport. De de Coubertin à nos jours, nous avons vu que l'esport doit être considéré comme un sport, au regard de critères modernes que le golf ou les échecs avaient déjà soulevé sans conclure.

Un domaine culturel et sportif qui fascine pas moins de 100 millions de personnes par an. L'esport est en train de faire de ses acteurs des sportifs, au corps sain et à l'esprit clair, des jeunes qui dédient leur vie à la performance dans le jeu et dont le sacrifice les place au milieu de stades internationaux comme Bercy ou le Madison Square Garden. Nous avons constaté que les éléments constitutifs de l'esport sont son aspect compétitif, sa communauté mondiale et engagée et des investissements de la part des éditeurs et des organisateurs d'événements. A partir de ce constat, nous avons évoqué les similitudes que cela génère avec les événements sportifs, des arènes à la télévision, le modèle est similaire, l'arène crée des dieux que la télévision diffuse.

Twitch, acteur majeur de l'émergence de l'esport, ce mémoire a essayé de saisir ses aspects les plus significatifs, de son usage généraliste à son contenu de niche, comment la plateforme violette est-elle devenue leader incontestée de la diffusion de contenu live sur le jeu vidéo ? Pourquoi Twitch est-elle née pour le live ? Comment s'est-elle appropriée la musique et le concept même de l'événement live ? Autant de questions qui nous ont poussé à voir plus loin, notamment par le prisme de la technologie des écrans.

De la réalité alternée aux hologrammes, l'esport s'inscrit comme successeur évident du contenu divertissant autour des sports dangereux. Pourquoi ne pas transformer la F1 en eF1 alors que la conduite est aussi difficile en simulateur que dans la réalité ? Le destin d'Ayrton Senna demeure une tragédie que l'esport peut faire oublier. L'important n'est-il pas le spectacle ? Ce divertissement incroyable que tout un chacun demande lorsqu'il entre dans un stade ? Et si l'esport pouvait l'offrir, dans de la démesure tout en garantissant la sécurité des joueurs ? Ne serait-ce pas la naissance des Hungers Games virtuels ? La technologie doit

amener le spectacle à un degré jamais entrepris et a fortiori pour garder nos athlètes en sécurité. L'esport n'a pas vocation à remplacer le football, car le spectacle est dans la performance humaine, mais elle peut amener des parties de League of Legends à être cartographiées en 3D et nous verrions évoluer des héros grandeur nature pour le plus grand émerveillement des spectateurs.

Voilà autant de raisons de ne pas se poser la question de son émergence, ni de sa légitimité mais plutôt de lui trouver un terrain où le sport et la musique ne sont jamais allés. Le cinéma nous a permis de créer les émotions que nous voulions ressentir dans la vie, et nous l'adorons pour cela. L'esport à la fois comme contenu audiovisuel et comme discipline spectaculaire peut emmener le monde dans des univers narratifs inexplorés et impossibles à modéliser en dehors du jeu. C'est ce jeu là qu'il incombe de démocratiser, cette incroyable créativité des éditeurs travaillant de concert et en amont avec les diffuseurs et faire appel à nos sens humains, réflexes et rêves pour créer des jeux de plus en plus divertissants alliant passion et incarnation.

## BIBLIOGRAPHIE

BESOMBES N. (2015), « Du streaming au mainstreaming : mécanismes de médiatisation du sport électronique », dans Obœuf A. (dir.), *Sport et médias*, Paris, éditions du CNRS, pp.179-189.

BOUTET M. (2013), « Un jeu de rôle web à travers ses images-avatars » pp. 153-173, dans AMATO E., PERENNY E., *Les avatars jouables des mondes numériques*, Paris : Hermès Sciences Publications, 333 p.

CNC, TNS SOFRES (2013), Etude « Les pratiques de consommation de jeux vidéo des Français »

DE COUBERTIN P. (1922), *Pédagogie sportive*, Paris : Les Editions G. Crès et Cie, 170 p.

DEFRANCE J. (2011), *Sociologie du sport*, Paris : La Découverte, 128 p.

ELIAS N. & DUNNING E. (1994), *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris : Fayard, 392 p.

HÉAS S. & MORA P. (2003), « Du joueur de jeux vidéo à l'e-sportif : vers un professionnalisme florissant de l'élite ? », dans : Roustan M. (dir.), *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?* Paris, L'Harmattan, pp. 131-146.

HUTCHINS B. (2008) Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games, pp 851-869, dans : *New Media & Society*, 10 | DOI : <https://doi.org/10.1177/1461444808096248>

ICHBIAH D. (1998), *La Saga des Jeux Vidéo*, Paris : 5<sup>e</sup> Revue, 520 p.

LE DIBERDER F., LE DIBERDER A., (1998) *L'univers des jeux vidéo*, Paris : La Découverte, 274 p.

MAGNANE G. (1964), *Sociologie du sport, situation du loisir sportif dans la culture contemporaine*, Paris : Gallimard, 190 p.

NUGENT B. (2008), *American Nerd: The Story of My People*, Scribner, 240 p.

PARLEBAS P. (1999) *Jeux, sports et sociétés, lexique de praxéologie motrice*, Paris : Editions INSEP, 472 p.

PERRATION C., FUSARO M., BONENFANT M. (2011), *Socialisation et communication dans les jeux vidéo*, Les Presses de L'Université de Montréal, 313 p.

PHILLIPS C., ROLLS S., ROUSE A., GRIFFITHS M. (1995), « Home video game playing in schoolchildren: a study of incidence and patterns of play » dans *Journal of Addiction*, volume 18, n°6, pp 687-691

SZABLEWICZ M. (2011) « From addicts to athletes: Participation in the discursive construction of digital games in urban China », *Association of Internet Researchers*, 12,

TAYLOR T. L. (2012), *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*, Cambridge, MIT Press.

TREMEL L. (2001) « Les « jeux vidéo » : un ensemble à déconstruire, des pratiques à analyser », dans : *Revue française de pédagogie*, volume 136, Entrer, étudier, réussir à l'université. pp. 147-157.

TREPANT I. (2008). *Pays émergents et nouvel équilibre des forces*. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 1991-1992, (6), pp 6-54.

ULMANN J. (1965), *De la gymnastique au sport moderne*, Paris : Presses Universitaires de France, 485 p.

## WEBOGRAPHIE

AFJV | URL : <http://www.afjv.com>

AFJV (2015) « Melty Group » | URL: [http://www.afjv.com/news/4896\\_melty-esport-club-un-nouveau-site-dedie-a-l-esport.htm](http://www.afjv.com/news/4896_melty-esport-club-un-nouveau-site-dedie-a-l-esport.htm)

ALCARAZ M. (2016) « Face au vieillissement de leur audience, les chaînes de télévision cherchent la parade » LES ECHOS | URL : [https://www.lesechos.fr/20/01/2016/lesechos.fr/021632815821\\_face-au-vieillissement-de-leur-audience--les-chaines-de-tele-cherchent-la-parade.htm](https://www.lesechos.fr/20/01/2016/lesechos.fr/021632815821_face-au-vieillissement-de-leur-audience--les-chaines-de-tele-cherchent-la-parade.htm)

ALLIN B., LUCAS H., CARIO E. (2017) “ARMATEAM, Le Stream Parfait” Libération | URL : [http://www.liberation.fr/futurs/2017/01/30/armateam-le-stream-parfait\\_1545075](http://www.liberation.fr/futurs/2017/01/30/armateam-le-stream-parfait_1545075)

ARRIVE P. (2017) « L’eSport, c’est du sport ? Réponse en quatre idées reçues », L’Equipe ESPORT | URL : <https://www.lequipe.fr/Esport/Actualites/L-esport-c-est-du-sport-reponse-en-quatre-idees-recues/803562?xtref=https://t.co/IvxlvCwqB2>

ARRIVE P. (2016) “Bora ‘Yellowstar’ Kim : ‘Quand tu signes au PSG, tu te dois de faire des résultats’” L’Equipe ESPORT | URL : <https://www.lequipe.fr/Esport/Actualites/Bora-yellowstar-kim-quand-tu-signes-au-psg-tu-te-dois-de-faire-des-resultats/740842>

ATARI | URL: <https://www.atari.com/fr>

AUXANT A. (2016) « Interview with Diego Buñuel, the mind behind Canal+’s new esports show » ESPORT OBSERVER | URL: <https://esportsobserver.com/interview-with-diego-bunuel-the-mind-behind-canals-new-esports-show/>

BESOMBES N. (2016), « Les jeux vidéo compétitifs au prisme des jeux sportifs : du sport au sport électronique », Sciences du jeu, 5 | URL: <http://sdj.revues.org/612>

BLIZZARD ENTERTAINMENT (2017) « 70 millions de joueurs ! » | URL: <https://eu.battle.net/hearthstone/fr/blog/20720847/70-millions-de-joueurs--01-05-2017>

BLISTEIN J. (2016) « Watch Chewbacca Mom Carpool with J.J Abrams and James Corden »  
THE ROLLING STONE | URL : <http://www.rollingstone.com/tv/news/watch-chewbacca-mom-carpool-with-j-j-abrams-james-corden-20160524>

BILLOT B. (2012) “La reconversion, un problème (aussi) pour les gamers professionnels”  
Slate | URL: <http://www.slate.fr/story/64163/gamers-reconversion>

BUSINESS CRUNCH (2016) “ Esports, un phénomène social incontournable” | URL:  
<http://business-crunch.com/sport-phenomene-social-incontournable/>

BOGLE A. (2016) “Did ‘Pokemon Go’ Remove PokéStops because neighbors complained?”  
MASHABLE | URL: <http://mashable.com/2016/08/01/pokemon-go-disappearing-pokestops/#rSfeS9NfHOqH>

BRISSON T. (2017) “Un an après l’euphorie Pokémon Go, où sont passés les joueurs?” La  
Voix Du Nord | URL: <http://www.lavoixdunord.fr/203549/article/2017-08-12/un-apres-l-euphorie-pokemon-go-ou-sont-passes-les-joueurs#>

BROWN M. (2015) “Inside The Numbers: 2015 NBA Finals Were Highest-Rated, Most-  
Viewed Ever for ABC” Forbes | URL:  
<https://www.forbes.com/sites/maurybrown/2015/06/17/inside-the-numbers-2015-nba-finals-were-highest-rated-ever-for-abc/#723efba6aefb>

BROUWER B. (2015) “Twitch: Global Gaming Content Revenue” TUBE FILTER | URL :  
<http://www.tubefilter.com/2015/07/10/twitch-global-gaming-content-revenue-3-billion/>

CANAL + (2016) « GAME FEVER » | URL: <http://www.canalplus.fr/infos-documentaires/l-actualite-des-documentaires/cid1419539-game-fever-l-esport-a-l-honneur-mercredi-26-octobre-sur-canal.html>

CHIKH N. (2011) « Corée du Sud : Bienvenue au pays du « sport électronique » », M Le  
Magazine du Monde, | URL: [http://www.lemonde.fr/week-end/article/2011/04/08/coree-du-sud-bienvenue-au-pays-du-sport-electronique\\_1496513\\_1477893.html](http://www.lemonde.fr/week-end/article/2011/04/08/coree-du-sud-bienvenue-au-pays-du-sport-electronique_1496513_1477893.html)



- CHAN E. (2017) “ Over 245,000 Viewers Tune In Faker’s Debut Stream On Twitch”  
AKSHON ESPORTS | URL: <https://www.akshonesports.com/2017/02/245000-viewers-tune-fakers-first-stream-twitch>
- CHAMPEAU G. (2014) « Twitch arrive sur Xbox One » NUMERAMA | URL: <http://www.numerama.com/magazine/28570-twitch-xbox-one-streaming-jeux-video-console-microsoft.html>
- COHEN E (2004) « La Télévision dans les démocraties. Années 30 – 1980 » *AMNIS* | URL : <https://amnis.revues.org/767>
- CORNELOUP J. (2011) « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature », *Développement durable et territoires* [En ligne], Vol. 2, n° 3 | URL: <http://developpementdurable.revues.org/9107>
- CRAMPTON T. (2006) “For France, Video Games Are as Artful as Cinema”, NY Times | URL: <http://www.nytimes.com/2006/11/06/business/worldbusiness/06game.html>
- CPL (2016) « About CPL » | URL: <http://thecpl.com/about-cpl/>
- DUBOIS P. (2016) Conférence « L’Histoire des jeux vidéos », à Gamers Assembly Potiers | URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Su974sI7NAg>
- DUMAS G. (2016) Keynote “La cible de l’esport”, Webedia et Stratégie | URL du programme : <https://www.strategies.fr/decouvrez-le-programme-de-la-conference-esport-du-2-fevrier-prochain>
- ESCW | URL: <http://www.eswc.com/>
- ESPINOSA E. (2016) “L’eSport pour la France est une nouvelle industrie” *INfluencia* | URL: <http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,media,e-sport-pour-france-est-nouvelle-industrie,6082.html>
- FDJ OPEN SERIES | URL: <https://www.fdjesport.fr/open-series/>

GAMOLOCO | URL: <https://gamoloco.com/>

GAMOPAT | URL: <http://gamopat.com/page-367617.html>

GUICHARD C. (2014) « En Corée du Sud, les « gamers » sont des rock stars », Courrier International – Paris | URL: <http://www.courrierinternational.com/article/2014/10/21/en-coree-du-sud-les-gamers-sont-des-rock-stars>

GUITTON A. (2016) « Axelle Lemaire : « Le numérique est devenu un objet politique à part entière » », Libération | URL: [http://www.liberation.fr/futurs/2016/07/12/axelle-lemaire-le-numerique-est-devenu-un-objet-politique-a-part-entiere\\_1465685](http://www.liberation.fr/futurs/2016/07/12/axelle-lemaire-le-numerique-est-devenu-un-objet-politique-a-part-entiere_1465685)

GRUBB J. (2013) « How Marcus ‘djWheat’ Graham became one of the voice of e-sports » VENTURE BEAT | URL: <https://venturebeat.com/2013/09/09/how-marcus-djwheat-graham-became-one-of-the-voices-of-e-sports/>

HEARTHSTONE (2017) Dernières News d’Hearthstone | URL: <http://www.hearthstone-decks.com/>

ITU (2017) ICT Facts and Figures | URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>

JEUSSET (2016) “Classement des chaînes Twitch Françaises du mois de décembre 2016) GAMOLOCO et DEXERTO FR | URL: <https://www.dexerto.fr/news/classement-des-chaines-twitch-francaises-du-mois-de-decembre-2016>

JONES C.M (2014) « How Twitch Won the Community in Just Three Years Hearts and Minds of Millions in the Gaming » NUMERAMA | URL : <http://www.numerama.com/magazine/28570-twitch-xbox-one-streaming-jeux-video-console-microsoft.html>

KIMES M. (2015) “The Unkillable Demon King” ESPN.COM | URL: [http://www.espn.com/espn/feature/story/\\_/id/13035450/league-legends-prodigy-faker-carries-country-shoulders](http://www.espn.com/espn/feature/story/_/id/13035450/league-legends-prodigy-faker-carries-country-shoulders)

KOLLAR P. (2016) « The past, present and future of League of Legends studio Riot Games », Polygon | URL: <https://www.polygon.com/2016/9/13/12891656/the-past-present-and-future-of-league-of-legends-studio-riot-games>

KOLLAR P. (2015) “Hearthstone gets serious about esports in 2016 with nearly \$2 million in prizes” Polygon | URL: <https://www.polygon.com/2015/11/25/9798168/hearthstone-esports-2016-plans-1-million-world-championship-prize-pool>

L’EQUIPE ESPORTS « Une web-série inédite IN GAME, entrez dans légende » (2016) | URL : <https://www.lequipe.fr/Esport/Actualites/Une-web-serie-inedite-in-game-entrez-dans-legende/749190>

LYNLEY M. (2012) « One Year Later: After a tweak, Twitch.tv is Now One Of Silicon Valley’s Hottest Startups » BUSINESS INSIDER | URL: <http://www.businessinsider.fr/us/one-year-later-after-twitchtv-2012-8/>

MAGIC LEAP “Home” | URL: <https://www.magicleap.com/#/home>

MAZET F. (2008) “Guitar Hero, un jeu video au secours de l’industrie musicale” Nouvel Obs avec Rue89, | URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20080801.RUE5162/guitar-hero-un-jeu-video-au-secours-de-l-industrie-musicale.html>

MEDIAMETRIE (2016) « L’année TV 2016 » | URL : <http://www.mediametrie.fr/television/communiques/l-annee-tv-2016.php?id=1605>

MELTDOWN Paris “Events” | URL: <https://www.meltdown.bar/paris>

MELTDOWN Bar « Concept » | URL: <https://www.meltdown.bar/>

MICHAUD L. (2013) Market Insight “Social gaming” IDATE Digiworld et AFJV | URL: [http://www.afjv.com/news/2426\\_social-gaming-marches-et-tendances.html](http://www.afjv.com/news/2426_social-gaming-marches-et-tendances.html)

MILLENIUM (2010) “Tossgirl l’exception”, dans Dossier: la scène Starcraft feminine, Millenium avec Orange | URL: <http://www.millenium.org/starcraft-2/accueil/actualites/dossier-la-scene-starcraft-feminine-l-analyse-de-la-situation-des-femmes-vis-a-vis-de-starcraft-37956?page=3>

MOREAU C. (2017) « Les jeunes et la télé : ils zappent et ils matent » LE PARISIEN | URL : <http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/les-jeunes-et-la-tele-ils-zappent-et-ils-matent-03-05-2017-6911106.php>

MORRIS C. (2017) « Largest Prize Pool in Esports History Tops \$20 Million » Fortune | URL: <http://fortune.com/2017/07/13/esports-largest-prize-20-million/>

O’NEILL P. (2013) “Meet the ‘League of Legends’ player so good his nickname is simply ‘God’ DOT ESPORTS | URL: <https://dotesports.com/league-of-legends/lee-faker-sang-hyeok-sk-telecom-league-of-legends-esports-52>

PARIS GAMES WEEK | URL: <https://www.parisgamesweek.com/>

PRENDERGAST J. (2004) “Halo 2’s ‘I Love Bees’ Alternate Reality Game” ARGN | URL: [https://www.arn.com/2004/12/halo\\_2s\\_i\\_love\\_bees\\_alternate\\_reality\\_game/](https://www.arn.com/2004/12/halo_2s_i_love_bees_alternate_reality_game/)

RIOT GAMES (2015) « World Championship Rules » Version 1.01 | URL: [https://riot-web-static.s3.amazonaws.com/lolesports/Rule%20Sets/2015%20Revised%20World%20Championship%20Rule%20Set%20Version%201\\_01.pdf](https://riot-web-static.s3.amazonaws.com/lolesports/Rule%20Sets/2015%20Revised%20World%20Championship%20Rule%20Set%20Version%201_01.pdf)

RIOT GAMES (2017) “Community Events” | URL: <https://events.euw.leagueoflegends.com/>

ROLAND-GARROS.COM (2016) « Total Prize Money » | URL: [http://www.rolandgarros.com/en\\_FR/content/the\\_tournament/info/prize\\_money.html](http://www.rolandgarros.com/en_FR/content/the_tournament/info/prize_money.html)

SAN ISIDORO A. (2013) « Pourquoi les joueurs coréens dominant la planète Starcraft »,  
Nouvel Obs | URL: <http://teleobs.nouvelobs.com/jeux-video/20131222.OBS0468/pourquoi-les-joueurs-coreens-dominent-la-planete-starcraft.html>

Stanford InfoLab (2005), Galaxy-Game Machine | URL:  
<http://infolab.stanford.edu/pub/voy/museum/pictures/display/5-GG-machine.html>

STUART K. (2015) “Hearthstone: how a game developer turned 30m people into card geeks”  
The Guardian | URL: <https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/25/hearthstone-blizzard-strategy-trading-cards-greg-austin>

SXSW “Site Internet” | URL: <https://www.sxsw.com/>

TECH CRUNCH « Twitch » | URL: <https://techcrunch.com/topic/company/twitch/>

TF1 (2016) “Engagements” | URL : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/engagements/fondation/pr%C3%A9sentation>

Twitch Advertising (2017) Audience | URL: <http://twitchadvertising.tv/audience/>

VIRTUIX (2017) “Latest News” | URL: <http://www.virtuix.com/>

WEBSTER A. (2017) “Amazon’s new game Breakaway is being designed with Twitch streaming in mind” THE VERGE | URL :  
<https://www.theverge.com/2017/8/23/16189104/amazon-game-studios-breakaway-twitch-broadcasting>

WILLIAM (2015) “TOP 10 Des Préjugés Sur Les Jeux Vidéo Totalement Faux” HITek  
| URL: [http://hitek.fr/actualite/top-10-idees-recues-jeux-video-fausses\\_5005](http://hitek.fr/actualite/top-10-idees-recues-jeux-video-fausses_5005)

WORLD CYBER GAMES | URL: <http://worldcybergames.com/>

ZIRO (2015) “The Rise of a Legend – The Story of Lee ‘Faker’ Sang-hyeok” DOT ESPORTS  
| URL: <https://dotesports.com/league-of-legends/the-rise-of-a-legend-the-story-of-lee-faker-sanghyeok-7218>

## ANNEXE

### Annexe 1 : Questionnaire – Etude de terrain : « Une version pop culture du gaming est-elle possible ? » sur un échantillon démographique de français digital natives (18-35 ans)

9/3/2017

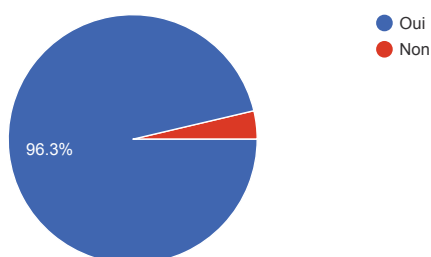
Une version Pop culture du gaming est-elle possible ?

## Une version Pop culture du gaming est-elle possible ?

272 responses

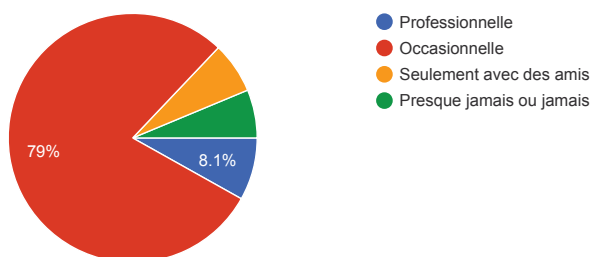
1° Avez-vous un intérêt pour l'univers des jeux vidéos ? (de près ou de loin)

272 responses



2° En avez-vous une pratique ?

271 responses



3° Gaming, oui. Mais quel gaming ?

267 responses

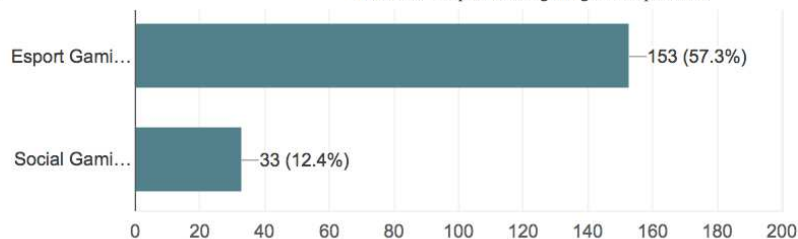


<https://docs.google.com/forms/d/1LT1Odh9R0SEDWnQp1mTkerHIMireqaLUq1xmREIOjeA/viewanalytics>

1/18

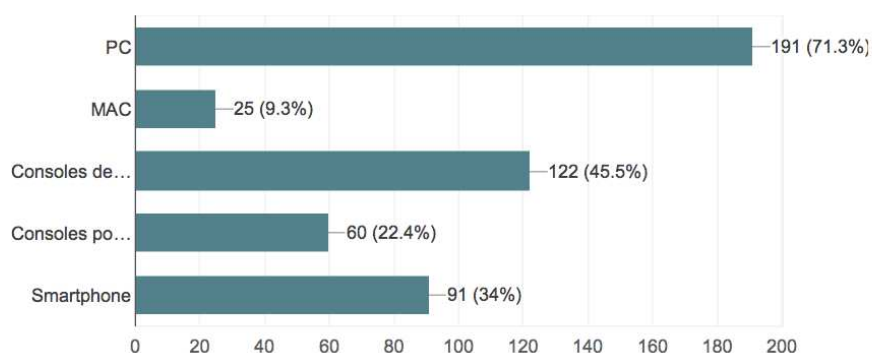
9/3/2017

Une version Pop culture du gaming est-elle possible ?



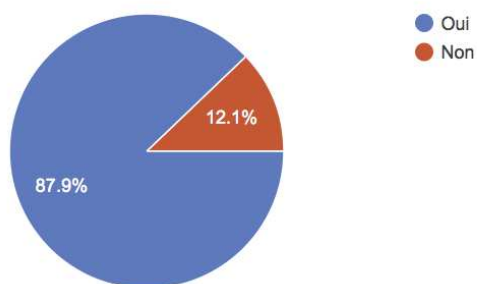
#### 4° Sur quel support ?

268 responses



#### 5° Consommez-vous du contenu lié à l'univers des jeux vidéos ?

272 responses



#### 6° Si oui, le ou lesquels?

243 responses

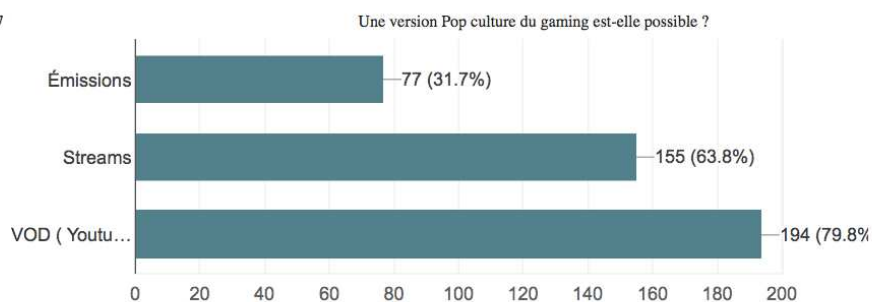


<https://docs.google.com/forms/d/1LT1Odh9R0SEDWnQp1mTkERHIMireqaLUq1xmREIOjeA/viewanalytics>

2/18

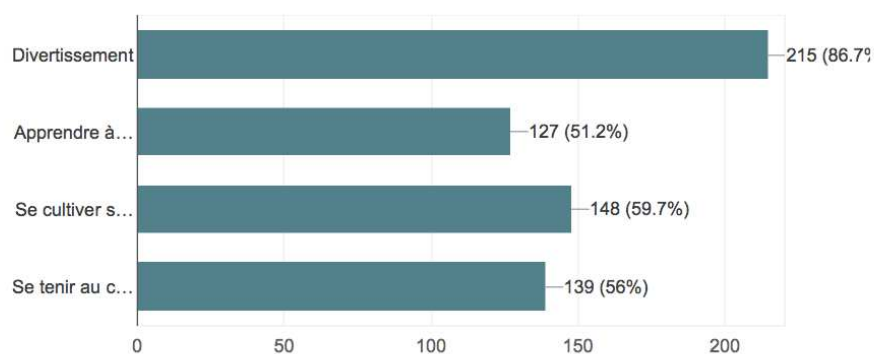


9/3/2017



## 7° Dans quel intérêt ?

248 réponses



## 8° Selon vous, le gaming est-il un art ?

260 réponses

- Oui (50)
- oui (22)
- Non (19)
- Oui (5)
- non (4)
- Non (2)
- Oui. (2)
- Bien sûr que oui (2)
- Absolument (2)
- Bien sur (2)

Oui, le gaming est un art qui implique un gros processus créatif pour le développement de l'univers, des  
<https://docs.google.com/forms/d/1LT1Odh9R0SEDWnQp1mTkERHIMireqaLUq1xmREIOjeA/viewanalytics>

3/18

niveaux, du graphisme...

Oui, car il demande à l'homme d'y consacrer du temps pour son plaisir personnel

Ça peut

Poussez à un certain niveau oui !

Concevoir un jeu vidéo est considéré comme étant le 10ème art. Oui dans la conception. Mais non dans la pratique, le fait de jouer.

Ainsi qu'un sport!

non c'est même l'opposé

au moins autant que la littérature

Je n'y avais pas réfléchi sous cet angle là jusqu'à présent, mais effectivement je pense que l'on peut considérer cela comme un art. Notamment pour ce qui est des graphismes, du scénario et de la personnalité des personnages créés.

Oui. Plutôt un art de l'expérience

Oui :) (scénaristes, graphistes, mapping ect)

Oui, un art graphique, scénaristique et ludique, un art universel.

Oui, en partie parce que certains jeux sont de vrais chefs d'œuvre.

non mais un sport oui. les développeurs sont des artistes.

Le Gaming est un art oui. Il entre dans le cadre du divertissement mais surtout de la culture. Le gaming évolue, s'étend à travers les âges, suit l'air du temps que ce soit au niveau graphique, gameplay, thèmes abordés...

non

sauf rares exemples (pixel art sur minecraft...)

Oui !

Non, la conception oui

Je trouve que le rapprochement avec le sport (ou les jeux de sociétés) est plus adapté et c'est d'ailleurs plus comme ça qu'il est perçu par la société selon moi (tournois, coach, etc.). On peut assez facilement faire le parallèle avec un sportif ou un joueur d'échec par exemple dans la mesure où le joueur a des contraintes (les règles du jeu) qu'il ne doit pas enfreindre sinon il triche. En art, je ne pense pas qu'on puisse trouver des contraintes similaires puisqu'on est sans cesse en train de les abolir. Le gaming ne me semble pas être fondamentalement un art même si, comme pour le sport, certaines catégories pourraient être artistiques. Je pense que Minecraft a fournis de nombreux exemple de réalisations visuelles que l'on pourrait qualifier d'artistique. Et les let's play narratif (type Civilization par le Joueur du Grenier) laisse aussi émerger un certain art mais il reste encore à déterminer s'il s'agit bien d'un art de gaming ou plus du cinéma. A l'inverse, j'aurais du mal à dire que jouer à Candy crush est artistique. Je pense qu'il faut que le jeu laisse beaucoup de libertés pour que le joueur puisse créer quelque chose d'artistique et je pense que de nombreux jeux restent trop restrictifs pour le moment. Par ailleurs, on a encore du mal à dire que le jeu vidéo lui-même est un art alors que cette fois, je pense qu'il est légitime de le considérer comme tel.

Si le sport est un art oui, dans le cas contraire : non.

Le gaming n'est pas forcément un art, mais l'ensemble des points gravitant autour peuvent l'être

Des fois oui, des fois non

9/3/2017

Une version Pop culture du gaming est-elle possible ?

Oui entre le cinéma et le roman moderne avec des histoires et un univers très poussé (witcher, assassin creeds ...)

Oui, le graph peut avoir une renommée aussi importante qu'un tableau

Je ne connais pas la définition précise du gaming. Les jeux sont parfois des œuvres. Mais quand je regarde un tableau je consomme de l'art, Je n'en crée pas? Pareil pour le gaming? Je vois ça plutôt comme un sport?

La création l'est, être bon voire excellent à un jeu : pas vraiment

C'est en tout cas une discipline qui demande beaucoup de concentration et de temps. Un art, oui aussi, on peut produire des choses extraordinaires via l'univers du jeu vidéo, entre musique, graphismes, histoires également...

Oui lorsque l'on voit les graphismes des jeux actuels

Oui car le développement de jeu permet la création d'univers divers

Non, un sport.

L'univers en lui-même en est un. (game design, scénario, histoire, personnages) mais le fait de jouer, non.

oui, oui oui

La création de jeux vidéos oui, la pratique en elle-même non.

Oui, pour la partie scénario/mise en scène (pas pour la partie sportive notamment)

Quand on est doué, ça peut se rapprocher de l'art, mais je pense que ça se rapproche plus du sport.

Il nécessite de développer des compétences et requiert de la pratique donc oui

oui

Indubitablement. Que ce soit en tant que médium pour histoire, ou par des aspects de gameplay.

Oui, j'ai récemment rencontré un artiste s'en inspirant (Tomb Raider)

Pratiqué à haut niveau, oui.

Art ? Un hobby comme un autre

Du côté des créateurs de jeux

Oui au même titre que le cinéma

Je pense, que oui car, à un certain niveau le gaming Esport plus que le traditionnel demande une maîtrise et un certain talent acquis avec la pratique si je voulais comparer à un autre art je penserais à la peinture entre qui demande une technique et de la pratique et surtout un renouvellement de techniques.

C'est l'industrie de l'art... donc c'est une industrie d'abord

Far Cry 3

Oui car il demande une maîtrise

Sa dépend

Le 10ème.

Oui car les graphismes sont de l'art aujourd'hui et encore plus avec le pop gaming (licences colorées)

Non plutôt une performance "intellectuelle" (concentration, logique, réflexes). La création du jeu ne

<https://docs.google.com/forms/d/1LT1Odh9R0SEDWnQp1mTkERHIMireqaLUq1xmREIOjeA/viewanalytics>

5/18

s'apparenter à de l'art.

Oui de nombreux jeux sont magnifiques surtout chez les indépendants

En quelque sorte

Débat difficile... mais je penche sur un Oui, car certains jeux sont super (FF, Amaterasu, shadow of colossus, etc) !

Oui. Le gaming requiert des graphistes entre autres qui produisent des univers bien particuliers en fonction des besoins. Certains concepts et chara design sont même exposés dans des musées

C'est à régler au cas par cas, certains jeux se veulent comme œuvres d'art (Ori and the Blind Forest), d'autres ont une posture plus sportive (LoL) et d'autres encore sont purement lucratifs (Candy Crush).

Selon moi, le gaming en lui même n'est pas un art, mais les métiers qui encadrent la création d'un jeu vidéo le sont.

Tout dépend du type de jeu mais en soi selon sa réalisation, oui le jeu vidéo est un art

non. Produire un jeux est un art mais pas y jouer.

Pas un art, plutôt un univers, une culture

Oui suffit de regarder les pro jouer à ikaruga

Dans une certaine mesure, lorsqu'on voit que certains jeux, en plus d'offrir une expérience de jeux exceptionnelle grâce à leur graphisme et leur gameplay, parviennent à intégrer une note poétique dans leurs scénarios/ambiances. Je pense notamment au très excellent NieR : Automata, sorti cette année et dont la toile de fond est digne d'un Azimov, remettant en question la notion d'humanité et projetant les risques de notre développement technologique. De même, les ambiances culturelles inspirées des cultures asiatiques de Nioh semble intégrer une note poétique importante, qui me permettrait d'appuyer l'idée voulant faire du jeux vidéo un art.

non c'est une pratique, un sport à la limite. bien jouer à Fifa ou faire des pentakill sur LOL n'a rien d'artistique.

Ce serait bête de ne pas le considérer tel quel :) Mais ... il y a encore des gens qui s expose la question... En 2017 ? Avec les chef-d'oeuvres récents ?

Pas un art à proprement parler. Plutôt une pratique.

Oui, dans certains cas, et l'idée à creuser est qu'il peut être un nouvel art, c'est à dire qu'il met l'interactivité au centre même de sa création. Même si on peut dire de l'Art qu'il est en quelque sorte interactif, le jeu vidéo peut amener la chose ailleurs, par la nature même de son média.

Le gaming en soit non, mais le fait de créer des jeux oui

Le gaming non mais la création du jeux en lui-meme oui

Oui car il fait parti de la Pop culture, et est lié à de nombreux domaines culturels tels que le cinéma, la musique ... et possède un univers stylistique bien à lui.

Peut être

Non, mais le jeu vidéo oui. Le gaming serait peut-être plus sa critique.

Un produit culturel

Les créateurs sont des artistes .. les joueurs des consommateurs

Ça dépend



Les livres ainsi que le dessin sont considéré comme un art donc un jeu vidéo qui n'est n'y plus n'y moins qu'un livre/histoire adapté au support console avec des graphisme ne peut être que de l'art.  
Voir des jeu comme journey, limbo etc...

oui dans certains cas

Non, les jeux vidéos oui.

Pas vraiment, le design du jeu oui mais pas l'utilisation

Oui le 10eme

Bonne question

Le fait de jouer, le gaming, n'est pas un art. Une pratique n'est pas un art, c'est la création qui l'est.

non, pour moi c'est comme lire, un simple divertissement.

A mon avis, la pratique (dans le sens de jouer) du jeu vidéo est plus une activité, éventuellement un sport dans un cadre plus intense. La création de jeux vidéos quant à elle s'apparenterait plus à de l'art.

Le gaming ? Non, jouer n'est pas un art. Concevoir un jeu vidéo en revanche est débattable.

Il peut l'être de part ses dessins

Oui au même titre que le cinéma, la peinture, etc.

A défaut d'être un art, c'est une discipline très respectable qui nécessite un entraînement régulier ainsi que la connaissance du contexte dans lequel on évolue.

Le gaming en soit je ne pense pas, la création vidéo ludique par contre, je pense que oui, pour certaines en tout cas.

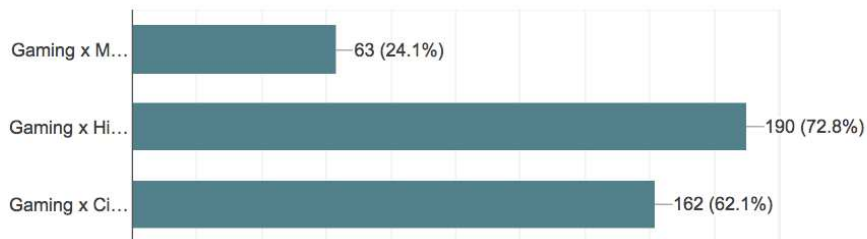
Non, mais leus jeux videos en eux memes oui

yes

Other (60)

## 9 ° Avec quels autres domaines culturels & artistiques le verriez-vous être traité ?

261 responses



## 10°L'offre de contenu audiovisuel lié au gaming répond-elle à vos attentes ? Commentez.

204 responses

Oui (28)

Non (5)

Oui (4)

non (4)

oui (4)

Oui. (2)

Nan la visibilité de certains n'est pas assez présente. ...

Comme je ne joue pas spécialement ça ne répond à aucune attente

Oui et non, on trouve des VOD / articles dans les magazines / sites spécialisés, mais on parle peu sur des grands médias.

Il faut arrêter avec le contenu "WTF/snack" qui n'apportent rien. Oui aux contenus audiovisuels courts - consommation plus rapide sur mobile - mais apporteurs de sens et qui développent des idées

Suffit de savoir ou chercher, donc oui!

Franchement ça manque de contenu qualitatif

Pour mon usage oui.

je n'ai pas d'attentes

Nop, les longs métrage se limites aux clichés

je ne regarde pas la télé

Non, c'est trop ciblé pour moi

Oui, il y en a même un peu trop (çf question 14). Pas mal de trucs inutiles ou trop mainstreams au détriment de la qualité...

ui

Moui

non, il y a tellement d'univers à exploiter et qui ne sont créés que par des fans

Non, pas suffisamment présent au cinéma et quand c'est le cas souvent c'est soit pas traité comme une vraie oeuvre cinématographique soit ça s'écarte trop du monde original de l'oeuvre sans rien respecter

Pas toujours, j'aimerais pousser parfois un peu plus l'histoire derrière les jeux lorsqu'il y en a une.

Non. Il existe quelques chaînes TV dédiées au gaming mais elles sont trop peu nombreuses et sous financées.

non ! jamais rien sur la TNT

oui, surtout sur les plateformes amateur (YouTube)

non, il y en a marre des assassins screeds...

sur YT et twitch oui

Non. Une émission plus récurrente et grand public que ce qui existe déjà serait top. Mais pour ma part, moins d'intérêt pour la pratique que pour l'univers en général (le contenu, l'histoire, les références, etc)

En général, oui. Parfois j'aime regarder des émissions pour me donner une idée sur le jeu, voir si le scénario ou les graphismes me plaisent par exemple. Certaines émissions m'ont vraiment donné envie de jouer à des jeux qu'elles ont présentés. J'aime aussi regarder des let's play soit narratifs soit "participatifs" comme j'aime les appeler. Pour moi, Siphano fait des let's play participatif avec Zelda into the Wild au sens où sa communauté peut réellement vivre l'aventure en même temps que lui, puisqu'elle peut interagir de manière significative dans le déroulement du jeu. Et enfin, j'aime aussi les regarder pour voir des gens qui savent jouer beaucoup mieux que moi (et essayer d'apprendre quelques trucs) !

Ça dépends

Oui via les plateformes/sites qui "professionnalise" le contenu

L'offre dispo actuellement couvre (du moins pour ce que je regarde) un ensemble couvrant une prise de vue sérieuse, explicative, fun ou bien absurde. Il y en a pour tout les goûts. Une nouvelle offre doit offrir quelque chose d'atypique pour qu'on s'intéresse à elle

l'offre est toujours très recherchée, soignée sur des gros bloc-busters. Il a pas mal de sujet de fond.

Je le recherche pas forcément

Oui mais trop élitiste

Assez oui, on trouve vraiment de tout... Du type sérieux qui va développer son sujet à fond aux mecs un peu farfelus qui sont là pour se marrer et nous font marrer avec eux. J'ai pu trouver des solutions à certains moments grâce à nos amis gamers. Passer un bon moment devant Game one... Avoir envie d'acheter un jeu pour sa beauté, son scénario, la musique... Donc oui, ça répond à mes attentes.

Non, absence de représentation télévisuel des grandes finales.

yup !

bof

Oui, même si la plupart des jeux à gros budget se contente du meme scénario avec seulement des graphismes plus poussées, ce qui reviendrait a sortir 5 fois le même film en changeant seulement le casting...

En ce moment il y a très peu de jeu qui me correspondent mais ça me suffit.

Oui car je ne suis pas un gros consommateur, je joue de manière occasionnel et regarde les nouveautés sur internet même si j'apprécie plus le rétrogaming

Moyennement. Il manque des classiques et des révolutions

oui, les possibilités sont infinies et souvent très bien exploitées.

Non, les adaptations cinématographiques sont souvent pauvres et il faut se rabattre sur les équipes créatives des studios pour avoir des oeuvres intéressantes sur d'autres supports (les BD sur Overwatch ou encore les artworks distillés ça et là par les studios par exemple).

CD RED PROJECT

plus ou moins

Oui, l'univers est vaste et le contenu audiovisuel est fourni, bien que très peu médiatisé, des tonnes d'articles son sur le net, à travers des sites spécialisés et aussi dans les réseaux plus ouverts (reddit par exemple.)

VODs et streams, oui

Il suffit de voir la plupart des adaptations au cinéma pour se rendre compte que ça ne fait pas bon ménage dans ce cas.

En revanche le contenu proposé sur youtube, twitch et autre est diversifié et tout le monde peut y trouver son compte, de la simple vod gameplay à la vidéo explicative sur un aspect du jeu (théories, astuces, tutoriels...).

dans la quantité oui mais dans la qualité on a encore du chemin

Si par audiovisuel vous entendez "trouvable sur internet", oui. Si on considère "audiovisuel" comme uniquement lié aux chaînes de télévision, non, le contenu ne réponds pas à mes attentes.

Absolument pas, il n'y qu'internet qui le traite correctement

Oui , dans certains point je suis de très nombreuses tv Esport et aime le contenu apporter par ces tv Esport

Plutot

Aucune idée j'ai plus 12 ans

Yep

Non, Les publicités sont par exemple très ressemblantes en terme de réalisation. de plus, les jeux traités sont tous les même, la loi des série pas de la diversité. Certains effort sont par contre fait avec les pubs pour jeux de portables en changeant la donne. Les émissions sont quand à elle très naïve et s'adresse à un public assez ciblé. Bref, Peu de diversité, beaucoup de cliché.

Pas souvent malheureusement

Je ne sais pas vraiment

En majeure partie oui

Hamdoulah. Cela dit, le paysage vidéoludique sera toujours ouvert à qui propose du contenu de qualité.

Oui et elle se développe de plus en plus

Non, trop peu reconnu comme objet culturel. Le jeu vidéo est toujours considéré comme une sous culture par les mass media, dommage. J'aimerais entendre plus parler des innovations de console, des différents univers -steam punk par exemple-, de la qualité de certains jeux très abouties, d'idéologie qu'ils peuvent porter aussi ou le côté cathartique aussi (je n'ai pas vocation à brûler des prostituées au lance flammes dans la vie réelle)

Tout à fait [Twitch / Youtube]

Oui et non. Oui, car quand on voit les cinématique de blizzard, cela nous laisse sans voix. Non, car il y a pas de base données de référence pour toutes les cinématiques : si on connait pas un jeu, on ne pourra pas découvrir des nouvelles cinématique.

Pour l'instant il reste un peu limité et pas assez fidèle aux oeuvres originales

Non, je trouve que les adaptations n'osent pas se mouiller pour être mémorables, ou beaucoup de jeux vidéos sont inadaptables (Adapter Undertale est presque impossible, un jeu de plateforme n'aurait que peu d'intérêt, au contraire, les lihts novels ou des jeux comme Life Is Strange ou des Teltales peuvent être



sympathiques)

Pas totalement. Elle semble "low budget" par rapport aux offres en langue anglaise

Quand la réalisation est bonne oui, lorsque cela respecte la trame du jeu mais quand sa dépasse le jeu non

L'offre de contenu d'internet est plus que satisfaisante cependant je trouve que la télévision nous donne toujours (de moins en moins heureusement) une image négative des jeux video, d'où le manque de programmes dédiés.

Non manques de réel adaptation au cinéma ou une quelconque considération dans les médias mainstream alors que tout le monde, ou presque, jouent aux jeux vidéo !

Je lis le plus souvent des articles liés au jeux vidéo donc oui, je peux dire que pour l'instant cela me convient.

De plus en plus d'efforts sont faits pour que les joueurs bénéficient d'une expérience immersive de haut vol, chose que je salut. Il en faut peu pour me contenter et je préfère que l'on mette l'accent sur la trame de fond.

oui tout le monde ne parle de manière différente (radio, article, vidéo, podcast etc ...)

Dans le milieu du cinéma, clairement pas. J'attends plus (+) d'ouverture lié à l'univers du jeu vidéo, et une puissante. Je suis certaine que mélanger les outils du cinéma d'aujourd'hui et celui du jeu vidéo peut faire de vraies merveilles. Comme utiliser l'Unreal pour créer des scènes destinées au grand écran. Sur Youtube, je trouve encore le gaming trop restreint à une communauté qui l'a connaît déjà. Mais peut-on faire autre chose ?

Je n'ai pas la télé donc je ne peux pas juger sur ce support. Mais ça ce saurait si il y avait eu un changement, non?

Bien plus que suffisamment, je ne regarde qu'un stream de façon assez rare

Non... Plus de prise de risque

..

Oui. Nombreuses adaptations cinéma et chaînes TV dédiées (GameOne, NoLife..)

Oui, on a des médias français et étrangers de très bonne qualité sur le jeu vidéo. Qui ont un regard intéressant et qui poussent à la réflexion sur le sujet.

Dans un autre côté on a aussi l'aspect fun que j'apprécie tout autant (streams, VOD, mises en abîmes, parodies, etc...).

Aujourd'hui en France il n'y pas vraiment de gaming dans l'audiovisuel gratuit, si l'on veut suivre des chaînes de gaming il faut souvent payer et c'est dommage.

(Ne regarde pas l'audiovisuel classique)

Oui mais il manquerais une chaîne dédiée à ça

Oui mais il faut souvent payer cher pour pouvoir accéder aux contenus

Je suis pas à un cours de français, range ton "Commentée." Wsh.

Une approche plus "ficelles du métier" / comprendre le travail des créatifs pourrait m'intéresser.

Dans la plupart des cas oui

Surtout au niveau de l'indépendant

Oui. Je trouve que le contenu audiovisuel c'est bien développer et offre une grande gamme de choix.

J'ai bien aimé Scott Pilgrim contre le reste du monde

Ou

Mise a part quelque stream, il n'y a pas grand chose. De temps en temps un film mal adapté ou une série mais ça reste très limité.

Je m'y intéresse assez peu en dehors de ma pratique occasionnelle, donc je dirais oui.

Oui, lorsque regarde un stream ou une chaîne Youtube, j'aime que celle-ci ne traite que d'un seul sujet (un seul jeu). Non seulement je sais que la chaîne va m'intéresser sans broder sur des sujets inintéressants autour, mais cela permet aux streamers d'avoir un bon niveau (voire pro) qui me permet de progresser.

Pas d'avis

Je n'ai pas d'attente à ce sujet.

Au niveau des streams et des vidéos, complètement, il y e a pour tous les goûts et sur la plupart des jeux, que ce soit pour progresser ou pour se divertir.

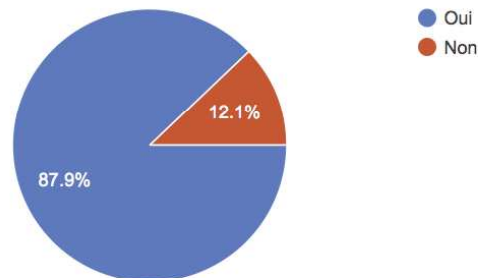
Elle me suffit avec toutes les possibilités sur internet. Même certaines chaînes de télé, comme bein, commence à parler gaming et e-sport. Pour cela, ils utilisent d'ailleurs les streamers français connus afin que l'émission est déjà une aura ainsi qu'une fanbase.

Non pas assez présente sur les chaines de télévisions

Other (63)

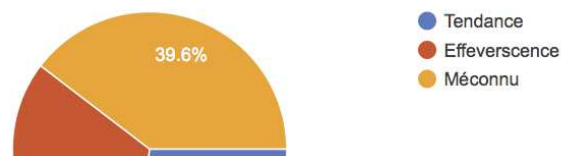
## 11° Êtes-vous familier du terme "esport" évoqué plus tôt ?

272 responses



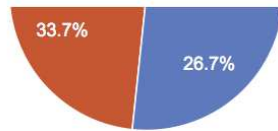
## 12° Trouvez-vous que l'esport s'inscrit dans une tendance, une effervescence ou que c'est un domaine méconnu du grand public ?

270 responses



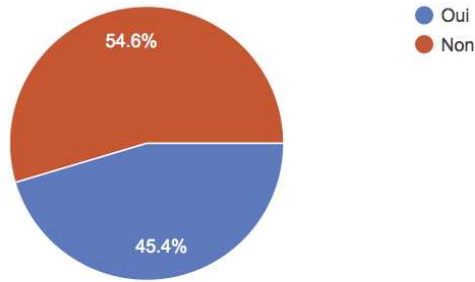
9/3/2017

Une version Pop culture du gaming est-elle possible ?



### 13° Avez-vous déjà entendu parler de la Esport Academy ?

271 responses



### 14° Que pensez-vous de l'enseignement du gaming et de l'esport au lycée ? (comme c'est le cas en Norvège)

237 responses

Pourquoi pas (2)

bien (2)

Inutile (2)

Why not (2)

Inutile (2)

Pourquoi pas (2)

Oui, c'est pour le futur

Je trouve exceptionnel. ... C'est un domaine a futur

ridicule

Je ne trouve pas ça génial, autant faire du vrai sport

Dans le cadre de serious game, pourquoi pas.

Bonne initiative mais qui fera des déçus, tout le monde ne deviendra pas pro malheureusement.

Je ne vois pas trop le rapport entre l'esport et les études au lycée. C'est cependant un bon filon à développer pour des associations d'élèves ou des BDE (compétition en team sur un jeu entre différents établissements d'une même ville/pays)

<https://docs.google.com/forms/d/1LT1Odh9R0SEDWnQp1mTkerHIMireqaLUq1xmREIOjeA/viewanalytics>

13/18

Je plussoie! Et des stades dédiés comme en corée du sud!

Un grand oui

Après avoir lu l'article sur l'arnaque de l'école ESPORT ACADEMY de Nantes, j'ai très peur que beaucoup de personnes s'essaient à cette pratique et que les résultats se rapprochent de ce qui s'est produit à l'Esport Academy.

pour quoi faire ?

C'est une bonne chose que ce soit une possibilité offerte aux étudiants si la pratique est encadrée comme pour d'autres sports (entraîneur, exercices, objectifs, valeurs, tournois)

hahaha pourquoi pas abandonner carrément l'éduc nat

Je n'étais pas au courant, mais c'est sûrement une très bonne idée !

Pourrait être intéressant

Pas fan. Le gaming (dont l'esport), à la base ça reste une sous-culture (bien dénigré par les médias pendant des années, le définissant comme le maux de tous les problèmes de la société - je grossis le trait mais on en était quand même pas loin). Du coup, ça marchait très bien en tant que sous-culture. Même si le côté plus mainstream a ses bons côtés, ça a perdu de son charme et ça tue un peu la créativité des développeurs qui veulent plaire au plus grand nombre.

Pourquoi pas ?

Très bien

excellent moyen de développer des capacités d'observation / réflexion et d'action / réaction à différents niveaux (rapidité, complexité des situations, etc)

Je ne comprends pas l'utilité d'une filière e-sport dans un lycée mais je ne demande qu'à être éclairé :)

C'est innovateur et ça peut permettre d'entrer peut-être plus facilement dans le milieu ? Tout en considérant le fait que l'esport ou le gaming continuent d'aussi bien se porter évidemment.

Ne vois pas l'intérêt

Je ne suis pas assez renseignée sur le sujet pour répondre de manière utile.

N'a pas sa place au lycée

Risqué ! Tous les gamins vont vouloir se professionnaliser. Et être confrontés à de grosses déceptions comme avec le foot. N'est pas Messi ou Pavel qui veut!

Bonne idée afin d'étendre la culture aux nouvelles générations.

intéressant, mais risqué, peut donner de faux espoirs

Bonne initiative

Très bonne idée.

Ca peut être très marrant et loin d'être "débile", "abrutissant", ou juste "divertissant"

Je ne suis pas certaine de comprendre son utilité si ce n'est pour une stimulation ludique du cerveau. En tant que cours "classique" comme le sport en France, cela me paraît inapproprié (je pense que l'on joue suffisamment tout seul). En tant qu'option, j'aurais un peu de mal à l'accepter aussi mais moins si d'autres jeux ou sports peuvent aussi être pris en option. Pour moi, le plus logique serait de faire plus des clubs au même titre que les clubs de handball, de jeux de société ou autre. Je ne vois pas trop pourquoi le gaming



devrait être considéré plus dans le parcours scolaire pour le moment.

Ça n'est pas très utile

C'est dans son temps, ça tend à se développer. Je n'ai pas d'avis là dessus.

Comme bcp de chose: bien en théorie, catastrophique en pratique. En prenant l'exemple du cas de Nantes (qui est une escroquerie sans nom), le volonté de créer une formation qui permet d'acquérir un ensemble de connaissance sur cette pratique et sur ce qui gravite autour est totalement louable, mais rien de sérieux n'est fait. De toute manière, aucune méthode n'est totalement parfaite, il n'y à rien qu'à voire comment les sacro-saintes gaming houses (totalement idolâtré dans les débuts de l'e-sport) sont de plus en plus critiqué et disparaissent petit à petit.

Bon courage à toi pour ton mémoire =)

Trop cool

Je ne vois pas bien l'intérêt mais pourquoi pas

C'est cool, à court terme pour le gaming, ça peut développer des réflexes, la dextérité, ... tout en étant distrayant mais ... l'E-sport est-ce réimposer un modèle de compétition et de classement qui existe déjà dans le sport ? ou apprendre à analyser des parties ?

Bof je pense pas que ce soit un métier sur le long terme cela reste un passe temps

Mauvaise idee

Trop tôt pour un pays si rétrograde que la France

De toutes façons inevitable.

Je demande à être convaincu que c'est une bonne chose.

Ca peut être réellement intéressant dans le sens où TOUT ne doit pas passer que par le travail, mais également que l'on peut s'amuser et tout autant avoir besoin de maîtriser le sujet susmentionné. Par exemple, Counter Strike Global Offensive, pour ne citer que lui, est un jeu qui nécessite deux critères distincts, la patience et l'esprit d'équipe. Quand on est bon au départ, on a de la chance, mais il est nécessaire de pratiquer pour maîtriser les mouvements du personnage, la méthode pour tirer avec chaque arme, le nom des différentes zones d'une carte, etc... Il y a des centaines de jeux fascinants. Donc c'est à mon sens quelque chose qui peut effectivement attirer l'attention des adolescents, intéresser, canaliser, rapprocher...

Trop tôt pour donner un avis, mais le drama de l'EA m'a grandement refroidit, même si cela ne me surprend pas

Cela va beaucoup trop loin...

Très bon initiative mais ne pas négliger les matières actuelles (économiques,...)

Peut d'intérêt dans un pays où l'accès au technologie est très développer.

mouais, à voir

Ca n'a pas de rapport avec l'école.

il faudrait le faire en france aussi

gaiz

Peu convaincue

Il devrait y avoir une éducation sur les règles mentales a respecter, comme tous les sports

Ça pourrait être vraiment cool et dissiper les préjugés.

Passer le bac avant, ça me paraît tout de même mieux

Selon le type de jeux vidéo cela peut être intéressant d'un point de vue ludique, stratégique

Ça peut permettre à ceux qui n'ont pas accès ou que ça n'intéresse pas d'avoir un aperçu de ce dont il s'agit

c'est sûr que pour une personne qui est intéressée c'est forcément bien mais dans le cas contraire cela peut devenir embêtant il faudrait faire une sorte "d'option" en plus ou la place d'autres "option"

Je ne considère pas ça comme un enseignement fondamental mais l'idée n'est pas plus stupide que l'éducation physique par exemple.

C'est une aussi bonne idée que les écoles d'athlétisme etc.

Gros Pouce Bleu !

pourquoi pas !

Il possède son intérêt mais ne devrait pas avoir plus/autant de place que les matières primaires/basiques.

Si le jeu vidéo est un art, alors il faut le traiter avec d'autres formes artistiques (le cinéma, la photographie, la littérature, la peinture, la musique...), ce qui n'est pas le cas s'il possède une part entière d'un corpus pédagogique comme "forme d'art" sans être corrélé à d'autres.

S'il n'est pas un art et reste un pur produit ludique alors être utilisé comme support dans d'autres matières peut être intéressant. Apprendre à jouer développe des compétences mais ne remplace pas l'apprentissage de notions ou connaissances essentielles.

C'est pas trop mal, ça peut apprendre la cohésion de groupe, créer des amitiés, ce sociabilité

Nop, faut apprendre à coder

intéressant, mais mon avis reste mitigé

Valable, au même titre qu'un autre sport a niveau professionnel.

A voir, le lycée est déjà assez mal foutu que y rajouter du esport peut être contre productif

Du moment que ça n'est pas traité avec plus d'importance que les autres matières, aucune objection.

Sûrement l'avenir

bonne chose

Je suis pour

C'est une bonne chose tant que cela reste un loisir (voulu)

Je ne pense pas que ce soit une très bonne idée sincèrement car, les circuits Esport peuvent être parfois déjà "coincés" et peuvent laisser ces jeunes dans un cul de sac par contre en cas de réussite cela apporte une expérience probablement appréciée par ces jeunes finissants.

Kek

Ça détend et permet de se retrouver avec des camarades de classe sur des sujets plus funs

Il est vrai qu'il est prouvé que les jeux vidéos développe des facultés, le cerveau ainsi que l'imagination.

Pourrait on faire des jeux vidéos qui enseignent, font rêver pour enseigner plus tard? Les jeunes à la maison sont déjà énormément devant tablette, écran, jeux vidéos, cela ne serait il pas de trop pour eux?

Je pense que c'est une bonne chose

inutile

C'est top

Encore une bonne idée de nos amis nordiques.

Mauvaise idee.. a la limite faire des ecole (fin de lycee + post bac ) dédiées

En complément de cours de code peut être... Là comme ça je ne vois pas l'intérêt au lycée.

Cela serait une bonne chose

Certains aspects du gaming sont a prendre, il peut être considéré à une alternative au sports d'équipe traditionnels.

L'éducation nationale à des sujet beaucoup plus important.

Mais ce serai intéressant, au moins, on pourrait voir Les qualités de certains élèves. Par contre, toujours Le même problème : Comment s'organise le cours ? Sur le fond, que vont-il apprendre ? Etc

Pourquoi pas en option ou dans une filiale spécialisée. Mais des enseignants pour ces matières ne sortirait sans doute pas des filières classiques, c'est peut être un bordel administratif a faire, sans doute rentable si ça peut redonner a des élèves d'aller en cours.

Je ne sais pas...

C'est bien. Que ce soit les jeux de strategie, de cartes ou de teamplay, je pense que le gaming offre des outils de reflexion aux adolescents

Trou a thune pour rien car c'est en s'entrainement soi-meme que l'on connait le mieux le jeu et qu'on y forge sa propre idée du jeu et non un modele academique dictée par l'enseignement

Cela peut être une bonne idée à condition que cela reste un enseignement facultatif bien entendu.

J'en pense pas grand chose. S'ils jugent ça pertinent, alors pourquoi pas !

Génial surtout que le jeux vidéo a des intérêt très intéressants ! C'est un support utilisé par beaucoup de psychomotriciens par exemple et même dans d'autre domaine alors pourquoi pas familiariser les gens pour dépasser leurs limites ? Comme dans d'autres sports en fait

Perte de temps

Other (131)

### Number of daily responses



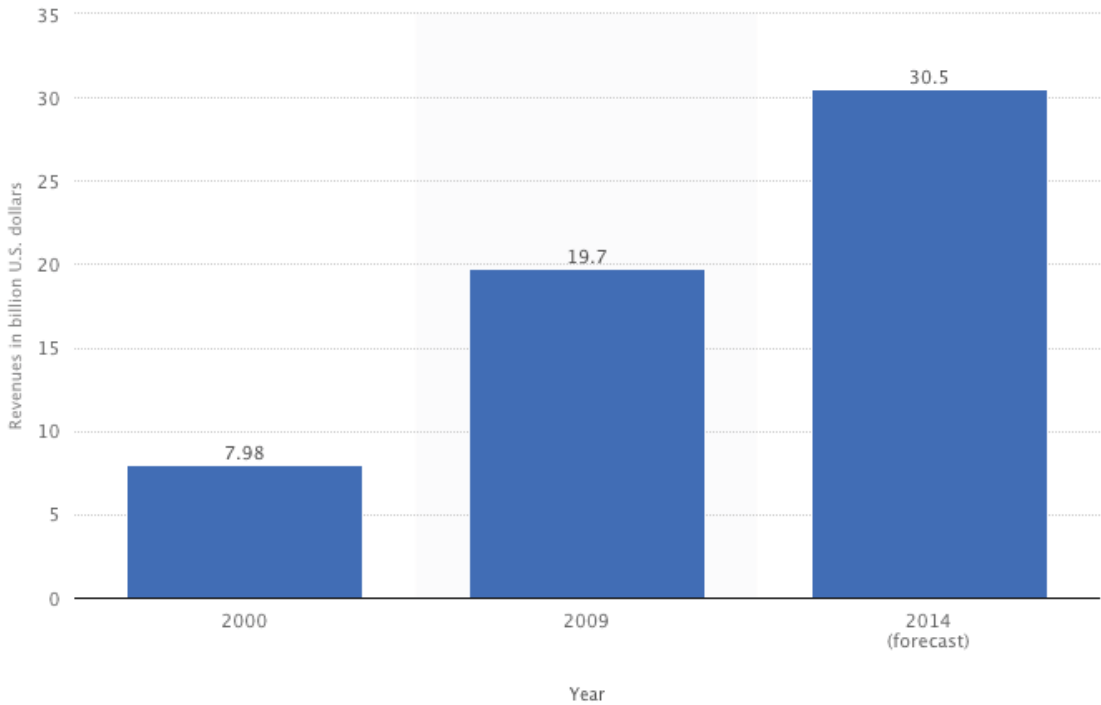
**ANNEXE : 2**

Les 10 jeux les plus marquants de l'histoire - « Jeux Vidéos ! » TOMBLAINE P.

**Les pages 103 à 115 ont été retirées de la version diffusée en ligne.**



**Annexe 3 :** Le chiffre d'affaires de l'industrie du jeu vidéo de 2000 à 2014 – STATISTA (2017)



© Statista 2017

**Annexe 4 :** Glossaire de l'esport « Jeux Vidéos ! » TOMBLAINE P.

**Annexe 5 :** What Esports Brnad Suits Yours Best ? - NEWZOO

**Les pages 117 à 148 ont été retirées de la version diffusée en ligne.**