

Louvain School of Management

Quelles sont les opportunités de reconversion pour les joueurs professionnels d'eSport dans le monde du gaming?

Les envisager, la choisir, la concrétiser

Auteur : Corbisier Jean-François
Promoteur(s) : Antoine Marie
Année académique 2019-2020

Avant-Propos

Ce travail fut un investissement personnel qui a été réalisé grâce à l'aide de certaines personnes ; elles ont su m'aider et me guider durant la rédaction alors que le Covid a compliqué grandement les contacts.

Premièrement, je remercie ma promotrice, la Professeure Marie Antoine, pour ses conseils avisés et son soutien lors des différentes étapes de mon travail.

Ensuite, je remercie ma maman, le Docteur Marie-Cécile Loriau qui m'aura soutenu durant toutes mes études et d'autant plus pendant la rédaction de ce mémoire. Elle me fut d'une grande aide autant sur le plan rédactionnel pour la relecture que sur le plan motivationnel en étant un soutien sans faille. Merci aussi à mes proches pour leur patience.

Finalement, mes remerciements s'adressent aux huit joueurs professionnels de jeux vidéo qui ont pris le temps de répondre à mes questions. Sans eux, rien n'aurait été possible.

Table des Matières

| | |
|---|-----------|
| Introduction | 1 |
| Partie 1 : Description de l'eSport et de la situation des joueurs sportifs..... | 2 |
| Chapitre 1 : L'histoire de l'eSport..... | 2 |
| 1.1. Des jeux vidéo à l'eSport | 2 |
| 1.2. La création de l'eSport | 3 |
| 1.3. Les catégories de jeux sportifs..... | 5 |
| 1.4. Du jeu vidéo à l'eSport..... | 9 |
| 1.5. L'eSport en chiffres..... | 10 |
| 1.6. L'eSport considéré comme un sport olympique..... | 11 |
| 1.7. L'eSport dans les universités..... | 12 |
| 1.8. La santé dans l'eSport | 13 |
| 1.9. Les acteurs de l'eSport..... | 14 |
| 1.9.1 Les développeurs | 15 |
| 1.9.2 Les équipes | 19 |
| 1.9.3 Le public sportif..... | 20 |
| 1.9.4 Les sponsors | 21 |
| 1.9.5 La diffusion de l'eSport | 22 |
| 1.10. Les paris et les jeux de hasard dans l'eSport..... | 25 |
| 1.11. Le dopage | 26 |
| Chapitre 2 : La situation de joueur sportif | 27 |
| 2.1. Devenir joueur professionnel d'eSport | 27 |
| 2.2. Les joueuses professionnelles | 28 |
| 2.3. La discrimination dans l'eSport | 31 |
| 2.4. La situation légale des e-athlètes..... | 32 |
| 2.5. Les contrats | 35 |
| 2.5.1 Le contrat d'employé..... | 35 |
| 2.5.2 Le contrat de sportif rémunéré..... | 36 |
| 2.5.3 Le contrat d'étudiant..... | 37 |
| 2.5.4 L'indépendant..... | 37 |
| 2.5.5 L'étudiant-entrepreneur | 38 |
| 2.5.6 Le contrat flexi-job | 39 |
| 2.5.7 Situation sur les contrats et perspectives | 39 |
| 2.6. Revenus des joueurs | 40 |
| 2.7. Les formations d'eSport | 45 |
| Partie 2 : La reconversion en général et chez les sportifs en particulier : modèle | 47 |
| Chapitre 1 : Théorie de la reconversion chez les joueurs de rugby élargie à l'eSport.... | 48 |
| Chapitre 2 : Modèle de reconversion chez les sportifs : mise en évidence des facteurs impactants | 50 |
| Partie 3 : La reconversion des joueurs professionnels d'eSport : recherche qualitative | 52 |
| Chapitre 1 : Méthodologie : Présentation de l'analyse qualitative, du questionnaire, de l'échantillon et des résultats | 52 |

| | |
|--|-----------|
| 1.1. Présentation de l'analyse qualitative | 52 |
| 1.2. Présentation du questionnaire | 53 |
| 1.3. Présentation de l'échantillon | 53 |
| 1.4. Collecte et présentation des résultats | 55 |
| Partie 4. Résultats et discussion | 56 |
| Chapitre 1 : Les potentielles reconversions mises en parallèle avec les 4 profils envisagés | 56 |
| 1.1. Reconversion en tant que streamer | 56 |
| 1.2. Reconversion en tant que coach en structure | 59 |
| 1.3. Reconversion vers un nouveau jeu | 61 |
| 1.4. Reconversion en tant que caster | 63 |
| 1.5. Reconversion par la création de sa propre structure..... | 65 |
| 1.6. Reconversion en coach privé | 67 |
| 1.7. Tableau récapitulatif..... | 68 |
| Chapitre 2 : Discussion | 69 |
| Chapitre 3 : Limites..... | 73 |
| Conclusion | 74 |
| Bibliographie : | 77 |

Lexique

| | |
|---|--|
| Action Par Minute (APM) | Nombre d'actions produites sur le jeu par un joueur par minute |
| Beta fermée | Première version du jeu qui est jouable uniquement par les personnes en ayant reçu le droit |
| Battle Royale (B.R.) | Type de jeu dans lequel le joueur victorieux est le dernier survivant |
| Cash-prize | La somme totale offerte aux gagnants d'un évènement sportif |
| Caster | Commentateur de jeu compétitif |
| Cinématique | Scène vidéo qui apparaît lors d'un moment du jeu et vient faire avancer l'histoire |
| Convention | Rassemblement durant lequel un ou plusieurs développeurs présentent leurs nouveaux jeux aux passionnés |
| Digital Collectible Card Games (D.C.C.G.) | Type de jeu sur lesquels les joueurs s'affrontent grâce à des cartes digitales |
| eSport | Pratique d'un jeu vidéo de manière compétitive en LAN ou en réseau. Par convention dans ce travail, eSport s'écrit de cette façon et ses déclinaisons adjectives ou autres s'orthographieront sans majuscule. |
| First Person Shooter (F.P.S.) | Type de jeu de tir avec une vue à la première personne |
| Game designer | Créateur et développeur d'un jeu vidéo |
| Gameplay | Définit les caractéristiques du jeu vidéo en terme d'actions et règles du jeu |
| Hardware | Matériel informatique physique de type processeur, carte mère,... |
| LAN (Local Area Network) | Connection entre différents terminaux n'utilisant pas le réseau internet |
| Map | La zone virtuelle dans laquelle se déroule le jeu. |
| Multiple Online Battle Arena (M.O.B.A.) | Type de jeu dans lequel deux équipes s'affrontent dans l'objectif de détruire la base des adversaires |
| MMORPG | Jeu de rôle en ligne massivement multijoueur |

| | |
|-------------|--|
| shoot'em up | Dérivé de "shoot them up" qui signifie « abattez- les tous » en français est un type de jeu dans lequel il faut éliminer tous ses adversaires afin de progresser |
| Skin | Apparences que peut revêtir le jeu |
| Software | Matériel informatique virtuel comme les logiciels |
| Speed-run | Activité consistant à finir un jeu le plus rapidement possible |
| Streamer | Joueur qui diffuse ses parties de jeu sur une plateforme de streaming |
| Team | Equipe de joueurs |
| Viewer | Spectateur d'un évènement sportif |
| Web TV | Chaine Twitch animée par des streamers diffusant tour à tour |

Introduction

La naissance de l'eSport remonte aux années 70. Il attire principalement des jeunes gens, majoritairement masculin, de 12 à 25 ans. De confidentiel et réservé à un public assez marginal, il devient dans les années 90 accessible à tous ceux, de plus en plus nombreux, qui ont un ordinateur chez eux. D'amateur, il se professionnalise au début du 21^{ème} siècle : des équipes, gérées par des structures, se créent et des joueurs commencent à gagner leur vie de façon régulière c'est-à-dire qu'ils touchent un salaire en plus des cash-prize gagnés lors de tournois. Il est d'ailleurs en passe de devenir un sport olympique.

Comme dans tous les sports, au début, le temps permet aux joueurs de capitaliser de l'expérience et d'affiner leur pratique par toujours plus d'entraînement. Ensuite, il devient un handicap : les performances déclinent vite car la rapidité des réflexes et la motivation diminuent et l'expérience ne suffit plus. La carrière d'un joueur professionnel d'eSport est relativement courte. Lorsque l'heure de la « retraite » sonne, il est encore très jeune. Une reconversion est alors envisagée. Certains ne veulent pas quitter le milieu de l'eSport et cherche à continuer à en vivre en exerçant une fonction annexe.

L'objectif de ce mémoire est de s'interroger sur l'avenir des joueurs pro et plus particulièrement de décrire les options de reconversion dans le domaine qui s'offrent aux joueurs désireux d'y rester. L'intérêt pour cette question m'est venu lors de ma pratique des jeux en ligne. A force de côtoyer ces joueurs, dont plusieurs à des niveaux élevés, je me suis intéressé à leurs projets. Très vite, j'ai constaté que nombreux souhaitent rester dans ce monde sans pour autant y penser vraiment. Dès lors, la recherche menée dans ce mémoire m'a semblée légitimée par les interviews des 8 joueurs : dans ce jeune domaine qu'est l'eSport, peu anticipent leur plan de carrière d'autant plus qu'ils ont peu d'exemples. J'espère donc leur fournir une base de réflexion quant à leur reconversion dans l'eSport.

Ce mémoire comporte 4 parties. La première retrace l'historique des jeux vidéo qui ont donné naissance à l'eSport et la situation du joueur sportif. L'eSport, un monde très particulier, est décrit en termes de chiffres, sommes d'argent et nombres de joueurs. Les acteurs sportifs sont passés en revue ainsi que certains travers tels que le dopage et les paris. La carrière des joueurs est envisagée avec les discriminations qui y règnent, les types de contrats établis et les revenus générés ainsi que la formation pour y arriver. L'objectif du mémoire fait l'objet de la seconde partie : la théorie développée quant aux profils des rugbymen qui se reconvertissent dans leur sport est élargie à l'eSport pour mettre en évidence les facteurs déterminants dans la réflexion d'une future reconversion. La troisième partie détaille la

méthodologie appliquée : l'intérêt d'une étude qualitative, les thèmes abordés dans le questionnaire, la diversité de l'échantillonnage et la présentation des résultats. La quatrième partie enfin, présentera l'analyse et la discussion des propos des 8 joueurs professionnels interviewés, actifs ou retraités, tout en les reliant au modèle utilisé en support. Sont passées en revue les raisons de la reconversion, les opportunités avec leurs avantages et inconvénients, les profils des joueurs et leurs potentiels respectifs. Un modèle de réflexion sous forme de tableau est ainsi proposé pour aider les joueurs à bien réfléchir leurs motivations de reconversion et leurs attentes pour leur job futur. Le mémoire se clôturera par une conclusion reliant mes impressions, mes recherches théoriques et les constats étayés par les dires des joueurs.

Partie 1 : Description de l'eSport et de la situation des joueurs sportifs

Chapitre 1 : L'histoire de l'eSport

1.1. Des jeux vidéo à l'eSport

Il est communément considéré que le premier jeu vidéo fut créé en 1961 dans une cave de du Massachusetts Institut of Technology (MIT) par Steve Russel et ses collaborateurs. Ce jeu, en multi-joueurs sur un même terminal nommé Spacewar!, était de type shoot'em up et prenait place dans un univers spatial voyant deux vaisseaux s'affronter (Annexe 1). Le jeu sort en 1962, la genèse des jeux vidéo était en marche et le pas fut pris par de nombreux développeurs afin d'offrir de nouvelles opportunités de jeu à un futur grand nombre de conquis par la discipline.

En 1972 sort le célèbre jeu Pong consistant en une partie de ping-pong sur écran. Un jeu emblématique de cette période de développement ou deux barres noires de part et d'autre de l'écran se renvoient une balle en pixels (Annexe 2)

C'est 6 ans après, en 1978, que sort le prochain jeu incontournable de cette période de développement du jeu vidéo : Space Invaders (Annexe 3). Cette licence était un Shoot'em up spatial qui connaîtra un réel succès commercial et sera présent dans toutes les salles d'arcades du monde. Le jeu sortira aussi sur de nombreuses consoles et sera pratiqué par tous les amateurs de jeux vidéo de cette époque¹.

Les années 80 verront l'explosion du marché et de la production de jeux vidéo avec, entre autres, le jeu Battlezone, un jeu de simulation de pilotage de chars d'assaut dans un monde immersif en 3D. Battlezone sera la première production découlant d'une collaboration entre

¹ Egenfeldt-Nielsen, S., Heide Smith, J., Pajares Tosca S., (2020). Understanding Video Games, The essential Introduction (fourth ed.) , Routledge, NY 10017, ISSN 1989-600X

Atari et l'armée américaine dont le but était de créer un outil de formation pour les futurs pilotes de chars d'assaut (Annexe 4). Par la suite, ce jeu est adapté et commercialisé à destination du grand public. L'armée américaine ainsi que l'armée française collaboreront fréquemment avec l'industrie du jeu vidéo afin de créer des simulateurs de situation de combat réel. Certains de ces jeux se verront même déclinés pour le grand public. En 2002, une étape fut franchie et le jeu America's army fut produit par l'armée américaine² dans un but de recrutement.

L'année 1980 fut une grande année pour les jeux vidéo car elle assiste à la naissance du jeu PAC-MAN qui rencontrera un succès indéniable et sera la première licence à créer un personnage marketing à partir d'un jeu vidéo (Annexe 5). Ce modèle deviendra légion dans le futur du monde du jeu vidéo avec des figures emblématiques telles que Mario, Sonic ou encore Kirby.

Dans les décennies suivantes sortiront des jeux créant une diversité de gameplay et diversifiant les styles de jeux avec notamment, *Erzog Zwei*, sorti en 1989, premier jeu en real-time strategy, un style de jeu qui influencera indiscutablement le monde de l'eSport (Annexe 6). La même année sort le jeu *SimCity*, premier jeu de construction dans un monde ouvert (Annexe 7). En 1992, le jeu *Wolfenstein* rend la discipline du First Person Shooter célèbre (Annexe 8). En 2003 sort le jeu *Max Pain* dont les périodes de jeux sont entrecoupées par des cinématiques. Ces moments de pause racontent une histoire qui instaure un lien émotionnel entre le joueur et les personnages. En 2009, le jeu *Angry Birds* fait son apparition : un réel succès marketing propulsant les jeux vidéo sur smartphone au-devant de la scène du jeu vidéo (Annexe 9).

Le monde du jeu vidéo, bien que très jeune évolue très rapidement : il s'adapte à son public et s'ouvre constamment à de nouveaux potentiels amateurs qui profitent de l'expérience en diversifiant les styles de jeux. L'eSport résulte de cette diversification et offre aux joueurs une dimension compétitive qu'ils espéraient.

1.2. La création de l'eSport

Aujourd'hui, les événements sportifs sont extrêmement populaires et réunissent énormément de personnes dans des espaces physiques de rassemblement tels que des stades ou encore des lieux d'expositions. Cet engouement de la part du public se ressent aussi de manière

² Moindreau, R. (2016). Armée et jeux vidéo de guerre : quelles utilisations ?. *Inflexions*, 32(2), 145-152. doi:10.3917/infle.032.0145

virtuelle sur des plateformes de streaming comme l'illustre le pic du nombre de viewers lors de la finale de la coupe du monde de League of Legends ; il fut en effet de 44 millions³.

Les chiffres n'ont pas toujours été aussi impressionnants et l'eSport s'est développé de manière progressive :

- Le 19 octobre 1972, la première compétition d'eSport a lieu au laboratoire d'intelligence artificielle de Stanford sur le jeu Spacewar ! Le vainqueur de cette compétition en LAN rassemblant des dizaines de joueurs est Bruce Baumgart⁴. La compétition a été appelée « the first intergalactic spacewar olympics » et le prix pour le gagnant fut un abonnement d'un an au magasin Rolling Stones⁵(Annexe 10).
- En 1980, aux États-Unis, se déroule le championnat national de Space Invaders (Annexe 11). Un jeu Japonais qui fut un succès pour la firme qui l'a produit à savoir Atari. Cette entreprise fut pionnière dans le milieu du jeu vidéo et un acteur incontournable de ce secteur notamment en créant le fameux jeu Pong en 1972. Dans l'article publié dans la presse New Yorkaise, on apprend qu'un des joueurs les plus performants est âgé de 14 ans⁶.
- En 1990 a lieu le « Nintendo World Championship USA Tour » durant lequel les participants se confrontent sur les trois jeux Nintendo les plus populaires de cette époque : Super Mario Bros, Rad Racer et Tetris. Les participants ont de nombreux lots à gagner dont des t-shirts ou encore une voiture. Jeff Hansen, le vainqueur du « Nintendo World Championship USA Tour » s'est ensuite rendu au Japon afin de concourir pour le titre de champion du monde⁷.
- En 2003, l'« Electronic Sport World Cup » (ESWC) est créé par Matthieu Dalon. Il s'agit d'une convention rassemblant les meilleurs joueurs de jeux phares de l'eSport afin d'organiser des compétitions ayant pour but de déterminer les champions du monde dans les différentes disciplines. Les deux premières éditions sont organisées

³ Webb, K. (2019). More than 100 million people watched the “league of legends” world championship, cementing its place as the most popular eSport, Business Insider. En ligne : <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12?r=US&IR=T>, consulté le 7 avril 2020

⁴ Monnens D., Goldberg M. (2015) Space Odyssey: The long journey of Spacewar! from MIT to computer labs around the world, Kinephanos, 126, ISSN 1916-985X

⁵ Prat, N. ESport : une discipline née dans les années 70, RockyRama. En ligne : <http://rockyrama.com/super-stylo-article/esport-au-commencement>, consulté le 7 avril 2020

⁶Playingintheworldgame. (2015). En ligne : <https://playingintheworldgame.files.wordpress.com/2015/06/bngkmcs.jpg>, consulté le 7 avril 2020

⁷arihq. (1999). En ligne : <http://www.atarihq.com/tsr/nes/nwc/nwc.html>, consulté le 7 avril 2020

au Futuroscope en France. Au fil des années, l'organisation française se développe en se faisant racheter par le groupe Webedia afin de se produire dans le monde entier⁸.

- En 2007, l'« Intel Extrem Masters » (IEM) est organisé par l'Electronical Sport League (ESL) à New-York : une compétition d'ampleur mondiale sur les jeux Warcraft III et Counter-Strike 1.6 avec un cash-prize total de 160 000€ (Annexe 12). Début 2020 fut organisée la quatorzième saison des IEM à Katowice en Pologne avec cette fois, un cash-prize allant jusqu'à 500 000€.
- En 2008 est créée la fédération internationale d'eSport qui est basée à Pusan en Corée du Sud, épice de la culture gaming et à la pointe dans le milieu sportif. Cette fédération rassemble 63 nations à travers le monde et son objectif est d'étendre l'eSport à une échelle mondiale. Elle ambitionne de faire concourir les e-athlètes au même niveau et avec le même soutien que les athlètes de sports classiques.⁹
- Aujourd'hui, les compétitions sportives se tiennent via des LAN organisées par des organismes comparables à l'ESWC ou l'ESL. Elles consistent en des tournois se jouant sur quelques jours et dont le cash-prize est limité. Les développeurs de jeux vidéo se sont rendus compte de l'impact financier de ces événements et ont pris en charge l'organisation des compétitions relatives à leurs jeux, comme l'a fait Riot games, développeur de League of Legends. (Annexe 13) A chaque nouvelle saison, des équipes s'affrontent tout au long de l'année sur tous les continents pour se rencontrer finalement au championnat mondial chaque fin d'année. Principe repris par Epic games, développeur de Fortnite qui fut le jeu numéro 1 durant l'année 2019 et dont la finale du championnat mondial comptabilisait un cash-prize total de 100 millions de dollars¹⁰ (Annexe 14).

1.3. Les catégories de jeux sportifs

L'évolution du jeu vidéo et sa diversification étant décrites, je détaillerai dans cette partie l'eSport actuel. Les diverses disciplines sont caractérisées par des gameplay indépendants qui

⁸ ESWC. (2017). À propos de l'ESWC. En ligne : <https://www.eswc.com/fr/page/propos-de-leswc>, consulté le 28 avril 2020

⁹ IESF. (2017). About IESF. En ligne : <https://ie-sf.org/about>, consulté le 7 avril 2020

¹⁰ Schöber T., & Stadtmann. G. (2020), Fortnite : the business model pattern behind the scene, (Discussion Paper), European University Viadrina Frankfurt (Oder)

sont portés par des licences phares. Il en existe de nombreux et chacun a ses particularités : certains se jouent en équipe et d'autres de manière individuelle, certains consistent en la confrontation de deux camps tandis que d'autres voient s'affronter de nombreuses équipes/joueurs de manière simultanée et finalement, certains jeux se déroulent tour à tour tandis que d'autres se jouent en temps continu¹¹.

Le jeu StarCraft II sorti le 27 juillet 2010 va rendre le style de jeu Real Time Strategy (RTS) célèbre (Annexe 15). Il consiste en la gestion d'unités de combat sur une carte et le but est de conquérir la base adverse en collectant des ressources pour devenir plus puissant que l'adversaire¹².

Les jeux en First Person Shooters (FPS) furent réellement plébiscités sur la scène esportive dès leurs débuts et ils sont encore aujourd'hui extrêmement présents dans le monde du jeu vidéo compétitif. La licence emblématique de ce style de jeu est Counter-Strike qui est un jeu opposant deux équipes de cinq joueurs (Annexe 16). Ils sont tour à tour terroristes et contre-terroristes et c'est l'équipe gagnant seize manches sur les trente jouées qui gagne la partie. L'objectif pour les terroristes est d'amorcer une des deux bombes présentes sur la carte alors que les contre-terroristes doivent les en empêcher¹³.

Le troisième type de jeu est le Multiple Online Battle Arena (MOBA). Dans ce cas, deux équipes s'affrontent dans le but de détruire la base adverse en gagnant des niveaux et en atteignant différents objectifs. Actuellement, deux jeux se disputent la première place : Dota 2, le plus récent, créé le 9 juillet 2013 qui s'est vu détrôné de sa place de leader dans le domaine par League of Legends créé le 27 octobre 2009¹⁴ (Annexe 17).

Les Battle Royale sont des jeux misant sur la survie d'un joueur ou d'une équipe affrontant de nombreux autres joueurs sur une map dont la zone de jeu devient de plus en plus réduite. Ce type de jeu est assez récent car popularisé par la licence H1Z1 avec notamment King of the hill sorti en janvier 2015. Il est aujourd'hui extrêmement répandu avec

¹¹ Karhulahti, V-M. (2017). Reconsidering eSport : Economics and Executive Ownerships. Physical culture and sport. Studies and research, 47-48, DOI: 10.1515/pcssr-2017-0010

¹² Ontañón S., Synnaeve G., Uriarte A., Richoux F., & Churchill D. A Survey of Real-Time Strategy Game AI Research and Competition in StarCraft. IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in games, IEEE Computational Intelligence Society, 2013, 5 (4), pp.1-19. fihal-00871001

¹³ Rambush J., Jakobson P., & Pargman D. (2007). Exploring E-sports : A case study of gameplay in Counter-Strike, situated play, proceeding of DIGRA 2007 conference

¹⁴ Winn C. (2015). The well played MOBA : How Dota 2 and League of Legends use dramatic dynamics, proceeding of DIGRA 2007 conference : Diversity of Play

des noms incontournables de l'eSport tels que Fortnite, Call of Duty : Warzone ou encore Apex Legends¹⁵ (Annexes 18,19,20).

Existent aussi des compétitions de jeux sportifs directement tirés de sports plus communs. Le plus connu en Europe est certainement FIFA (Annexe 21). Ainsi, nombreux sont les clubs de football qui voient la ligue dans laquelle ils évoluent doublée pour créer une ligue esportive, comme par exemple en France où la première ligue a son équivalence, la Orange e-Ligue 1. Le jeu NBA 2K20, un jeu inspiré de la NBA est également un jeu basé sur un sport classique adapté à l'eSport (Annexe 22).

- Une autre catégorie de jeux eSport sont les Digital Collectible Card Games (D.C.C.G.). Ces jeux se jouent en un contre un et les joueurs s'affrontent avec leurs « deck » de cartes afin de réduire la barre de vie de l'adversaire jusqu'à zéro. Ce type de gameplay est populaire depuis les années nonante avec le jeu Magic : the GatheringTM (Annexe 23). Actuellement, un des jeux les plus connus est Heartstone dont l'univers est tiré de World of Warcraft¹⁶ (Annexes 24 et 25).

Les jeux de combat en un contre un sur une plateforme à deux dimensions sont un des ancêtres des jeux sportifs avec comme licence phare le jeu Street Fighter sorti en 1987 au Japon (Annexe 26). Ce jeu est devenu une des bornes d'arcade incontournables dans toutes les salles réunissant les adeptes au point de transformer la culture sur place et principalement à Hong Kong¹⁷.

Cette liste n'est pas exhaustive et le nombre de types de jeux sportifs ne cesse d'augmenter. Dans cette liste, se retrouvent les catégories les plus anciennes et fondatrices de la discipline du jeu vidéo compétitif ainsi que les catégories les plus populaires et leurs jeux les plus suivis. Le tableau récapitulatif suivant reprend tout cela.

¹⁵ GyuHeyok C., Mijn K. (2018). Gameplay of Battle Royale Games by Rules and Actions of Play, 2018 IEEE 7th Global Conference on Consumers Electronic (GCCE 2018)

¹⁶ Garcia-Sanchez ., Tonda A., Squillero G., Mora A., & Merelo J.J. (2016). "Evolutionary Deckbuilding in HearthStone", 2016 IEEE Conference on Computational Intelligence and Games (CIG), Santorini, Greece

¹⁷ Wai-ming NG,B. (2006). Street Fighter and The King of Fighters in Hong Kong: A Study of Cultural Consumption and Localization of Japanese Games in an Asian Context. the international journal of computer game research, volume 6 issue 1 ISSN : 1604-7982

| Types de jeu | Définition | Jeux développés |
|---|---|--|
| Real Time Strategy (R.T.S.) | Jeu de gestion d'unités de combat dans le but de conquérir la base adverse grâce à des ressources et vaincre celle-ci. | StarCraft II |
| First Person Shooters (F.P.S.) | Jeu de tir avec une vue à la première personne. | Counter-strike : global offensive Valorant Call of Duty Overwatch |
| Multiple Online Battle Arena (M.O.B.A.) | Jeu dans lequel deux équipes s'affrontent dans le but de détruire la base adverse en gagnant des niveaux et en atteignant différents objectifs. | League of Legends Dota II |
| Battle Royal (B.R.) | Jeu basé sur la survie d'un joueur ou d'une équipe affrontant de nombreux autres joueurs sur une map qui rétrécit au fil du temps. | Fortnite Call of Duty : Warzone Apex Legends |
| Jeux Sportifs | Jeu vidéo reproduisant une discipline sportive classique. | FIFA NBA2K WW2K |
| Digital Collectible Card Games (D.C.C.G.) | Jeu se jouant en un contre un et les joueurs s'affrontent avec leurs cartes afin de réduire la barre de vie de l'adversaire jusqu'à zéro. | HearthStone Legends of Runeterra |
| Jeux de combats | Jeu dans lequel un ou plusieurs adversaires doivent éliminer l'adversaire en le privant de sa ou ses vies | Street Fighter Super Smash Brawl |

1.4. Du jeu vidéo à l'eSport

Comme l'explique Pierrick Chabrolle dans son travail sur l'eSport « développement de l'eSport en France depuis la fin des années 1990 »¹⁸, la culture du jeu vidéo est constituée de nombreuses sous-parties et l'eSport en est l'une d'elles.

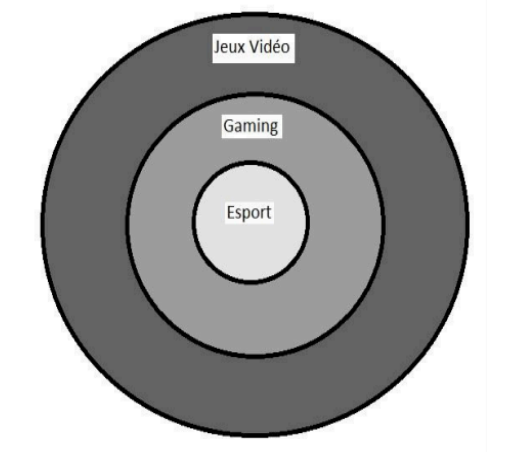


Figure 1 Image tirée du document (développement de l'eSport en France depuis la fin des années 1990)

L'ensemble jeux vidéo fait référence au divertissement au sens large de la pratique de jeux vidéo que ce soit sur téléphone portable, sur une console familiale comme une Wii ou sur d'autres supports. On ne parle pas ici de culture ou d'un investissement particulier de la part du pratiquant mais bien l'utilisation d'un jeu pour son essence même : se divertir.

Le premier sous-ensemble est le gaming qui peut être défini comme la culture que créent les jeux vidéo chez ses pratiquants fidèles. Ces amateurs sont totalement investis dans cet univers, ils suivent assidûment l'actualité qui s'y rapporte et se réunissent pour en discuter, le plus souvent en ligne. On parle ici d'une ou plusieurs communautés développées autour de jeux ou encore pratiques liées à ceux-ci, par exemple une communauté de joueurs fidèles à une certaine licence de jeux qui attendent la sortie du prochain opus et comptent bien en profiter au maximum en réalisant l'ensemble des missions. Ce sont des joueurs investis dans l'histoire du jeu qui la mènent à son terme comme peut le faire une personne lisant un livre ou regardant un film ou une série. Dans le gaming, on retrouve aussi les amateurs de speedrun dont l'objectif est de finir un jeu le plus rapidement possible. Il existe des sites de classements en ligne pour ces amateurs qui doivent suivre certaines règles. A cette activité est aussi associé un public qui regarde les performances de speedrunner.

¹⁸ Chabrolle, P. (2015). développement de l'eSport en France depuis la fin des années 1990 (mémoire de master). Université de Oslo. Oslo

La catégorie eSport est une des facettes de la culture gaming regroupant les joueurs amateurs de compétitions. Leur objectif est de devenir le meilleur dans leur discipline et ce, en pratiquant le jeu de la manière la plus efficace possible. Un second aspect de l'eSport est le soutien d'équipes ou de joueurs qui excellent dans le domaine. Cette pratique est tout à fait comparable à celle des supporters de grandes équipes de footbals ou de joueurs de tennis. Les fans se rejoignent pour regarder des compétitions et espérer voir leur favori remporter la victoire. Comme pour le sport classique, l'eSport propose des compétitions pour tous les niveaux permettant aux joueurs plus occasionnels de s'essayer de manière compétitive à leur discipline. Les plus performants sont repérés et peuvent espérer une carrière professionnelle.

1.5. L'eSport en chiffres

Le marché de l'eSport est un secteur dont l'activité économique est en constante progression. Les chiffres croissent sans cesse grâce à la visibilité de plus en plus significative des activités sportives. A l'image des sports traditionnels dont les droits télévisuels sont particulièrement élevés, l'eSport prend cette direction et l'ensemble de son économie en ressent les bénéfices. Pour la France, en 2018, le chiffre d'affaires de l'eSport était de 28,77 millions de dollars américains. Ce chiffre était de 22 448 697 en 2016, ce qui correspond donc à une augmentation de 28,16%¹⁹ en 2 ans (Annexe 27). Ce chiffre d'affaires à l'échelle mondiale atteint la valeur de 252 millions de dollars en 2015, soit une augmentation de 30% par rapport à l'année précédente²⁰ (Annexe 28). Ces chiffres sont le résultat de l'addition de l'apport de plusieurs financements. Le secteur du jeu vidéo est lui-même en constante croissance et par conséquent l'eSport, étant une vitrine pour les développeurs et les producteurs de matériels gaming, est positivement impacté par cette évolution. En termes de chiffres, pour l'année 2016, la vente d'hardware en France correspond à un chiffre d'affaires de 1 058 millions d'euros, la vente de softwares correspond à 1 692 millions d'euros et la vente d'accessoires gaming à 435 millions d'euros²¹ (Annexe 29).

Ces chiffres impressionnants impactent directement les revenus des joueurs qui voient leurs gains lors de victoires de tournois mais aussi leurs salaires annuels augmenter de manière significative. Selon le site internet « esportearnings.com » compilant les sommes gagnées par

¹⁹ Statista. (2020). Chiffre d'affaires du secteur de l'eSport en France de 2016 à 2018. En ligne : <https://fr.statista.com/statistiques/537389/esport-chiffre-affaires-france/>, consulté le 29 avril 2020

²⁰ Newszoo. (2015). The eSports Economy Trends, Audience, Revenues & Opportunities. En ligne : https://www.igamingbusiness.com/sites/default/files/Newzoo_eSports_iGaming_Webinar.pdf, consulté le 18 avril 2020

²¹ Statista. (2020). Chiffre d'affaires du segment du marché du jeu vidéo en France de 2015 et 2016. En ligne : <https://fr.statista.com/statistiques/482821/jeux-video-chiffre-d-affaires-france/>, consulté le 29 avril 2020

les joueurs et teams au fil des années depuis plus de 20 ans, le joueur le mieux payé en 2019 a accumulé un gain total de 3 163 356,20 \$. Le joueur Kyle « Buggha » Giersdorf, seulement âgé de 17 ans a déjà accumulé un gain total de 3 062 966,67 \$ sur le jeu Fortnite alors que sa carrière professionnelle n'a débuté qu'en 2018²². En 2015, le montant total de l'ensemble des prize money était de 71 millions de dollars ce qui correspond à une augmentation de 2000% en 6 ans.

1.6. L'eSport considéré comme un sport olympique

Avant même de connaître la position du « Olympic International Committee » (IOC), il est intéressant de noter l'avis des spectateursdiscipline quant à leur activité favorite. Ainsi, seuls 21% des fans interrogés en 2017 en France, aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne considèrent que l'eSport devrait être un sport olympique ; En effet, 53% considèrent que l'eSport devrait être assimilé à un sport mais moins de la moitié d'entre eux donc, comme un sport olympique. Finalement, 71% des interrogés pensent que l'eSport va devenir une activité commune et triviale à l'avenir²³ (Annexe 30).

Selon l'article de Jenny S.E.Manning R.D.Keiper M.C., Olrich T.W: « Virtual(ly) Athletes : Where eSports Fit Within the Definition of "Sport" » publié dans la revue scientifique Quest, une activité doit répondre à certains critères pour être considérée comme un sport. L'eSport remplit la plupart de ces caractéristiques requises qui sont :

- L'activité inclut un jeu auquel le joueur participe de manière volontaire.
- L'activité est organisée par un ensemble de règles.
- L'activité inclut une compétition dont ressort un vainqueur et un perdant.
- L'issue d'une partie est déterminée par les compétences du joueur et non la chance.
- L'activité est suivie par une foule conséquente et n'est pas une activité de niche ou locale.

Bien que l'eSport réponde indiscutablement à ces catégories, il y en a deux supplémentaires pour lesquelles sa position reste litigieuse. La première est que la pratique de cette activité nécessite l'utilisation de compétences physiques ou bien utilise les compétences physiques ou stratégiques d'une individualité. Pour contrer ce point de vue, nous pouvons prendre en comparaison les sports moteurs ou encore le jeu d'échecs qui sont des sports

²² Esportearnings. (2020). Overall Esports stats for 2019. En ligne : https://www.esportsearnings.com/history/2019/top_players, consulté le 29 avril 2020

²³ Nielsen Esport. (2017). The eSport Playbook. En ligne : <http://niensensports.com/wp-content/uploads/2014/09/Nielsen-Esports-Playbook.pdf>, consulté le 10 avril 2020

reconnus par le OIC. Tout comme aux échecs, l'eSport demande une capacité stratégique et l'habilité à surpasser et prédire les actions de son adversaire. Ensuite, comme pour les sports moteurs, les joueurs esportifs rencontrent des moments de stress créant une accélération du battement du cœur. Le second point d'ombre que rencontre l'eSport dans sa définition est le fait qu'il n'existe pas de réelle institution qui vient stabiliser le fonctionnement de cette activité et réguler ses pratiques sociales. A la différence des sports classiques, il n'existe pas l'équivalent de la FIFA ou la NBA pour l'eSport²⁴.

Pour qu'un sport face partie du programme des jeux Olympiques, il faut que celui-ci soit régi par une fédération internationale reconnue par l'IOC.²⁵ L'International Esports Federation (I.E.S.F.)²⁶ vise donc à rassembler les athlètes de cette discipline au niveau internationale et c'est le 28 octobre 2017, lors d'un sommet de l'IOC à Lausanne en Suisse que l'IOC a décidé de déclarer temporairement l'eSport comme une activité sportive car le e-athlètes s'entraînent avec une intensité comparable à celle des athlètes de sports traditionnels. Bien que l'IOC reconnait que l'eSport n'est pas une activité sportive classique l'aspect compétitif dont sort un vainqueur et un perdant lors d'événements aux règles fixées à l'avance permet de le considérer comme un sport. Deux raisons qui a motivé l'IOC à faire ce choix sont l'aspect incontournable et les chiffres de ce phénomène ; en, outre, la taille du public et les sommes d'argent en jeu sont trop importantes que pour être ignorées²⁷.

1.7. L'eSport dans les universités

Aux États-Unis, le « National Collegiate Athletic Association » (NCAA) fixe les réglementations liées aux sports et tournois sportifs pratiqués dans les universités du pays. Ce comité régit la situation pour un total de 1 121 universités, ce qui correspond à presque un demi-million d'athlètes universitaires qui se disputent la victoire lors de rencontres régulières dans plus de 24 sports. Pour que l'eSport devienne une discipline reconnue par le NCAA, il faut que ce dernier le considère comme un sport. La condition est que cette activité institutionnalisée implique un effort physique dans le but de participer à une compétition contre d'autres équipes ou individus au sein de la structure universitaire. L'eSport a donc été validé et des compétitions sont déjà organisées dans plusieurs universités américaines. De plus, cette

²⁴Jenny S.E.Manning R.D.Keiper M.C.Olrich T.W.

²⁵ Comité International Olympique. (2019). Charte Olympique. Chapitre 5 règle 45. Pp 85-86. Lausanne Suisse

²⁶ International Esports Federation. (2020). What we do. En ligne : <https://ie-sf.org/about/what-we-do> consulté le 8 juin 2020

²⁷ DiFrancisco-Donoghue J., Balentine J., & Schmidt G. (2019) Managing the health of the eSport athlete: an integrated health management model. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine* 2019;5:e000467. doi:10.1136/bmjsem-2018-000467 [Accessed 17 Sep 2018].

discipline attire énormément d'athlètes féminines ; 48% des athlètes sportifs sont des femmes, ce qui est un avantage pour le NCAA qui rencontre souvent des difficultés à obtenir une parité des genres dans ses compétitions²⁸.

Dans l'étude internationale menée en 2019 par Thierry Karsenti et Julien Bugmann pour leur article « L e-sport, un nouveau « sport » numérique universitaire? » nous découvrons que les équipes sportives sont une réalité du monde universitaire et qu'il est important de prendre en compte leur situation dans l'avenir du sport à l'université. De nombreux étudiants ont pour activités extra-académiques l'eSport et celui-ci est rarement reconnu par les instances universitaires. Cette étude montre que les membres d'équipes s'entraînent de manière régulière et assidue : 35% des équipes pratiquent intensivement entre 6 et 10 heures par semaine, 19% entre 11 et 20 heures par semaine et finalement 9% des équipes s'entraînent hebdomadairement au moins 20 heures. Ces heures d'entraînement sont consacrées à différentes disciplines telles que l'exercice physique, la stratégie, la rapidité, le travail d'équipe, la communication,... A l'image des sports classiques, les e-athlètes cherchent à améliorer leurs performances en développant plusieurs facettes de leur gameplay. Finalement, les jeux pratiqués par ces e-athlètes universitaires sont comparables à ceux joués par les e-athlètes professionnels avec des jeux comme League of Legends, Counter-Strike et Hearthstone²⁹.

1.8. La santé dans l'eSport

Dans l'article « Managing the health of the eSport athlete : an integrated health management model » publié en 2018³⁰ sont décrites de nombreuses analyses liées à la condition physique et la santé des e-athlètes. Cette étude est réalisée sur 65 joueurs d'équipe sportives d'universités américaines. Il apparaît que ces joueurs souffrent de sédentarité suite aux nombreuses heures passées derrière leur ordinateur. Cette situation est comparable à celle de professionnels travaillant sur ordinateurs. 40% des joueurs ne pratiquent pas la quantité d'activité physique journalière recommandée, c'est-à-dire 60 minutes par jour. En moyenne, ces sportifs passent entre 5,5 heures et 10 heures à jouer quotidiennement. 30% d'entre eux

²⁸ Kane. D., Spradley. D. B. (2017). recognizing eSport as a sport, *The Sport Journal*. En ligne : <https://thesportjournal.org/article/recognizing-esports-as-a-sport/>, consulté le 1 mai 2020

²⁹Karsenti, T., & Bugmann, J. (2018). Le e-sport, un nouveau « sport » numérique universitaire? *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education*, 15 (1), 74–87 .DOI : <https://doi.org/10.18162/ritpu-2018-v15n1-07>

³⁰ DiFrancisco-Donoghue J., Balentine J., & Schmidt G. (2019). Managing the health of the eSport athlete: an integrated health management model. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine* 2019;5:e000467. doi:10.1136/bmjsem-2018-000467

se plaignent de douleurs aux mains, 36% ont des douleurs au poignet, 41% ont des douleurs au dos ou à la nuque et finalement 52% d'entre eux souffrent de fatigue oculaire (Annexe 31).

Cet article conseille l'intégration d'une médecine sportive dans le cursus des étudiants de médecine et que les équipes engagent des experts dans ce domaine. Selon eux, les e-athlètes devraient bénéficier de thérapie physiologique permettant de les sensibiliser à leur posture et à adapter leur matériel de manière plus ergonomique. Les e-athlètes devraient aussi être suivis sur le plan physique et faire des activités sportives visant à améliorer leur condition cardiovasculaire ainsi que leur développement musculaire. Il est aussi recommandé que ces joueurs soient suivis par des nutritionnistes les formant à de bonnes habitudes alimentaires et une hydratation correcte. Les joueurs compétitifs devraient aussi être auscultés par des ophtalmologues afin d'améliorer leur vision et combattre la fatigue oculaire, réduire l'exposition aux lumières bleues et ainsi éviter une vision qui devient floue. Finalement, l'article conseille que ces joueurs soient pris en charge par des psychologues pour des raisons d'addiction et de santé comportementale. En conclusion, les auteurs préconisent une prise en charge des e-athlètes comparable à celle réservée aux sportifs de haut niveau. Les blessures dans l'eSport sont une réalité et pour que les joueurs puissent performer de manière optimale et durable, leur santé doit être préservée (Annexe 32).

1.9. Les acteurs de l'eSport

L'eSport est un réseau complexe qui découle d'une pratique particulière du jeu vidéo. Cette activité est dépendante des développeurs de licences qui, dans certains cas, décident de contrôler l'ensemble de la scène sportive liée à leurs jeux ou bien de laisser d'autres organismes en prendre la responsabilité. Dans les deux cas de figure, sont organisées des rencontres entre équipes ou joueurs lors de tournois ou encore de LAN. Ces équipes ou joueurs sont gérés par des structures comparables à des écuries en formule 1 ou encore des clubs de football professionnel. Les rencontres sportives attirent un public impressionnant ce qui induit une diffusion à haute valeur financière. Il y a par conséquent des distributeurs diffusant ces rencontres ainsi que des sponsors voulant profiter de la visibilité que créent ces événements. L'économie circulant autour de l'eSport permet aussi la mise en place de paris sportifs ainsi que de merchandising.

1.9.1 Les développeurs

Ils sont la genèse des supports de rencontres sportives : les jeux. Ils définissent les objectifs du jeu et les règles. La décision de rendre un jeu praticable esportivement ou non leur revient. Actuellement, les développeurs sont conscients de l'intérêt de l'eSport pour leurs licences et l'activité économique générée autour de cette pratique. Ce ne fut pas toujours le cas, Ainsi, par exemple, la licence Call of Duty qui fut durant le milieu des années 2010 une figure de proue sur la scène esportive a décidé de s'éloigner de celle-ci en sortant un jeu difficilement jouable au niveau compétitif. Un choix qui a déçu ses adeptes qui par conséquent se sont redirigés vers des jeux adaptés à la pratique du gameplay compétitif. Une erreur regrettée par Activision qui a fait marche arrière en 2016 en créant la Call of Duty World League³¹ qui n'aura un succès que relatif car, bien que portant le nom « world », elle n'est regardée qu'aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. En mars 2020, un second essai de retour en force sur la scène esportive est tenté par Activision qui sort le jeu Call of Duty : Warzone, un Battle Royale déjà cité préalablement dans ce travail. Un pari gagnant car en trois jours, le jeu réunit 15 millions de joueurs, un chiffre bien plus élevé que ses concurrents Fortnite et Apex Legends³².

A la différence d'Activision, beaucoup de développeurs ont bien compris l'intérêt de l'eSport et ont adapté leurs jeux à cette pratique. Dans un premier temps, la plupart des jeux de la scène compétitive sont « free-to-play » c'est-à-dire que tout un chacun possédant un ordinateur ou une console est susceptible de télécharger le jeu et de bénéficier de la totalité de celui-ci sans rien payer. Cela présente l'intérêt notable de permettre à tous de s'essayer au jeu compétitif et ainsi devenir un potentiel client des produits additionnels du jeux. Ce principe est largement usité aujourd'hui car il ne modifie pas l'expérience de gameplay d'un point de vue des possibilités de victoire et offre des améliorations esthétiques³³. C'est le principe de skin qui viennent embellir, changer les graphismes de votre jeu. Avec Fortnite est devenu à la mode le principe du Season pass. Il s'agit d'un abonnement saisonnier qui s'étend généralement sur plusieurs mois. Ce pass est payé avec de l'argent fictif que vous obtenez en échange de monnaie réelle. Réussir des niveaux et ainsi « monter » permet de débloquent des skins via le season

³¹ Millénium. (2020). Call of Duty et l'e-sport : À nos actes manqués. En ligne : <https://www.millennium.org/news/356478.html>, consulté le 1 mai 2020

³² Xboxsquad. (2020). Call of Duty Warzone Réunit 15 millions de joueurs en 3 jours et fait mieux que Apex Legends. En ligne : <https://xboxsquad.fr/news/2020/03/call-of-duty-warzone-reunit-15-millions-de-joueurs-en-3-jours-et-fait-mieux-que-apex-legends/>, consulté le 11 mai 2020

³³ Ecommercemag. (2017). Jeux video : le modèle rentable du free to play. En ligne : <https://www.ecommercemag.fr/Thematique/management-1225/Breves/Jeux-video-modele-rentable-free-play-316985.htm#>, consulté le 1 mai 2020

pass, soit un moyen supplémentaire pour fidéliser les joueurs. En effet, ils payent moins cher pour des skins mais doivent passer du temps de jeu pour les obtenir³⁴. Dans un deuxième temps, ces jeux mettent au point des systèmes de classement permettant à n'importe qui d'affronter l'ensemble de la communauté et peut-être sortir du lot grâce à ses performances au jeu. Le métier de joueur professionnel d'eSport étant très récent, il n'y a pas de processus classique pour y accéder. Un joueur, peu importe son âge, qui s'entraîne dans sa chambre chaque jour peut très vite devenir un des joueurs les plus compétitifs.

Les développeurs sont donc des acteurs essentiels de la scène esportive. Ils éditent et entretiennent la scène compétitive de plusieurs jeux afin d'être les leaders dans les différentes catégories de jeux que sont les MOBA, FPS, Battle Royale, ... il est impossible de lister de façon exhaustive tous les développeurs car de nombreuses firmes rivalisent pour se partager le gâteau. Les principales compagnies présentes sur le marché sont décrites ci-dessous et un tableau résume ensuite leur année de création et les jeux qu'elles produisent ainsi que leur catégorie.

Blizzard est un acteur présent depuis longtemps sur le marché du jeu vidéo. Le premier nom de la boîte était Silicon & Synapse qui sort un jeu appelé RPM Racing en 1991. En décembre 1993, l'entreprise est rebaptisée Chaos Studios avant d'être rachetée l'année suivante et devenir Blizzard Entertainment. En janvier 1997, Blizzard crée le Battle Net, un réseau social en ligne afin de discuter tout en jouant avec des amis en ligne. La première convention de Blizzard se tient à Anaheim en Californie en 2005. Durant cette convention appelée « Blizzcon », le développeur présente ses futurs projets à ses fans lors de conférences. Les joueurs payent pour assister aux conférences et profiter de l'expérience de certains jeux en avant-première³⁵. Sur la scène esportive, Blizzard compte depuis 2008 avec l'organisation de l'« Arena World Championship » qui voit s'affronter des équipes de trois gamers sur le jeu World of Warcraft. Cette compétition se déroule durant chaque Blizzcon depuis treize ans. En juillet 2010, sort le jeu Starcraft II, le jeu numéro un en real time strategy et un des jeux fondateurs de la scène esportive. Il sera présent à la première édition des IEM. En 2014 sort le jeu Hearthstone basé sur l'univers de World of Warcraft qui est, lui, le « Digital Collectible Cards Game » numéro un sur la scène esportive. Finalement, la dernière licence compétitive

³⁴ Schöber T., Stadtmann. G. (2020). Fortnite : the business model pattern behind the scene

³⁵ Lau G. (2005), Developing Online Communities of Practice: A Case Study of the World of Warcraft. Developing Online Communities of Practice. IS 209: Information Policy Seminar

de Blizzard est Overwatch : un jeu Three Person Shooter sorti en octobre 2015 dans lequel se défient deux équipes de 6 joueurs.

Valve est lui également un des plus anciens développeurs de jeux vidéo : la firme a été fondée en 1996. Elle prend des années mais de pas l'âge : Valve reste au premier plan de la scène esportive et continue à développer des jeux plébiscités. Cette entreprise est découverte par le grand public en 1998 lorsque sort son jeu Half-life, une licence qui a rendu le FPS si célèbre. Aujourd'hui, Valve est connue sur la scène esportive pour son jeu DOTA II qui est le deuxième MOBA le plus populaire derrière League of Legends. Valve est aussi le développeur du jeu numéro un dans la catégorie FPS : Counter-Strike³⁶. Cette licence a déjà connu plusieurs versions du jeu ; celle qui est actuellement jouée est Counter Strike : Global Offensive (CS : GO) éditée en août 2012. Le tournoi mondial de CS : GO se tient durant l'IEM organisée par ESL, déjà présentés plus haut dans ce document. Ce tournoi s'appelle le « Counter Strike Major Championship » dont le cash-prize a atteint le million de dollars et le point culminant de viewers fut de 1 205 103.³⁷ Finalement, Valve, en plus d'être un des développeurs les plus anciens, est le premier développeur à proposer une plateforme de téléchargement permettant aux joueurs d'acheter et de télécharger les jeux de Valve ainsi que de ses concurrents. Cette plateforme mondialement connue s'appelle « Steam » et vit le jour en 2003. Ultime attrait de cette plateforme : en plus de télécharger les jeux, elle permet d'avoir des contacts avec d'autres joueurs et de créer une liste d'amis avec qui échanger et jouer en ligne.

Riot Games, entreprise née en 2006, sort son premier jeu League of Legends en 2009. LOL est le jeu MOBA le plus populaire quant au nombre de joueurs et de viewers lors des compétitions et le jeu PC le plus joué au monde. Au niveau esportif, Riot Games pousse la compétition sur son jeu au plus haut niveau. Riot a découpé le monde en plusieurs régions (l'Europe de l'ouest, l'Amérique du nord, la Corée du sud, le Chine, la Turquie, ...) de sorte que chacune de ces régions organise sa propre compétition avec ses particularités quant au mode opératoire et aux règles. L'année compétitive est divisée en périodes appelées « splits ». Au terme de l'année, les équipes les mieux classées aux splits de leur région sont invitées à se rendre au « World Championship » qui désignera la meilleure équipe du monde. Cet événement a réuni plus de 100 millions de viewers lors de son édition de l'année 2019³⁸. En sus, Riot

³⁶ Valve (2018). En ligne : At Valve we make games, Steam, and hardware. En ligne : <https://www.valvesoftware.com/en/about>, consulté le 1 mai 2020

³⁷ Esports charts. (2019). IEM Katowice Major 2019. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/csgo/iem-katowice-2019>, consulté le 1 mai 2020

³⁸ Business Insider (2019). More than 100 million people watched the "league of legends" world championship, cementing its place as the most popular eSport. En ligne : <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12?r=US&IR=T>, consulté le 7 avril 2020

Games tente de s'imposer dans d'autres catégories de jeux eSportifs en produisant de nouveaux jeux. Ainsi, en 2019 est disponible au téléchargement le jeu Teamfight Tactics, un Round-Based Strategy Games.³⁹ En avril 2020, Riot produit le jeu Runeterra, un Digital Collectible Cards Game qui vient directement faire concurrence au jeu Hearthstone de Blizzard⁴⁰. Quelques mois plus tard est prévue la sortie de Valorant, un FPS dont le gameplay est tout à fait comparable à celui de CS : GO. Par ce nouveau jeu, Riot Games tente donc de recruter des joueurs de cette communauté. L'originalité du jeu réside dans des fonctionnalités supplémentaires attribuées à des personnages aux capacités telles que le gameplay se diversifie. Ce principe de personnages possédant des spells et des ultimates est tout à fait comparable au TPS de Blizzard : Overwatch. Riot Games vise un second public en sortant Valorant. Ce nouveau jeu a d'ailleurs bénéficié d'une importante communication sur le site de streaming Twitch grâce à une Beta disponible pour les streamers qui crée l'intérêt auprès des viewers. En effet, les viewers présents sur ces streams avaient l'opportunité de recevoir une clef d'accès au jeu et de pouvoir ainsi participer à la beta avec leurs streamers et les joueurs pros.

| Compagnie | Année de création | Jeux développés | Catégorie de jeux |
|------------------------|-------------------|--|---|
| Blizzard entertainment | 1991 | - World of Warcraft - Heartstone - Overwatch - Call of Duty : Warzone | - MMORPG - DCCG - FPS - Battle Royale |
| Valve | 1996 | - Counter-Strike - Dota II | - FPS - MOBA |
| Riot Games | 2006 | - League of Legends - Teamfight Tactics - Runnetera - Valorant | - MOBA » - Round-Based Strategy Games - DCCG - FPS |
| Epic Games | 1991 | Fortnite | Battle Royale |

³⁹ Teamfight Tactics. (2019). En ligne : <https://teamfighttactics.leagueoflegends.com/fr-fr/set-overview/teamfight-tactics-galaxies/>, consulté le 1 mai 2020

⁴⁰ Legends of Runnetera. (2019). En ligne : <https://playruneterra.com/en-us/>, consulté le 1 mai 2020

1.9.2 Les équipes

Le nombre de jeux vidéo jouables au niveau compétitif est extrêmement élevé alors que les organisations à la tête des équipes qui remportent les principaux titres sur les scènes sportives sont souvent les mêmes. Ces écuries d'équipes ou encore de joueurs sont devenues de véritable business aux impacts nettement plus étendus que la scène compétitive.

Un exemple représentatif est l'équipe américaine Cloud9. Cette équipe compte le plus grand nombre de followers sur les réseaux sociaux et est l'équipe numéro un en termes de supporters aux États-Unis et au Royaume-Uni, numéro deux en Allemagne et numéro trois en France. Au total, Cloud9 cumule 611 000 followers sur Instagram et quelques milliers en plus sur Facebook. La structure a été créée en 2003 et est présente dans onze jeux sportifs ; leurs équipes performant dans toutes ces compétitions. En 2019, Cloud9 a participé à 64 tournois : 12 fois champion et 24 deuxième et troisième place dans ces tournois⁴¹.

Fnatic, l'équivalent de Cloud 9 en Europe, est numéro un en France et en Allemagne, elle se positionne numéro deux au Royaume-Uni et quatrième aux États-Unis. Elle totalise 2,5 millions de like sur Facebook et 1,1 millions de followers sur Instagram. A l'image de son concurrent américain, sa notoriété se base sur les performances de ses équipes et leur omniprésence sur les différents jeux de la scène compétitive. Cette team est née en 2004 et est depuis 15 ans un des noms incontournables de la scène eSport. Tout au long de sa présence sur les tournois, Fnatic a remporté 209 victoires en participant à une trentaine de jeux ce qui représente pas moins de quinze millions de dollars gagnés en prize money. Actuellement, elle est principalement présente sur huit jeux.

Ces équipes sont devenues de véritables marques et les supporters se déclarent fidèles à leur écurie favorite sur les différents jeux. Une communauté se crée et les supporters peuvent profiter d'un merchandising afin de porter les couleurs de leurs joueurs. Ces équipes/entreprises s'offrent même les services de streamers populaires pour faire parler d'elles sur les plateformes de streaming. Fnatic a été jusqu'à imaginer un network pour les streamers qui portent les couleurs Fnatic et promeuvent la marque, le tout avec en retour des avantages offerts par la marque.⁴² Les producteurs d'accessoires de jeux vidéo s'associent avec les marques afin de promouvoir la vente de casques audios, claviers et souris portant le logo de ces marques qui sont de réels arguments de vente.

⁴¹ Cloud9 (2013). Who is Cloud9. En ligne : <https://www.cloud9.gg/about/>, consulté le 1 mai 2020

⁴²Fnatic (2019). Fnatic network. En ligne : <https://network.fnatic.com/>, consulté le 1 mai 2020

1.9.3 Le public sportif

En 2015, la totalité des viewers réguliers de l'eSport à l'échelle mondiale atteint 113 millions, soit une augmentation de 27% par rapport à l'année précédente. Lorsque les viewers occasionnels sont pris en compte, ce nombre peut monter jusqu'à 147 millions. Une part importante des amateurs d'eSport est d'origine asiatique, très exactement 54%. Les fans d'Europe et d'Amérique du nord sont de plus en plus nombreux avec une augmentation de 21% par an, là où l'augmentation asiatique est de 18% par an. Un autre chiffre notable de cette évolution du spectateur de l'eSport est le nombre de viewers ne jouant pas à un de ces jeux compétitifs : 40%, autrement dit l'eSport est devenu un spectacle : les viewers ne sont plus que des joueurs voulant prendre exemple sur les joueurs les plus performants. Les amateurs regardent ces rencontres pour les performances⁴³ (Annexe 33).

Bien que de plus en plus suivi, l'eSport reste un divertissement de niche qui conquiert un public bien particulier : les hommes. En comparaison aux autres sports, l'eSport est à 71% regardé par un public masculin alors que les sports classiques et en particulier le football sont suivis par respectivement 61% et 59% d'hommes.

Les consommateurs d'eSport suivent différemment les rencontres de leurs jeux préférés que les amateurs de sport classique. Ainsi, aux Etats-Unis, 66% des événements sportifs sont regardés via une plateforme de streaming alors les sports dits classiques sont regardés sur une chaîne de télévision. Les deux publics se différencient aussi dans leurs présences physiques lors des rencontres : 37% des amateurs de sports classiques se rendent sur place lorsque leurs équipes disputent une rencontre alors que seulement 16% des amateurs d'eSport se déplacent, une différence non-négligeable, probablement explicable par le caractère numérique et interconnecté de l'eSport. Les supporters des équipes d'eSport n'ont pas d'attaches locales et peuvent adhérer à une écurie peu importe d'où ils viennent. Difficile donc de se rendre sur place lorsque le supporter ne vient pas du même continent ou pays que l'équipe supportée. En outre, une partie des compétitions se déroulent en ligne et les joueurs ne se rencontrent même pas physiquement, impossible donc de se rendre physiquement à un tournoi organisé en ligne⁴⁴.

⁴³ Newzoo. (2015). The eSports Economy Trends, Audience, Revenues & Opportunities. En ligne : https://www.igamingbusiness.com/sites/default/files/Newzoo_eSports_iGaming_Webinar.pdf, consulté le 10 avril 2020

⁴⁴ Nielsen Esport (2017). The eSport Playbook. En ligne : <http://niensensports.com/wp-content/uploads/2014/09/Nielsen-Esports-Playbook.pdf>, consulté le 10 avril 2020

1.9.4 Les sponsors

Les sponsors sont extrêmement présents sur la scène esportive et leur objectif est de profiter d'une visibilité grandissant de façon exponentielle auprès d'un public relativement bien défini permettant un targeting efficace par ces marques. Les marques ont l'opportunité de sponsoriser des équipes ou e-athlètes, des événements sportifs tels que des conventions ou des championnats réguliers ainsi que des plateformes de streaming. Selon le rapport Nielsen de 2017, plus de 600 accords de partenariats furent signés durant l'année 2016⁴⁵. Parmi ces 600 contrats, plus de 360 visent à promouvoir des composants d'ordinateurs tels que des cartes graphiques ou encore des processeurs ; plus de 100 contrats sont liés à la revente de matériel high-tech c'est-à-dire des accessoires gaming comme des casques audio, des chaises de gaming, des écrans ou encore des claviers ; un dixième des contrats signés sont des partenariats avec des entreprises de services en ligne ; une cinquantaine de ces contrats mettent en avant des boissons non-alcoolisées et finalement, une quarantaine de ces partenariats font la promotion de média en ligne.

Les spectateurs de l'eSport en Europe et aux États-Unis sont favorables à plus de 50% au sponsoring dans l'eSport et les dominants sont les Américains. La seconde tendance éprouvée est l'indifférence. Ainsi, 37 % des américains ne s'intéressent pas au sponsoring et idem pour 43 % des Anglais. Moins de 10 % des personnes interrogées dans les quatre pays ciblés (Etats-Unis, Royaume-Uni, Allemagne et France) dans l'étude sont contre l'utilisation de la visibilité de l'eSport pour faire une promotion de produits (Annexe 34). Bien que de manière générale, les spectateurs soient favorables au partenariat marketing, ils le sont d'autant plus pour les produits ayant un lien avec l'expérience gaming alors que la promotion de produits ou services non liés à l'eSport leur semble inappropriée. Ces produits considérés inhérents à l'expérience esportive incluent les produits high-techs, les accessoires gaming, les fournisseurs d'accès internet mais aussi les snacks et boissons énergisantes utilisés par les gamers. Les marques considérées comme non-liées au gaming sont les services d'assurances, de conseils financiers ou encore de boissons alcoolisées.

Certaines marques ont décidé d'investir de manière conséquente dans ce milieu. Le premier exemple est Intel à tel point que le nom même de la compétition contient le mot « Intel », sponsor principal de l'évènement : les « Intel Extrem Masters » organisés par l'« ESL » depuis 2007. Intel est une marque de processeurs qui se dispute le marché avec

⁴⁵ Nielsen Esport (2017). The eSport Playbook. En ligne : <http://niensensports.com/wp-content/uploads/2014/09/Nielsen-Esports-Playbook.pdf>, consulté le 10 avril 2020

AMD. En avril 2020, la marque automobile BMW investit dans les équipes sportives du monde entier. Son logo apparaît désormais sur les sites et maillots de Cloud 9 pour l'Amérique, de Fnatic au Royaume-Uni, G2 Esports en Allemagne, FunPlus Phoenix en Chine et T1 en Corée du sud⁴⁶. La marque Allemande investit donc massivement afin de toucher un public composé à 71% de jeunes hommes. Cependant, la marque ne fait pas de distinction entre les équipes et ne préfère aucune équipe car toutes sont des concurrentes directes sur la scène compétitive. Par exemple, la finale de la compétition régulière de League of Legends, la « League of Legends European Championship » (LEC), était une rencontre entre Fnatic et G2 Esports, tous deux soutenus par BMW. La marque de boisson énergisante Red Bull est un des sponsors incontournables du monde de l'eSport. Ils sont présents sur de nombreux maillots tout comme BMW. On les retrouve chez Cloud9, G2 Esports, Vitality, ... Une fois de plus, les équipes sont sponsorisées sans tenir compte de leur rivalité. L'important pour Red Bull est d'être vu par tous. Red Bull sponsorise également des événements sportifs tels que notamment en avril 2020 la compétition « Red Bull Solo Q » sur League of Legends. Cette action leur a permis d'être présent sur la page d'accueil du jeu durant quelques semaines et donc vu par des millions de jeunes.

1.9.5 La diffusion de l'eSport

L'un des mediums principaux de diffusion de l'eSport est le streaming. En Anglais, ce mot désigne un « flux » qui correspond à la diffusion en direct et continue d'un contenu audiovisuel produit par un streamer à destination de viewers. Le streaming s'inscrit dans une transition de la consommation de la diffusion de divertissement. Celle-ci est caractérisée par une plus grande flexibilité et une capacité d'interaction entre le diffuseur et les spectateurs ainsi qu'entre les spectateurs⁴⁷. Les sites de streaming se caractérisent par leur facilité d'accès : tout un chacun peut lancer un stream gratuitement depuis sa chambre ou son salon. Pour les grosses structures du divertissement du jeu vidéo, voilà donc l'opportunité de bénéficier d'un moyen de diffusion gratuit qui, de plus, offre un service de meilleure qualité à son public grâce à la possibilité d'interagir via un chat en direct.

⁴⁶ Tiana (2020). BMW investit dans l'eSport. En ligne :<https://bmw-actu.com/2020/04/24/bmw-investit-dans-le-sport/>, consulté le 3 mai 2020

⁴⁷Spikler S. H., Ask K., & Hansen M. (2018). The new practices and infrastructures of participation: how the popularity of Twitch.tv challenges old and new ideas about television viewing. *Information, Communication & Society*, Issue 4 volume 23. DOI : <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1529193>,

En 2011, le site de streaming TwitchTV est disponible sur internet et devient le huitième site internet le plus utilisé. Ce succès attire Amazon et son CEO, Jeff Besos, qui, en août 2014 rachète le site internet pour 1 milliard de dollars⁴⁸. Cette plateforme de streaming, pour l'année 2019, a en moyenne 1 256 000 viewers simultanés et 49 500 streamers diffusant du contenu en même temps. Chaque mois, 3,64 millions de streamers lance au moins une session de stream. Sur l'année, cela correspond à 660 milliards de minutes de visionnages si l'on totalise le temps passé sur le site par les viewers. En 2020, le nombre de jeux différents streamés sur le mois est égal à 15 984. Notons cependant que 31,7 % de l'audience est captée par les 5 jeux principaux qui sont, juin 2020 : League of Legends, Fortnite, Counter Strike : Global Offensive, Grand Theft Auto V et Call of Duty : Modern Warfare (Annexe 35). Parmi ces cinq jeux, quatre d'entre eux sont des jeux sportifs. Twitch est par conséquent un partenaire essentiel du développement de l'eSport⁴⁹.

La diffusion de l'IEM Katowice de 2020 affichait un nombre moyen de 273 057 viewers durant sa période de stream. Ce chiffre a atteint le pic de 1 002 132 viewers lors de la grande finale de CS : GO. Le stream de ce tournoi aura duré 66 heures correspondant à un total de 17 998 951 heures de visionnage⁵⁰.

Entre le 2 octobre 2019 et le 10 novembre 2019 s'est déroulée la « 2019 World Championship » sur le jeu League of Legends. C'est durant cet événement que les chiffres du streaming lié à l'eSport sont les plus impressionnants : la moyenne de viewers était de 1 012 559 avec un pic durant la finale de 3 985 787. Le stream de ce tournoi aura duré 136 heures pour 137 876 707 heures de visionnage⁵¹.

En plus de diffuser des événements, Twitch permet aux joueurs de diffuser leurs parties de jeu via des sessions de stream récurrentes sur leur chaîne Twitch. Une chaîne est comparable à une chaîne YouTube ou encore un compte Facebook. Une chaîne appartient à un streamer qui cumule des abonnés fidèles à ses horaires de diffusion. Ces flux de streams étant en direct, les viewers ont l'opportunité d'échanger avec leur streamer via un chat ou encore des dons qui font apparaître un message sur le flux vidéo du stream.

⁴⁸ Sky LaRell A., (2017), Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams, the international journal of computer game research, volume 17 issue

⁴⁹ TwitchTracker. (2020). Twitch Games Statistics. En ligne : <https://twitchtracker.com/statistics/games>, consulté le 4 juin 2020

⁵⁰ Esports charts. (2020). IEM Katowice 2020. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/csgo/iem-katowice-2020-csgo>, consulté le 7 mai 2020

⁵¹ Esports charts. (2019). 2019 World Championship. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/lol/2019-world-championship>, consulté le 7 mai 2020

La douzième chaîne de Twitch, la première en nombre de joueurs sportifs, ayant le plus grand nombre moyen de viewers durant le mois d'avril 2020 est la chaîne de Turner Ellis « TFUE » Tenney. Il est joueur du jeu Fortnite. Sa chaîne compte durant cette période une moyenne de 40 500 viewers simultanés et parmi eux, 18 347 sont des abonnés de la chaîne payant une somme de 4,99 dollars destinée au site de streaming et au streamer. En France, la seconde chaîne la plus regardée avec une moyenne de 21 000 viewers est celle de Corentin Gotaga Houssein, un ancien joueur sportif de la scène Call of Duty et Fortnite, reconverti en streamer. Bien qu'il n'ait que la moitié du nombre de viewers de TFUE, il comptabilise un total de 12 056 abonnés.

On retrouve donc sur Twitch des chaînes créées par des développeurs et organisations initiatrices de tournois sportifs qui ainsi, diffusent leurs événements en ligne. Il existe aussi des streamers qui sont des joueurs professionnels ou non. La dernière catégorie est les chaînes de « cast » sur lesquelles des « casters » commentent et débrièfent les matchs joués sur la scène compétitive. La chaîne francophone numéro un dans le domaine s'appelle « OgamingLOL », elle a été créée le 17 novembre 2016. Ses nombres d'abonnés et de viewers moyens simultanés sont plutôt faibles avec respectivement 1 839 abonnés et 2 345 viewers. Cependant, elle reste la chaîne incontournable de LOL en France et ses diffusions dépendent du calendrier compétitif du jeu. En effet, elle atteint des pics de visionnage durant le « World Championship » et notamment lors de la finale de la « 2019 World Championship » (204 222 viewers) .

En 2016, ESPN déclare que la chaîne va diffuser des compétitions d'eSport au même titre que des compétitions de football américain ou de basketball. ESPN Magazine et l'éditeur en chef du contenu en ligne, Chad Millman, déclarent : « C'est intense, la compétition est folle, ce sont des compétiteurs qui valent des millions de dollars, cela a un grande ampleur, des propriétaires d'équipes essayent de voler les joueurs d'autres équipes, cela a tout ce qu'il faut pour rendre un sport intéressant à couvrir ».⁵² Le 10 janvier 2018, 1 mois et 10 jours après le lancement prévu, la première chaîne télévisée française dédiée à l'eSport diffuse : elle est baptisée ES1. Le début de la chaîne a été retardé par des soucis juridiques avec l'organisme de contrôle CSA⁵³. ES1 axe son contenu sur la diffusion de magazines, de sessions de jeu, de retransmissions de compétitions et de documentaires exclusifs. Ce projet est initié par le géant

⁵² Hardentein T. S. (2017). "Skins" in the game : Counter-Strike, Esports and the shady world of online gambling. UNLV Gaming Law Journal Volume 7, 119.

⁵³ Schwyter A. (2018) . Challenges. Le pari risqué de Webedia qui lance ES1, la première chaîne de télé en France consacrée à l'eSport, Challenges. En ligne : https://www.challenges.fr/high-tech/jeux-video/television-l-audacieux-pari-de-webedia-qui-lance-es1-la-premiere-chaîne-de-tele-en-france-consacree-a-l-esport_559133, consulté le 8 mai 2020

du gaming français « Webedia ». Bertrand Amar, créateur du projet déclare : « La chaîne a pour ambition de fédérer l'ensemble du secteur français d'eSport, en lui donnant accès à une audience élargie, et de collaborer avec les organisateurs de compétitions ainsi qu'avec les producteurs de référence du marché comme O'Gaming, Armateam, GamersOrigin ou encore Zqsd »⁵⁴ La chaîne s'avère avoir été un pari audacieux et payant avec plus de 1,2 millions de téléspectateurs mensuels au début 2020 et ce, en partie grâce à son arrivée sur canal +⁵⁵. En 2020, la FIFA donne les droits à ES1 pour la diffusion des « FIFA Global Series »⁵⁶.

En conclusion, la diffusion de l'eSport par divers médias génère des chiffres impressionnants en termes d'audience et de bénéfice que ce soit sur Twitch pour les organisateurs d'événements et les joueurs, sur les chaînes de casts ou encore sur la télévision via les chaînes sportives. L'eSport, à l'image du sport classique, est devenu une discipline créant un intérêt auprès du public pour regarder les matchs, supporter ses équipes et aussi suivre les analyses d'avant et après matchs.

1.10. Les paris et les jeux de hasard dans l'eSport

Tout comme dans les compétitions sportives, l'eSport est un enjeu de paris. Les viewers ont l'opportunité de faire des paris en cash en encore via des sites de paris en ligne comme par exemple Unikrn, EGB.com, Arcane Bet,...⁵⁷ De plus, certains sites de paris permettent de parier en payant via de la cryptomonnaie, l'opportunité pour les joueurs ou encore des amis de joueurs de parier sur leurs propres performances en toute anonymat. Ceci est la porte ouverte à la fraude dans les compétitions sportives⁵⁸.

Les amateurs d'eSport ont aussi l'opportunités de jouer au jeu de hasard des skins. Les skins ne sont que des revêtements pour leurs armes ou autres graphismes mais ceux-ci ont une notion de rareté et peuvent être échangés entre les joueurs. Un marché s'est donc développé autour des skins et certains sites proposent aux amateurs de venir parier pour les acquérir. En 2016, le total de l'argent généré par les paris sportifs et les jeux de hasard était de 56 milliard

⁵⁴ Cléomene. (2017). Connect eSport. l'eSport à la télévision française, motivation et contrainte. En ligne : <https://www.connectesport.com/esport-television-francaise/>, consulté le 8 mai 2020

⁵⁵ La Provence. (2020). En ligne : Télévision : la chaîne eSport ES1 nonce avoir doublé son audience par an. En ligne : <https://www.laprovence.com/article/jeux-video/5926561/la-chaîne-esport-es1-annonce-avoir-double-son-audience-en-un-an.html>, consulté le 8 mai 2020

⁵⁶ES1. (2020). La FIFA choisit ES1 pour la diffusion des FIFA 20global series. En ligne : https://www.es1.tv/article/la-fifa-choisit-es1-pour-la-diffusion-des-fifa-20-global-series_a38/1, consulté le 8 mai 2020

⁵⁷ Macey, J. & Hamari, J. (2018) Investigating relationships between video gaming, spectating esports, and gambling. *Computers in Human Behavior* 80 (March), 344-353. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.027>

⁵⁸ Grove, C. (2016). Understanding skin gambling. *Narus Advisors*. En ligne : <https://www.thelines.com/wp-content/uploads/2018/03/Skin-Gambling-White-PaperV2.pdf>, consulté le 12 mai 2020

de dollars dont 85% de ce chiffre venant des skins. Cependant, ce chiffre fut considérablement diminué, à plus ou moins 10% de sa valeur, et n'atteignait plus que 670 millions de dollars en 2019⁵⁹.

1.11. Le dopage

Le dopage est un enjeu majeur de l'eSport depuis de nombreuses années. Lors d'une interview datant de 2015, le joueur de Counter-Strike Kory « Semphys » Friesen, remercié par la structure Cloud 9 à cause d'une contre-performance lors de l'ESL. ONE Katowice déclara que l'ensemble de son équipe était sous adderall⁶⁰. L'adderall est un psychostimulant composé de sels mixtes d'amphétamines permettant une augmentation de la concentration⁶¹. Un médicament interdit en France mais disponible en pharmacie aux États-Unis, sous présentation d'une ordonnance, et utilisé pour traiter les Troubles Déficitaires de l'Attention avec Hyperactivité (TDHA)⁶². Ce médicament utilisé à haute dose rend les e-athlètes plus performants, concentrés de manière plus intense afin d'analyser le flux d'informations plus rapidement, un véritable plus pour les joueurs de haut niveau qui manifestement en consommaient déjà de manière irraisonnée en 2015 pour remporter des compétitions⁶³. L'adderall est aussi un euphorisant donnant aux joueurs une confiance en eux et une assurance non négligeables pour une telle discipline durant laquelle la gestion de la pression influence significativement les résultats. Ce psychostimulant est aussi présent sur la scène de Call of Duty et sa compétition. Cette dernière est dominée par les grandes équipes américaines qui sont majoritairement sous influence de cette drogue selon l'ancien joueur professionnel Zackaria Nani⁶⁴. L'ancien champion du monde de ce jeu, Adam « KiLLa » Sloss, déclarera même dans le Washington Post qu'une des raisons qui l'ont poussé à mettre fin à sa carrière est cette consommation excessive du médicament⁶⁵. En effet, les effets secondaires indésirables

⁵⁹ Greer N., Rockloff M., Browne M., Hing N., & King D.L. (2019). Esports Betting and skin Gambling : A brief history. *Journal of Gambling Issues* Volume 43. DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2019.43.8>

⁶⁰ Hugh Langley. (2016). Techradar. Sex, Drugs and Counter-Strike: eSports is Fighting its Demons. En ligne : <http://www.techradar.com/us/news/gaming/sex-drugs-andcounter-strike-esports-is-fighting-its-demons-1318109>, consulté le 12 mai 2020

⁶¹ Farah, M. J. (2008). When we enhance cognition with Adderall, do we sacrifice creativity? A preliminary study. *Neuroethics* Publications. doi.org/10.1007/s00213-008-1369-3

⁶² Millenium. (2015). Adderall la drogue de dopage de l'eSport. En ligne : <https://www.millenium.org/news/198151.html>, consulté le 12 mai 2020

⁶³ Holden J. T., Rodenberg R. M., & Kaburakis A. (2017). Esports Corruption: Gambling, Doping, and Global Governance, 32 *Md. J. Int'l L.* 236.

⁶⁴ Winamax. (2018). interview de zack nani. En ligne : https://www.winamax.fr/news_interview-de-zack-nani-34946?param=interview-de-zack-nani-34946, consulté le 12 mai 2020.

⁶⁵ Hamstead C. (2020). The Washington Post. 'Nobody talks about it because everyone is on it': Adderall presents esports with an enigma. En ligne : <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2020/02/13/esports-adderall-drugs/>, consulté le 12 mai 2020

incitent certains joueurs à quitter la scène car ils ne désirent pas mettre leur santé en danger ; ce médicament consommé à forte dose a de nombreux effets secondaires particulièrement négatifs comme une baisse de l'appétit, des insomnies, maux de têtes, troubles du sommeil, ... Dans certains cas, il peut même susciter des rêves éveillés ou encore des problèmes d'anxiété.⁶⁶

En réaction à ces déclarations et à ce scandale de 2015, l'ESL décide de travailler avec l'agence anti-dopage allemande, la « National Anti Doping Agentur » (NADA) et la « World Anti Doping Agency » (WADA). Une collaboration qui n'atteindra malheureusement pas la hauteur de ses promesses : les contrôles prévus étaient des tests anti-dopage qui n'étaient que des tests cutanés, nettement moins efficaces, et aucune communication de sensibilisation ne fut menée. D'ailleurs ces tests anti-dopage n'étaient pas conformes à la réglementation européenne dans le domaine⁶⁷.

Chapitre 2 : La situation de joueur sportif

2.1. Devenir joueur professionnel d'eSport

Parmi les nombreux amateurs de jeux vidéo compétitifs, la proportion de joueurs qui ont l'opportunité de devenir joueur professionnel est très faible. Dans ce sport, comme dans les autres, l'adage se vérifie : beaucoup d'appelés et très peu d'élus ! Pour sortir du lot et avoir un niveau de jeu qui mérite rémunération, il faut appartenir aux meilleurs des meilleurs. Le monde de l'eSport étant en ligne, l'ensemble des joueurs et leurs statistiques sont facilement recensables ; il est ainsi aisé de objectiver que les joueurs qui ont une chance de devenir professionnels font partie des 0,01% meilleurs. Pour espérer être repéré, il faut consacrer de nombreuses heures au jeu : il faut s'entraîner continuellement de manière à dépasser les autres. Il faut ensuite apparaître sur la scène sportive en participant aux tournois en ligne et se rendre aux LAN. Ces événements constituent l'occasion de rencontrer ses homologues, de créer des liens et de potentiellement créer une team amateur ou encore d'être invité dans l'une d'elles. Lorsqu'un joueur est reconnu pour ses compétences, ses résultats en team ou en solo lors d'évènements sportifs, il est approché par des structures qui lui proposent des essais et potentiellement un contrat⁶⁸. Lorsqu'une équipe d'amateurs ou une structure à faible budget

⁶⁶ Ahmann P.A. , Theye F. W., Berg R., Linnquist A. J., Van Erem A., & Campbell L. R. (2001). Placebo-Controlled Evaluation of Amphetamine Mixture—Dextroamphetamine Salts and Amphetamine Salts (Adderall): Efficacy Rate and Side Effects. *Pediatrics*, 2. DOI: 10.1542/peds.107.1.e10

⁶⁷ Stivers C. (2017). The First Competitive Video Gaming Anti-Doping Policy and Its Deficiencies Under European Union Law, 18 *San Diego Int'l L.J.* 263

⁶⁸ Laguerre N. (2016). L'eSport, un marché en pleine expansion : les facteurs clés de succès d'un stream (Travail de Bachelor). Haute école de gestion de Genève (HEG-GE), Genève

s'avère être particulièrement performante, elle peut se voir racheter par une structure plus importante : ce fut le cas pour l'équipe Oserv rachetée par Solary. Osery venait de remporter la Lyon eSport sur le jeu *Fortnite* qui explosait seulement sur la scène esportive⁶⁹. Les 4 joueurs de cette équipe ont ainsi signé des contrats nettement mieux rémunérateurs et ils ont bénéficié de locaux d'entraînements et de matériel plus performant.

Vivre de sa passion n'est pas donné à tout le monde mais grâce à l'expansion de la scène esportive qui touche un public de plus en plus grand et génère de plus en plus d'argent, le nombre de joueurs professionnels est en constante augmentation. En 2015, le salaire moyen des joueurs de FPS était de 3000 dollars par mois.⁷⁰ En plus de ce salaire, les joueurs gagnent complémentirement de l'argent via le sponsoring, le streaming ou encore You Tube. Finalement, lorsque les joueurs gagnent des tournois ou compétitions, ils reçoivent une partie du cash-prize.

Le joueur ayant gagné les plus grosses sommes grâce à sa carrière est un Danois né en 1993, Johan « N0tail » Sundstein. Il a commencé à jouer professionnellement au jeu *Dota II* en 2010 et est toujours actif sur le jeu en 2020. Il est une exception en terme de longévité sur la scène compétitive. Grâce à sa très longue présence, il a atteint un gain total exceptionnel de 6 901 766 dollars. Peu ont la chance de gagner autant.

2.2. Les joueuses professionnelles

Bien que 47 % des joueurs amateurs de jeux vidéo sont des femmes, le milieu de l'eSport et ses joueurs se caractérise par son manque de mixité. Les femmes sont très peu représentées sur la scène esportive. Lors de la Lyon eSport de 2018, sur les 64 équipes participant à la compétition *League of Legends*, une unique équipe féminine était inscrite et une dizaine d'équipes seulement étaient mixtes. La présence de femmes lors d'une compétition a suscité l'étonnement du public et même des réflexions sexistes comme le rapporte Rezette Elfaniel dans son travail sur « La différence entre les femmes et les hommes dans l'e-sport »⁷¹. Pourtant, à l'origine, le monde du jeu vidéo n'est pas un monde exclusivement masculin imprégné d'une culture sexiste. Un tournant fut marqué par le krach économique que subit le

⁶⁹Solary. (2019). About. En ligne : <https://www.solary.fr/pages/le-club>, consulté le 11 mai 2020

⁷⁰Oriez E. (2015). eSport : Pro Gamer, c'est 35 à 50h d'entraînement par semaine, du talent et un certain ego. Eurosport. En ligne : https://www.eurosport.fr/e-sports/esport-pro-gamer-c-est-35-a-50h-d-entrainement-par-semaine-du-talent-et-un-certain-ego_sto4714518/story.shtml, consulté le 11 mai 2020

⁷¹Rezette, E., (2018). La différence de présence entre les femmes et les hommes dans l'e-sport (Mémoire de Master). Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve

jeu vidéo en 1983 lorsque que l'entreprise Atari, numéro un aux Etats-Unis, subit des pertes astronomiques. En effet, à cette époque, lorsqu'un jeu vidéo n'était pas ou peu vendu, les cartouches étaient renvoyées par les magasins détaillants aux développeurs qui subissaient donc seuls les pertes liées à ces échecs notamment de marketing. Même bon, si le jeu n'est pas vendeur, il ne perce pas ! Le monde du jeu vidéo se releva de cette crise en développant un marketing offensif auprès des jeunes garçons adolescents. Un des traits marketing de ces jeux était une sexualisation de la femme notamment via des pochettes sur lesquelles celles-ci sont dénudées⁷². Ce changement est désormais intégré dans la culture du gaming et influence le comportement des joueurs. Cela se ressent sur les chats vocaux ou écrits en ligne où les joueuses possédant des pseudonymes à consonance féminine sont pointées du doigt et traitées différemment par les autres joueurs. Face à ce problème, certaines joueuses choisissent d'adopter un patronyme masculin ou bien encore, elles n'utilisent pas le système de discussion mis à disposition des joueurs en jeu. Lorsque ces joueuses se rendent à des LAN pour participer à un tournoi, leurs subterfuges ne sont plus efficaces : elles sont vues femmes ! Le public à ces évènements étant majoritairement masculin (71%), l'intérêt pour des équipes exclusivement féminines est à fortiori moindre. C'est la raison pour laquelle, en 2015, Marie « Remilia » Creveling , joueuse professionnelle de *League of Legends* a rejoint les « League of Legends Championship Series » (LCS) aux Etats-Unis avec l'équipe « Renegades »⁷³. Elle était déjà sujette à de nombreuses critiques lorsqu'elle jouait dans la ligue inférieure aux LCS, les « Challenger series » ; ces critiques se sont intensifiées lorsqu'elle a rejoint la ligue principale. Elle avait pourtant hésité avant de suivre son équipe sous les feux de la rampe après avoir remporté les matchs de promotion.

Je comprends assez peu ce sexisme dans l'eSport pour plusieurs raisons. La première est temporelle : l'eSport est né au XXème siècle et l'eSport est principalement pratiqué par des jeunes. Cette discipline est récente et aurait pu ne pas intégrer tous les écueils accumulés les siècles précédents. Ce qui était le cas au début. Ceci amène la deuxième raison qui est plutôt culturelle. Quelques soient les beaux discours, notre société reste très sexiste et ne considère toujours pas de façon égalitaire les hommes et les femmes. Finalement, la dernière raison est tout simplement humaine car injuste : les femmes ne sont pas moins performantes que les hommes dans ce sport d'autant plus qu'il ne demande pas d'aptitudes physiques particulières

⁷² Lynch T, Tompkins J.E., Van Driel I.I., & Fritz. N. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. *Journal of communication*, 1-5. doi:10.1111/jcom.12237

⁷³Millenium. (2015). Remilia : première femme en LCS ?. En ligne : <https://www.millenium.org/news/204179.html>, consulté le 11 mai 2020

telle que la force. Je peux dès lors comprendre la parade que développent certaines femmes, comme je le décris ci-dessous, bien que je pense qu'elles ne se rendent pas service en tant que femmes !

Dans le milieu du gaming existe la notion de « e-girl » qui est une dénomination à connotation négative. Elle regroupe l'ensemble des femmes qui cherchent à utiliser leur féminité pour attirer un public masculin. Ces dernières sont accusées d'utiliser leur image pour streamer et s'attacher un public qui sera plus intéressé par leurs attributs sexuels que leurs compétences en jeu. Ces femmes profitent donc de leur grande visibilité. Cette médiatisation se traduit également en termes de revenus potentiels majorés. D'autres sont, elles, accusées d'utiliser leur féminité afin de profiter de l'aide de joueurs masculins de niveaux supérieurs aux leurs pour gagner des places dans le classement des jeux esportifs. Certaines enfin, essayent de faire une carrière dans le monde de l'eSport en tant que journalistes esportives ou encore d'analystes de rencontres comme l'a fait Laure « Bulii » Valée, la journaliste numéro un de la scène League of Legends. De rédactrice bénévole pour un site d'actualité esportive, elle est devenue rédactrice freelance chez Riot Games et a mené des interviews en backstage lors des world 2016 ou encore, est intervenue sur le plateau de Canal+ lors de l'émission « Canal eSport club ». Elle participa à l'analyse de games des worlds de 2016 sur le plateau de la chaîne de streaming « O'Gaming ». Une réussite certaine qui malheureusement lui vaut d'être la cible de nombreuses critiques sexistes et haineuses lors de ses apparitions en direct.⁷⁴ Elle reste cependant positive et se félicite de ne pas avoir subi des situations ou critiques aussi pénibles que celles qu'a subies la joueuse Marie-Laure « Kayane » Norindr. Elle est la joueuse numéro un du monde de l'eSport à avoir remporté le plus de titres dans des jeux de combats. Elle raconte que dès ses 9 ans, alors qu'elle joue en ligne avec d'autres internautes et son frère, ce dernier lui demande de se faire passer pour un garçon de 18 ans afin d'éviter le harcèlement de la part des autres joueurs. A 14 ans, elle remporte déjà des compétitions et se retrouve au centre de moqueries basées sur des montages mis en ligne.⁷⁵

Bien que la situation pour ces joueuses soit compliquée, cela n'empêche pas les plus talentueuses d'entre elles de sortir du lot et de briller sur l'avant de la scène car elles se battent à armes égales avec leurs homologues masculins. La joueuse canadienne de *Starcraft II*, Sasha « Scarlett » Hostyn, active sur la scène compétitive de jeu depuis 2011, a réussi à gagner un

⁷⁴RedBull. (2017). Bulii, la voix féminine de League of Legends. En ligne : <https://www.redbull.com/fr-fr/laure-bulii-valee-interview-lol-esport>, consulté le 27 mai 2020

⁷⁵ Liberation. (2019). Pour vivre joueuse, vivons cachées. En ligne : https://www.liberation.fr/futurs/2019/07/16/pour-vivre-jouuses-vivons-cachees_1736265, consulté le 28 mai 2020

total de 358 077 US Dollars. Une somme qui la place au 329^{ème} rang du classement général des gains des joueurs professionnels en terme de cash-prize de tournoi⁷⁶. D'autres joueuses se sont distinguées mais leurs gains décroissent très rapidement et seules les 4 premières ont remporté des sommes qui dépassent les 100 000 US Dollars⁷⁷.

2.3. La discrimination dans l'eSport

Malheureusement, le sexisme n'est pas la seule discrimination qui ronge l'eSport et pollue les chats de discussion lors des live de compétitions esportives ou encore sur les tifosi brandis par les supporters lors de LAN.

Le racisme est extrêmement présent lui aussi et est un problème auquel les instances esportives doivent faire face.⁷⁸ Déjà en 2016, les parents du joueur d'*Heartstone* Terrence « TerrenceM » Miller assistent avec effroi à tous les commentaires racistes des spectateurs lors d'une LAN qui se déroule à Austin. Le joueur témoigne être déçu et dérangé par ce comportement bien qu'il n'en soit pas surpris. Ainsi, le monde de l'eSport s'avère être extrêmement discriminant et cela concerne les personnes de couleurs, les femmes, la communauté LGBTQ, etc. Les garde-fous de ces comportements inadmissibles sont des modérateurs présents sur les chats de discussions lors des diffusions en live d'évènements qui suppriment les messages inadaptés ou même bannissent des spectateurs de la boîte de discussion. Cependant, comme en témoigne la modératrice sur le site de diffusion Twitch.TV, Carling "Toastthebadger" Filewich, il n'est pas rare que les modérateurs ignorent ces messages haineux, réhabilitent des spectateurs ayant écrit ce genre de messages et parfois même se joignent à ces trouble-fêtes qui empoisonnent la discipline.⁷⁹ De plus, les diffuseurs d'évènements sur le site de streaming Twitch.TV refusent généralement le support de modération offert par le site et préfèrent modérer leur chat par eux-mêmes ce qui laisse plus de libertés aux spectateurs qui profèrent des messages de haine.⁸⁰

⁷⁶ EsportsEarnings. (2020). Sasha « Scarlett » Hostyn – Female StarCraft II Player. En ligne : <https://www.esportsearnings.com/players/2280-scarlett-sasha-hostyn>, consulté le 27 mai 2020

⁷⁷ EsportsEarnings. (2020). Player Rankings. En ligne : <https://www.esportsearnings.com/players/female-players>, consulté le 27 mai 2020

⁷⁸ O'Neil M. B. (2019). Organizational identity and Esports un higher education. Faculty works : Business.72. pp. 189.

⁷⁹ Radoslav K. (2016). « Enough is enough”: confession of a Twitch chat moderator. Gosugamers. En ligne : https://www.gosugamers.net/hearthstone/features/39013-enough-is-enough-confessions-of-a-twitch-chat-moderator?utm_content=bufferb455a&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer, consulté le 7 juin 2020

⁸⁰ Mulkerin T. (2016). eSport has racism problem. Business Insider. En ligne : <https://www.businessinsider.com/the-esports-racism-problem-2016-5?r=US&IR=T>, consulté le 7 juin 2020

De nombreux spectateurs se permettent ce genre d'écarts sans même être effrayés par les risques encourus et le font sous couvert de l'humour, ce qui n'enlève rien à l'offense ! Les joueurs professionnels, modèles des joueurs amateurs, ne s'avèrent généralement pas être des exemples dans le domaine. Lors d'un tournoi de *Counter-Strike : Global Offensive*, le joueur professionnel ukrainien Oleksandr « s1mple » Kostyliiev a tenu des propos homophobes à l'égard d'un de ses adversaires. Le site de streaming Twitch.TV l'a banni durant une semaine afin de condamner ses propos ; le joueur n'était pas le premier à subir cette sanction, une sanction qui ne l'impressionne absolument pas et à laquelle il a répondu via un tweet déclarant que Twitch.TV n'est qu'une blague. Dans ce même post contenait une phrase d'excuses des plus simpliste envers le joueur Russe insulté.⁸¹ (Annexe 36)

La haine envers des minorités a souvent été un souci dans le sport comme en témoigne la campagne de sensibilisation de la Fédération Internationale de Football Association (F.I.F.A.) « Say no to racism » qui est extrêmement présente dans l'ensemble des compétitions de football et même omniprésente dans leur licence de jeu vidéo.⁸² L'eSport doit donc lui aussi y faire face et on constate malheureusement que les efforts, actions mises en place et les résultats sont très médiocres. Le public suit l'exemple des joueurs professionnels qui font figures d'autorités dans ce milieu et ne se voient que rarement sanctionnés par les instances de diffusion, parfois même encouragées par les modérateurs de celles-ci. Certains joueurs professionnels et aspirants à ce statut issus de minorités doivent donc faire preuve d'une certaine détermination et résistance à ces messages de haine qui sont toujours proférés dans le but de les atteindre et les déstabiliser.

2.4. La situation légale des e-athlètes

En Belgique, la législation liée à l'eSport est encore très peu existante et la situation des joueurs professionnels n'est pas définie de manière précise. J'ai trouvé de nombreuses informations sur ce thème dans le mémoire de Renaud Maudoux intitulé « L'eSport ». Je les ai synthétisées ci-après.

Depuis 2016, il est arrivé à de nombreuses reprises que des élus interpellent les responsables gouvernementaux sur le sujet. Par exemple, le 18 avril 2016, le Ministre des

⁸¹ Bell C. B. (2019). Twitch ban ends or top esports pro after using homophobic slur. Outsports. En ligne : <https://www.outsports.com/2019/8/21/20813454/homophobia-esports-s1mple-slur-twitch-ban-csgo>, consulté le 7 juin 2020

⁸² FIFA. (2017). Say no to racism – My game is fair play. En ligne : <https://www.fifa.com/confederationscup/videos/fifa-say-no-to-racism-my-game-is-fair-play-2895097>, consulté le 7 juin 2020

Sports, René Collin, fut questionné sur l'avenir des initiatives liées à la situation de l'eSport en fédération Wallonie Bruxelles par Magali Dock⁸³.

Le 31 mai 2016, lors d'une commission de l'Aide à la jeunesse, des Maisons de justice, des Sports et de la Promotion de Bruxelles du Parlement de la Communauté française, Madame Dock interpellera Monsieur Madrane. Celui-ci était à l'époque ministre de l'Aide à la jeunesse, des Maisons de justice, des Sports et de la Promotion de Bruxelles et chargé de la tutelle sur la Commission communautaire française de la région Bruxelles Capitale. Madame Dock l'interrogea sur la création d'une potentielle fédération francophone d'eSport⁸⁴

Le 16 novembre 2016, lors de la Commission de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias du Parlement de la Communauté française, Monsieur Olivier Maroy se tourna vers Monsieur Jean-Claude Marcourt alors vice-président de la commission et Ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias au sujet de la diffusion d'une compétition sur une chaîne de télévision publique de la RTBF^{85,86}.

En 2016 toujours, l'analyse de « L'eSport en Belgique, quelle perspective et quels enjeux ? » menée par le Centre Jean Gol nous apprend que le député Alain Destexhe déposa une proposition de résolution ayant pour objectif que l'eSport soit considéré comme un sport par la législation belge de façon à aligner la position de la Belgique à celle de l'Union Européenne. En effet, en 2011, l'UE a avalisé la déclaration qui reconnaît les jeux comme les jeux d'échecs comme un sport car ils suscitent des compétences en matière de concentration, patience, persévérance, capacité stratégique et d'analyse⁸⁷. Des compétences que l'on retrouve dans les disciplines sportives comme présenté plutôt dans ce mémoire et donc, l'UE admet l'eSport parmi les sports en général. Si cette proposition pouvait être prise en compte et valorisée par la législation belge, la juridiction serait bien plus claire, ce qui serait profitable à l'ensemble des acteurs et donnerait un cadre de développement pour ce secteur. Une définition cadrée permettrait aux structures et à leurs joueurs de bénéficier de statuts précis légalement. Les organisateurs de tournois et sponsors évolueraient alors dans un milieu

⁸³ CRIc No 87-Sports12 (2015-2016), Commission des Sports du PARLEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, session 2015-2016, 18 avril 2016, p.11-12

⁸⁴ RIcNo113-JeunS3 (2015-2016). Commission de l'Aide à la jeunesse, des Maisons de justice, des Sports et de la Promotion de Bruxelles du PARLEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, session 2015-2016, 31 mai 2016, p.29-30

⁸⁵ CRIc No 25-Ens Sup4 (2016-2017), Commission de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias du PARLEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, Session 2016-2017, p.37-38

⁸⁶ Maudoux R. (2018). L'e-sport. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (Mémoire de Master). Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve

⁸⁷ Décret n° 2017-871 du 9 mai 2017 relatif à l'organisation des compétitions de jeux vidéo. En ligne <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/5/9/ECFI1709990D/jo/texte>, consulté le 12 mai 2020

défini légalement qu'est celui des événements sportifs et finalement, l'état en bénéficierait lui aussi d'un point de vue fiscal car il y aurait des règles d'imposition à appliquer dans le cadre des événements sportifs. Ainsi, par exemple, actuellement, les cash-prize ne sont absolument pas taxés car considérés comme revenus exceptionnels⁸⁸.

En 2018, force est de constater que la situation n'a que très peu évolué malgré ces interventions auprès des décisionnaires et représentants de l'état. L'eSport est associé aux « sports spiritueux » et les règles sont peu définies permettant de nombreuses libertés lors de l'organisation de tournois. Ceux-ci se déroulant dans des lieux privés, ils ne requièrent pas d'autorisations ou démarches administratives spécifiques auprès des autorités responsables. La récolte des prix offerts aux gagnants n'est pas non plus restreinte par la loi. Les sommes gagnées peuvent aussi bien être financées par des sponsors, des partenaires que par l'inscription payée par les joueurs ou encore par le prix des billets vendus aux spectateurs. En outre, le gain de tournoi est récompensé par un cash-prize, donc une somme d'argent, qui n'est pas taxée car considérée comme revenu exceptionnel. Une aubaine pour les joueurs sportifs qui feront donc un gain net sur cette récompense. Si les joueurs sont encadrés par une structure, c'est elle qui reçoit la somme. Ces structures ne peuvent avoir des joueurs salariés en Belgique sans passer par des arrangements qui contournent les règles du marché du travail. Nombreux sont les joueurs jouant sans contrat qui reçoivent des avantages en nature comme des accessoires de gaming, des composantes d'ordinateurs et autres. Lorsque des joueurs mineurs veulent intégrer une équipe ou encore participer à un tournoi, si ceux-ci ne se voient pas directement refuser l'accès, ils doivent fournir une autorisation parentale. Les joueurs âgés de moins de 14 ans sont très rarement acceptés par les structures ou les organisateurs de tournois⁸⁹. Cette interdiction est sans doute motivée par une volonté de protéger les jeunes du jeu et de ses excès. Elle ne tient cependant pas compte de la réalité du développement des performances aux jeux vidéo. Jeunes, ce sont les capacités organiques (réflexes) qui priment alors que les plus âgés développent l'expérience et la stratégie. Les jeunes ont donc clairement une place à prendre, raison pour fixer une limite précise !

⁸⁸ Weytsman D., De Vos M., Loriaux A., & Roisin N. (2018). L'eSport en Belgique, quelles perspectives et enjeux ?. En ligne : <https://www.cjg.be/wp-content/uploads/2018/12/2018-novembre-DW-eSport.pdf>, consulté le 12 mai 2020

⁸⁹ San Juan G. (2018). Le paysage eSport belge, Droit eSport. Droit Esport. En ligne : <https://droit-esport.com/2018/02/27/le-paysage-e-sport-belge/>, consulté le 12 mai 2020

2.5. Les contrats

En Belgique, le nombre de joueurs professionnels est très peu élevé et ceux-ci gagnent en moyenne 500 euros par mois. Aux plus performants d'entre eux sont proposés des contrats à durée déterminée rédigés sur base d'improvisations juridiques visant à rendre le statut de joueur sportif possible et juridiquement légal. Les structures ont plusieurs types de contrats pour employer des joueurs. Dans son mémoire sur l'eSport, Renaud Maudoux, compile l'ensemble de ces contrats et présente leurs avantages et inconvénients.

2.5.1 *Le contrat d'employé*

Le contrat d'employé est réglementé de la loi du 3 juillet 1978. Conformément à l'article 3 de cette loi, le joueur sportif est employé par toute structure désirant ouvrir une section sportive ; le joueur utilise ses compétences de joueur pour cette structure contre rémunération. Conformément à l'article 17 de la même loi, le joueur doit exécuter son travail avec soin et agir conformément aux instructions de son employeur. Dans le cas d'un e-athlète, cela signifie s'entraîner régulièrement afin de tendre vers les résultats sportifs fixés par son employeur. Selon l'article 20, l'employeur est dans l'obligation de fournir au joueur un lieu d'entraînement répondant aux conditions nécessaires pour que celui-ci puisse remplir sa part du contrat au mieux. Selon l'article 2 de cette loi et si cela est convenu avec la structure, l'employeur met à disposition du joueur un logement et le nourrit. Une situation qui est fréquente dans le monde du jeu vidéo où les différents joueurs d'une structure sont rassemblés dans une gaming house⁹⁰. Selon l'article 2, alinéa 3 de la loi du 12 avril 1965, l'ensemble de ces avantages sont considérés comme faisant part de la rémunération du joueur. Rémunération qui, selon l'article 25 de la loi du 12 avril 1965, pourra être modifiée uniquement avec l'accord de l'employé et de l'employeur. Selon l'article 2, alinéa 2 de la loi du 3 juillet 1978, l'employeur est tenu de veiller sur ses employés en bon père de famille et d'offrir des conditions de travail convenables d'un point de vue de la sécurité et de la santé. Les joueurs sont donc protégés et leur santé est ménagée. Les employés sont assurés contre les accidents du travail et les accidents qui pourraient survenir lorsqu'ils se rendent sur le lieu de travail. Selon l'article 32 de la loi du 3 juillet 1978, un contrat et donc la collaboration entre un employé et un employeur prend fin par cinq situations possibles : la première étant l'expiration du terme de travail, la seconde étant que l'objectif pour lequel le contrat fut conclu a été atteint, la troisième

⁹⁰ Dey D. (2020). This 50 million EsportsGaming House By TSM Will Blow Your Mind,. Essentially sports. En ligne : <https://www.essentiallysports.com/this-50-million-esports-gaming-house-by-tsm-will-blow-your-mind-news-2020/>, consulté le 19 mai 2020

étant par la volonté d'une des deux parties lorsque le contrat est à durée indéterminée ou bien pour motif grave de rupture, la quatrième raison étant la mort du travailleur et finalement, la cinquième raison est un cas de force majeure. Selon l'article 37 du 3 juillet 1978, un contrat à durée indéterminée peut prendre fin à l'initiative d'une des deux parties moyennant une période de préavis.

2.5.2 Le contrat de sportif rémunéré

La loi du 14 février 1978, article 2, alinéa 2, stipule que ce contrat peut prendre place lorsqu'un sportif se prépare et s'engage à participer à une compétition ou une exhibition sportive moyennant un certain montant. Un sportif est considéré comme rémunéré lorsqu'il touche minimum 10 200 € par an et à partir du double de cette somme, soit 20 400 €, il est considéré comme sportif rémunéré à temps plein⁹¹. Selon l'article 3 de la loi du 24 février 1978, relative au sportif rémunéré, le contrat conclu entre un sportif et un employeur est réputé du contrat d'employé et doit donc respecter la législation de ce type de contrat. Un contrat de sportif rémunéré respecte donc les règles énoncées dans le point précédent et présente la particularité de ne pas pouvoir excéder cinq ans. Cependant, ce contrat de cinq ans peut être renouvelé autant de fois que le désirent le joueur et l'employeur. Pour qu'un accord soit considéré comme celui d'un sportif rémunéré et non seulement comme celui d'un contrat d'employé, la rémunération doit dépasser un certain seuil et doit être recalculée chaque année. Les chiffres y afférant sont repris dans ce tableau suivant⁹².

| Période | Seuil salarial |
|-------------------------|----------------|
| 01/07/2010 – 30/06/2011 | 8.675 EUR |
| 01/07/2011 – 30/06/2012 | 8.850 EUR |
| 01/07/2012 – 30/06/2013 | 9.027 EUR |
| 01/07/2013 – 30/06/2014 | 9.208 EUR |
| 01/07/2014 – 30/06/2015 | 9.400 EUR |
| 01/07/2015 - 30/06/2016 | 9.600 EUR |
| 01/07/2016 - 30/06/2017 | 9.800 EUR |
| 01/07/2017 - 30/06/2018 | 10.200 EUR |
| 01/07/2018 - 30/06/2019 | 10.200 EUR |
| 01/07/2019 - 30/06/2020 | 10.612 EUR |
| 01/07/2020 - 30/06/2021 | 10.612 EUR |

Figure 2 : Tableau extrait du site internet emploi.belgique.be

⁹¹ A.R. du 18 juin 2012 fixant le montant minimal de la rémunération dont il faut bénéficier pour être considéré comme sportif rémunéré (*M.B., 29 juin 2012*)

⁹²Service public fédéral. (2020). Contrat de travail de sportif rémunéré – Seuil salarial. En ligne : <https://emploi.belgique.be/fr/themes/contrats-de-travail/contrats-de-travail-particuliers/contrat-de-travail-de-sportif-0?id=41951>, consulté le 12 mai 2020

2.5.3 *Le contrat d'étudiant*

La troisième option à laquelle les structures peuvent recourir est le contrat d'étudiant qui diffère des deux premiers contrats par deux points : l'âge de prestataire du service et son occupation principale et journalière. La dénomination d'étudiant n'étant pas définie de manière explicite dans la loi, est considéré étudiant toute personne faisant des études dans l'enseignement, quelle qu'en soit la spécificité (enseignement secondaire, haute école, université) ainsi que les personnes se préparant à présenter les épreuves du jury central⁹³. Pour établir un contrat étudiant, il est indispensable que le jeune soit âgé de minimum 15 ans et qu'il ne soit plus soumis à l'obligation scolaire à temps plein auquel cas le travail de cet étudiant irait à l'encontre de la loi interdisant le travail des enfants. L'obligation scolaire à temps plein prend fin et devient dès lors une obligation scolaire à temps partiel pour un étudiant âgé de minimum 12 ans lorsqu'il valide deux années dans l'enseignement secondaire. Si l'enfant est âgé de plus de 16 ans, l'obligation de réussite de deux années dans l'enseignement secondaire devient facultative et cette obligation scolaire à temps partiel prend fin le 30 juin de l'année dans laquelle il atteint ses 18 ans⁹⁴. L'étudiant est rémunéré à hauteur équivalente de salaire horaire régime de 38 heures par semaine⁹⁵. L'étudiant profite des mêmes avantages de protection sur le lieu de travail, de santé, de rémunération, qu'une personne engagée sous contrat d'employé classique et se voit forcé à prêter un préavis conformément à la loi du 3 juillet 1978.

2.5.4 *L'indépendant*

Une autre opportunité pour les joueurs est de se déclarer sous le statut d'indépendant. Il n'y a plus alors ni contrat de travail créant une relation employé-employeur, ni la notion de subordination entre la structure et le joueur. Une alternative qui présente des points positifs et négatifs pour le joueur. En effet, il ne jouit pas des protections que lui confère un contrat classique selon la loi du 3 juillet 1978. Il devra donc se protéger lui-même c'est-à-dire contracter une assurance, payer ses cotisations sociales et s'affilier à une mutualité. En contrepartie, il profitera de l'avantage d'être plus libre au niveau de ses prestations notamment

⁹³ Service public fédéral. (2020). Contrat d'occupation d'étudiants. En ligne <http://www.emploi.belgique.be/defaultTab.aspx?id=41944>, consulté le 12 mai 2020

⁹⁴ Ibid

⁹⁵ Ibid

en termes d'horaires.⁹⁶ Le joueur peut aussi se déclarer en tant qu'indépendant complémentaire s'il a déjà une autre profession ou bien que son revenu en tant qu'indépendant e-athlète s'avère être trop faible.

2.5.5 *L'étudiant-entrepreneur*

Un statut liant les deux avantages des 2 statuts décrits précédemment serait celui d'étudiant-entrepreneur qui fut créé en Belgique le 1^{er} janvier 2017. Cette nouvelle alternative permet aux étudiants indépendants de ne pas devoir payer de cotisations sociales tant qu'ils sont sous le seuil d'un certain revenu. Cette particularité a été imaginée par l'état pour éviter de décourager de jeunes ambitieux.⁹⁷ Ce statut est soumis à trois conditions :

- la première étant que l'étudiant entrepreneur soit âgé entre 18 ans et 25 ans,
- la seconde étant qu'être étudiant soit son activité principale. Il doit donc être inscrit dans un établissement belge ou étranger pour l'année académique afin d'obtenir un diplôme reconnu par les autorités compétentes. L'année académique dans laquelle l'étudiant-entrepreneur est inscrit doit au moins correspondre à 17 heures de cours, c'est-à-dire 27 crédits ECTS conformes à la législation européenne.
- la troisième condition étant que l'activité professionnelle qu'il exerce ne le soumet à aucune subordination auquel cas, il serait certainement assujéti au statut d'employé⁹⁸.

Comme tout indépendant, l'étudiant-indépendant doit adhérer à une caisse d'assurance sociales dont le barème des cotisations est avantageux tant que le revenu annuel imposable reste inférieur à un certain plafond⁹⁹. Voici un tableau reprenant les revenus et les cotisations sociales correspondantes auxquelles doit souscrire un étudiant entrepreneur :

⁹⁶ Maudoux R. (2018). L'e-sport. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (Mémoire de Master). Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve

⁹⁷ Acerta. (2020). Etudiant et indépendant ? C'est possible! En ligne : <https://www.jesuisindependant.be/statut-social/vos-droits-et-obligations/etudiant-independant>, consulté le 18 mai 2020

⁹⁸Partena. (2017). Pourquoi choisir le statut spécifique d'étudiant entrepreneur ?. En ligne : <https://www.partena-professional.be/fr/knowledge-center/infoflashes/en-quoi-consiste-le-statut-specifique-detudiant-entrepreneur>, consulté le 18 mai 2020

⁹⁹Acerta. (2020). Etudiant et indépendant ? C'est possible! En ligne : <https://www.jesuisindependant.be/statut-social/vos-droits-et-obligations/etudiant-independant>, consulté le 18 mai 2020

| Votre revenu net annuel imposable Plafond de revenus | Vos cotisations sociales définitives |
|--|--|
| Moins de 6 996,89 euros | vous êtes dispensé de cotisations sociales. |
| Entre 6 996,88 et 13 993,79 euros | vous payez des cotisations réduites de 20,50 % sur le revenu au-dessus du plafond. La première tranche jusqu'à 6 996,88 euros reste exonérée |
| 13 993,78 euros ou plus | vous payez une cotisation comme vous le feriez en activité principale : minimum 739,05 euros par trimestre |

Figure 3. Tableau extrait du site internet acerta informant sur les barèmes de cotisation pour les étudiants-entrepreneurs

Le statut d'étudiant entrepreneur est donc une opportunité pour la structure qui devra moins investir financièrement dans l'engagement d'un joueur que via un contrat d'employé. Cette solution est aussi avantageuse pour le joueur qui arrangera son temps de jeu à son goût et restera à charge de ses parents et ne devra pas payer de cotisations sociales ou s'il le doit, des cotisations à prix avantageux.

2.5.6 *Le contrat flexi-job*

Dans son mémoire, Renaud Maudoux présente aussi l'alternative du contrat en flexi-job permettant à l'employeur de faire appel au service d'un employé à une période de temps qui l'arrange et durant une potentielle période de rush. Ce contrat est celui utilisé par les entreprises ayant recours au service de saisonniers lorsque leur activité est sujette à des périodes d'exploitation intense et des périodes plus calmes. Appliquée au monde de l'eSport, cela pourrait correspondre à faire appel à un joueur pour la période d'un tournoi et uniquement pour ce laps de temps. Cela permet d'avoir des frais bien moindres et le joueur reste plus libre que s'il signait un contrat classique.

2.5.7 *Situation sur les contrats et perspectives*

Les joueurs belges ont donc le choix entre six possibilités pour exercer leur passion à un niveau professionnel. Chacune a des avantages et des inconvénients et aucune ne répond parfaitement à leur situation. Dans d'autres pays, la situation a été clarifiée. Par exemple, en

France, le 7 octobre 2016 est publiée la loi pour une république numérique énonçant les conditions pour établir un contrat de travail pour les joueurs professionnels d'eSport et les modalités de ce contrat. Ce contrat comporte quatre conditions donnant un cadre juridique clair¹⁰⁰ :

- contrat à durée déterminée de minimum 1 an et maximum 5 ans renouvelable indéfiniment.
- obligatoire pour les firmes ayant reçu l'agrément leur permettant d'employer des joueurs d'eSport.
- pas de terme précis obligatoire et peut être conclu pour une durée minimale.
- pas d'indemnités obligatoires telles qu'énoncées dans un contrat de travail classique.

Il est possible de déroger à la règle de durée minimale lorsqu'un joueur est recruté pour remplacer un joueur absent ou suspendu ou encore lorsque le contrat court au minimum jusqu'au terme de la saison. C'est une opportunité pour les joueurs d'être engagés plus aisément car la situation est moins limitante pour les entreprises.

L'état belge pourrait donc adopter un contrat similaire, tout est question de volonté politique !

2.6. Revenus des joueurs

Le nombre de joueurs professionnels d'eSport ne cesse d'augmenter et leur revenu moyen est lui aussi en constante augmentation. Selon le site internet « esportsearnings.com », pour l'année 2019, la somme d'argent consacrée au cash-prize dans l'ensemble des compétitions esportives du monde était de 225 600 010,27 US dollars. Un montant atteint par l'addition des cash-prizes de 5106 compétitions à travers le monde. Cette somme est remportée par une totalité de 25 606 joueurs actifs en 2019 ; l'année précédente, le nombre de joueurs actifs était de 22 427 soit une augmentation de 14,2 %¹⁰¹. En 2009, le nombre de joueurs actifs était de 2 579¹⁰². En 10 ans, la scène compétitive a donc vu son nombre de participants augmenter de 892,9%. Toujours en 2019, le salaire moyenne des joueurs est de 8 810, 44 US

¹⁰⁰Direction générale des entreprises. (2018). Statut des joueurs professionnels salariés de jeux vidéo. En ligne : <https://www.entreprises.gouv.fr/numerique/statut-des-joueurs-professionnels-salaries-de-jeux-video>, consulté le 18 mai 2020

¹⁰¹ Esportearnings. (2020). Overall eSport stats for 2019. En ligne : https://www.esportsearnings.com/history/2019/top_players, consulté le 21 mai 2020

¹⁰² Esportearnings. (2020). Overall eSport stats for 2009. En ligne : https://www.esportsearnings.com/history/2009/top_players, consulté le 21 mai 2020

dollars par an soit une augmentation de 20,3 % par rapport à 2018¹⁰³ (Annexe 37). Des sommes moyennes à mettre en perspective car le gain médian de ces joueurs descend directement à 635 US dollars sur l'année. A l'image des sports classiques, les joueurs les plus performants gagnent des sommes nettement plus significatives grâce à leurs performances. On constate cependant que de plus en plus de joueurs peuvent vivre de l'eSport de manière décente ou bénéficier d'un complément de revenu grâce à ces compétitions sans faire partie du top. Seuls 0,015% des joueurs constituent ce top. Il s'agit par exemple, des joueurs professionnels des compétitions de *League of Legends* organisées par Riot Games¹⁰⁴.

Les jeux compétitifs d'eSport sont constamment régis par des systèmes de classement dont les statistiques sont consultables. Chaque joueur visualise donc facilement sa position dans le palmarès avec ses points forts et ses points faibles. Avoir un beau classement est bien sûr valorisable dans les tournois grâce aux prix gagnés mais aussi de plusieurs autres façons comme nous le verrons par la suite. Les tournois rapportent gros à une petite partie de compétiteurs. Cependant, nous allons voir que les joueurs peuvent gagner des sommes plus raisonnables tout en ayant plus d'assurance de résultats via des services requérant leurs compétences.

La première solution pour ces joueurs est de rendre leurs parties de jeux publiques et idéalement d'expliquer leurs différents choix et moyens d'amélioration. Les joueurs d'eSport évoluant en compétition sont constamment à la recherche d'une évolution de leur niveau de jeu et un moyen pour le faire est d'apprendre des meilleurs comme dans tous sports. Les joueurs du top utilisent dès lors la plateforme de streaming Twitch.TV pour diffuser en direct leurs sessions d'entraînement et potentiellement gagner de l'argent grâce aux abonnés ou encore à des dons reçus par les viewers. Certains joueurs diffusent leurs parties sans que l'on puisse entendre leur voix, les voir ou encore dialoguer avec eux comme le fait par exemple le joueur sud coréen Lee « Faker » Sang Heyok, joueur de niveau comparable à Lionel Messi ou encore Cristiano Ronaldo pour le jeu *League of Legends*. Il est suivi par 2,45 millions de followers c'est-à-dire des personnes qui suivent la chaîne Twitch.TV de manière gratuite, pour une moyenne de viewers simultanés de 26 277¹⁰⁵. Ce joueur profite d'une très forte visibilité grâce à son omniprésence dans les compétitions et à ses résultats. Le streaming lui rapporte des revenus négligeables par rapport à ses gains en cash-prize s'élevant à 1 252 037 US Dollars.

¹⁰³ Esportearnings. (2020). Overall eSport stats for 2018. En ligne : https://www.esportearnings.com/history/2018/top_players, consulté le 21 mai 2020

¹⁰⁴ League of graphs. (2020). Répartition des joueurs. En ligne : <https://www.leagueofgraphs.com/fr/rankings/rank-distribution>, consulté le 21 mai 2020

¹⁰⁵ TwitchTracker. (2020). Faker. En ligne : <https://twitchtracker.com/faker/statistics>, consulté le 21 mai 2020

Par conséquent, il n'a pas d'horaire de streaming fixe et ses followers le suivent uniquement pour ses performances et seuls 321 abonnés payent pour le soutenir. Il n'enregistre pas non plus ses vidéos afin de les publier sur YouTube, une plateforme de stream de vidéo en différé qui permet elle aussi de générer des revenus en fonction du nombre de vues.

D'autres joueurs professionnels s'investissent davantage dans ces sessions de streaming jusqu'à en faire une activité complémentaire, activité qui peut devenir une activité principale et une opportunité de reconversion comme nous le verrons plus tard. L'exemple probablement le plus connu dans la partie francophone du monde du gaming est le joueur Corentin « Gotaga » Houssein déjà cité précédemment dans ce travail pour ses performances et ses statistiques liées au streaming. C'est en 2011 qu'il gagne pour la première fois de l'argent en tant que joueur de *Call of Duty*, il est alors âgé de 17 ans. En 2020, il est toujours actif sur la scène compétitive et comptabilise un total de gains atteignant les 158 199 US Dollars, somme qu'il a principalement gagnée en 2019 sur le jeu *Fortnite*¹⁰⁶. Cette année-là, il se placera à la quinzième place du joueur français le mieux rémunéré par ses victoires en compétitions¹⁰⁷. Ses performances sportives sont suivies par 1 million de followers sur Instagram, 2,3 millions sur Twitch.TV¹⁰⁸ et 3,61 millions d'abonnés sur YouTube, ce dernier chiffre monte à 5,74 millions si nous additionnons les viewers de sa chaîne YouTube secondaire. De nombreux joueurs ont suivi son exemple et les e-athlètes portent très fréquemment la double casquette streamer-joueur.

Par ces deux moyens de revenus, les joueurs deviennent très médiatisés et sont suivis par un public important. Les marques y voient bien sûr une opportunité de visibilité non négligeable à des fins marketing. Les joueurs vendent ainsi leur image aux marques et signent des contrats leur offrant une rémunération ou des avantages offerts par ses marques. Des marques connues à l'échelle mondiale sponsorisent des joueurs ; citons par exemple Red Bull. Cette entreprise, créée en 1984, base sa visibilité sur le content marketing dont le concept est que le public cible est plus intéressé et enclin à s'investir émotionnellement dans une marque apparaissant dans des événements et dans l'actualité plutôt que dans des spots publicitaires classiques et répétitifs¹⁰⁹. C'est pour produire ce content marketing que la marque a soutenu des athlètes faisant l'actualité comme par exemple en 2012, Red Bull a sponsorisé l'Autrichien

¹⁰⁶ EsportsEarnings. (2020). Corentin « Gotaga » Houssein – Fortnite player. En ligne :

<https://www.esportsearnings.com/players/8574-gotaga-corentin-houssein>, consulté le 22 mai 2020

¹⁰⁷ Choppin D. (2020). Les 15 joueurs français d'eSport qui ont gagné le plus d'argent en compétition en 2019.

Business Insider France. En ligne : <https://www.businessinsider.fr/classement-joueurs-francais-esport-gagne-le-plus-2018#15-corentin-houssein-91-773-24>, consulté le 22 mai 2020

¹⁰⁸ TwitchTracker. (2020). Gotaga. En ligne : <https://twitchtracker.com/gotaga/statistics>, consulté le 22 mai 2020

¹⁰⁹ Jutkowitz A. (2014). The content marketing revolution. Harvard Business Review. En ligne : <https://namt.org/app/uploads/The-Content-Marketing-Revolution.pdf>, consulté le 22 mai 2020

Felix Baumgartner qui a battu le record du monde du saut en chute libre en sautant depuis l'espace. Cet évènement historique a reçu une énorme couverture médiatique et fut même félicité par la NASA sur twitter.¹¹⁰ Dans l'eSport, la marque sponsorise des évènements comme le tournoi de *League of Legends* « RED BULL SOLOQ » déjà cité précédemment. C'est une fois de plus, le joueur Corentin « Gotaga » Houssein qui est sponsorisé par Red Bull. Cela va des simples goodies comme les casquettes ou encore le frigo Red Bull dans sa salle de streaming jusqu'à l'organisation d'une tournée du joueur en France, le « Gotaga On Tour » durant lequel la marque a commercialisé des canettes avec la tête du joueur vendues dans les supermarchés français (Annexe 38).¹¹¹ Le joueur s'est même vu inviter à streamer de manière permanente dans une gaming house en plein centre de Paris qu'il partage avec le vidéaste et rappeur Amin « Prime » Mekri. Cette gaming house surnommée la Scuf House a été financée par une entreprise qui crée des manettes de jeu adaptées à une pratique plus compétitive sur divers jeux. Gotaga et SCUF Gaming sont en partenariat depuis l'époque où il brillait sur la scène de *Call of Duty*.¹¹²

Ces joueurs, devenus connus et suivis par leur public, profitent de leur notoriété pour générer des revenus en promouvant des marques qui leur offrent des contrats de partenariat. Certains de ces joueurs intègrent une partie du processus en créant une marque qui porte leur nom et déclinent leurs propres produits comme des casquettes, t-shirts et autres goodies. Ils le font soit de manière individuelle soit en associant la marque à l'ensemble de l'univers lié à leur divertissement. Une fois de plus, Corentin « Gotaga » Houssein en est l'exemple le plus significatif avec son logo connu de tous : la première lettre de son pseudonyme que l'on retrouve sur de nombreux articles.¹¹³ Dans d'autres cas, plusieurs joueurs compétitifs, streamers, influenceurs, ... se rassemblent derrière une dénomination commune du collectif comme par exemple le « FazeClan », créé en 2010. Initialement, « FazeClan » ne postait que des vidéos de performance sur You Tube. Aujourd'hui, c'est devenu une large structure composée de e-athlètes, d'influenceurs, de streamers et nombre de personnes soutiennent le collectif notamment en portant leur marque.¹¹⁴

¹¹⁰ L'OBS. (2012). Red bull Stratos : Felix Baumgartner, bat le record du monde de saut en chute libre. En ligne : <https://www.nouvelobs.com/video/20121014.OBS5663/red-bull-stratos-felix-baumgartner-bat-le-record-du-monde-de-saut-en-chute-libre.html>, consulté le 22 mai 2020

¹¹¹Red Bull. (2019). Gotaga On Tour. En ligne : <https://gotagaontour.redbull.com/>, consulté le 22 mai 2020

¹¹² Spaens A. (2018). Gotaga et PrimeTimeFUT intègrent une gaming house de luxe. Eleveventsports. En ligne : <https://www.dhnet.be/sports/omnisports/esport/gotaga-et-primetimefut-integrent-une-gaming-house-de-luxe-5b97ca6ccd70ef4beaa972d3>, consulté le 23 mai 2020

¹¹³Shop. (2020). En ligne : <https://shop.gotaga.tv/>, consulté le 23 mai 2020

¹¹⁴FazeClan. (2020). En ligne : <https://fazeclan.com/>, consulté le 23 mai 2020

Les joueurs professionnels possèdent une connaissance du jeu et des capacités poussées à l'extrême qui les rendent extrêmement performants. Ils ont une rapidité de réaction lors de parties et une vivacité d'apprentissage leur permettant d'avoir plusieurs séquences d'avance sur les autres joueurs. Les joueurs de niveau inférieur sont désireux de connaître leurs différentes techniques et connaissances. Pour ce faire, certains sont prêts à payer pour être coachés par des joueurs performants. Afin de répondre à cette demande, plusieurs sites internet ont été créés afin d'offrir à des gens prêts à payer le prix des formations en eSport. Bien qu'ils soient nombreux, tous ont un fonctionnement comparable : ces sites ressemblent à des forums ou même des réseaux sociaux via lesquels les clients ont accès à des tutoriels et échangent avec des coachs. Les clients payent un forfait pour obtenir l'accès à des cours, des coachings en groupe, la possibilité d'échanger avec des joueurs professionnels et des sessions de coaching privé. Un des sites les plus connus en France est le site « ProGuides » qui propose des coachings sur 8 jeux sportifs tels que *League of Legends*, *Fortnite*, *Counter-Strike : Global offensive*. Les coachs sont des joueurs de renommée mondiale tels que le joueur Yilliang « Doublelift » Peng, joueur participant aux LCS (League of Legends champion series) aux États-Unis depuis l'année 2011¹¹⁵ ou encore le joueur anglais Kyle « Mongraal » Jackson, joueur membre de la structure « FazeClan » qui s'est positionné treizième à la Fortnite World Cup 2019 en solo. Ces deux joueurs sont des pointures dans le milieu de l'eSport. D'autres moins performants dans le secteur compétitif ou moins célèbres faisant cependant partie du faible pourcentage des meilleurs joueurs se lancent également dans le coaching. Pour devenir coach sur « ProGuides », il faut postuler et donner ses statistiques car « ProGuides » affirme ne travailler qu'avec les 1 % des meilleurs joueurs de chaque jeu. Les classements généraux des jeux présentent l'intérêt de pouvoir comparer aisément son niveau à celui des autres et de savoir de quel pourcentage de la population de joueurs un e-athlète fait partie. Par exemple, pour le jeu *Teamfight Tactics*, on ne retrouve dans les coachs que des joueurs allant de « diamant 2 » à « challenger » ce qui correspond aux 0,6705 % des meilleurs joueurs du jeu¹¹⁶. Dans la scène esportive, ce classement est essentiel pour crédibiliser ou non un joueur en tant que formateur dans le domaine. Comme le présente le site « ProGuides », les postulants sélectionnés pour devenir coachs sont libres de donner des cours quand ils le souhaitent et sont disponibles de manière permanente pour répondre aux demandes d'un client désireux d'être coaché. Les coachs sont payés en fonction de leurs sessions de cours et sont payés à la semaine.

¹¹⁵Gamepedia. (2020). Doublelift. En ligne : <https://lol.gamepedia.com/Doublelift>, consulté le 23 mai 2020

¹¹⁶ League of graphs. (2020). Répartition des joueurs. En ligne : <https://www.leagueofgraphs.com/fr/rankings/rank-distribution>, consulté le 21 mai 2020

Un moyen pour les étudiants de se faire un petit revenu bien que toujours selon le site internet, ces sessions de coaching ne sont pas très lucratives mais restent un complément de revenu non négligeable¹¹⁷.

Finalement, les joueurs faisant partie de l'élite utilisent aussi parfois un dernier moyen pour générer des revenus : le soutien aux joueurs moins performants. Cette pratique est considérée illégale par le règlement du jeu. Comme expliqué, l'objectif de tout joueur est d'améliorer son classement : certains s'entraînent énormément d'heures, certains regardent des vidéos tutoriels, d'autres se payent des cours et finalement, certains payent des joueurs pour jouer avec eux. Les parties jouées avec un joueur de meilleur niveau sont bien plus simples à gagner et le client gagnent des places au classement général. Certains sont même prêts à payer pour que des joueurs performants prennent le contrôle de leur compte et fassent monter leur compte dans le classement. Cette pratique est illégale et injuste pour les joueurs respectueux des règles qui sont désavantagés par un adversaire « fantôme ». Ensuite, ils sont avantagés lorsque le client reprend la main sur son compte car il se retrouve face à des adversaires plus forts : il est donc rattrapé à son propre jeu ! Pour recourir à ces pratiques, les prix sont extrêmement élevés et il y a un risque de se faire bannir par le jeu. Le prix pour qu'un compte sur le jeu *League of Legends* déjà classé au niveau de la majorité des joueurs soit propulsé dans la tranche des 1% des meilleurs joueurs s'élève à +/- 300 euros. Le prix peut augmenter pour des avantages additionnels comme la durée de l'opération ou encore une pratique plus sûre de cette fraude¹¹⁸.

2.7. Les formations d'eSport

Avec l'expansion du milieu de l'eSport et la démocratisation relative du métier de e-athlète, en France notamment, des écoles se sont créées avec plus ou moins de bonheur afin de former les étudiants désireux de devenir joueur professionnel ou pratiquer une profession dans ce secteur. La France est dans ce domaine, comme dans celui de la législation de l'eSport, précurseur et a déjà testé plusieurs types d'enseignement.

Dans ce paragraphe, nous parlons d'étudiants qui suivent un cursus dont le sujet est le gaming et même plus spécifiquement l'eSport. Il existe des formations de développeur, designer, vidéaste et même joueur. Il ne faut généralement pas posséder le bac pour intégrer ces écoles. Les étudiants y sont formés pour devenir community manager, analyste, caster des rencontres sportives ou encore coach d'équipes. Certaines de ces écoles proposent des

¹¹⁷ ProGuides. (2020). En ligne : <https://www.proguides.com/instapro>, consulté le 23 mai 2020

¹¹⁸ BoostRoyal. (2020). Boost de ligue. En ligne : <https://www.boostroyal.fr/boost-de-ligue>, consulté le 26 mai 2020

formations donnant accès à un diplôme de bachelier en communication suivi d'une spécialisation au milieu de l'eSport ou encore l'opportunité de décrocher un MBA.¹¹⁹ Dans ces cas, les étudiants se voient former au milieu sportif : ils étudient le marché de l'eSport en France, ils apprennent à développer un projet de création d'entreprise dans le domaine du jeu vidéo et ils sont aussi formés au développement d'un concept de jeu.¹²⁰

La formation de joueur existe aussi : elle consiste en des entraînements intensifs sur un jeu vidéo sportif dans l'objectif d'acquérir le niveau nécessaire pour devenir joueur professionnel. A la fin de leur cursus, les étudiants passent des tests afin d'intégrer les plus grandes structures sportives de France tel que Vitality, MCES, FC Nantes... En France, la « Gaming Academy » propose un cursus de 2 ans d'un programme sportif comprenant des entraînements intensifs individuels et en équipe et une analyse des performances du joueur. L'élève est aussi formé en hygiène de vie, nutrition, activité physique afin de se maintenir en bonne santé et éviter les blessures déjà présentées en première partie. Ces écoles en plus de former aux jeux compétitifs enseignent à leurs étudiants des bases en gestion via des formations en marketing, communication, finance, économie... L'apprentissage et la connaissance des spécificités du secteur du jeu vidéo leur est aussi dispensée par l'étude du développement d'un jeu vidéo, l'organisation d'un événement sportif, l'animation d'une communauté gaming... Finalement, les joueurs apprennent à gérer le stress des compétitions et sont mis en situation¹²¹.

Certaines institutions proposent même de former des jeunes encore scolarisés en secondaire. Ces formations sont comparables à des stages ou encore des occupations extra-scolaires. Par exemple, la MCES Academy (Mon Club ESport), dans le sud de la France, organise des séances de formation allant de une à quatre séances par semaine avec à la clé des cadeaux comparables à ceux offerts dans un club de football ou de tennis comme des maillots, des paires de lunettes gaming, des participations à des tournois, ... Le prix de ces formations varie entre 510 € et 1 470 € pour l'année.

A ce stade, comparer les écoles proposant des formations à des joueurs d'eSport est difficile car le marché est jeune et il y a de grandes disparités entre elles. Certaines abusent d'ailleurs de la jeunesse du secteur et de nombreux scandales ont éclatés pour dénoncer les

¹¹⁹ ProGamer. (2019). E-Sport, Liste des écoles et formation de jeu vidéo en France. En ligne : <https://pro-gamer.fr/e-sport-liste-des-ecoles-et-formations-jeu-video-en-france/>, consulté le 26 mai 2020

¹²⁰Gaming Campus. (2020). 4 écoles spécialisées aux métiers du jeu vidéo, post bac. En ligne : https://gamingcampus.fr/ecoles.html?gclid=CjwKCAjw_LL2BRakEiwAv2Y3SZUoG5AsNhQY1hkxAnOSwRza2FU8D4BqL6Wumk41thjCYeQO5FcksRoCkoYQAvD_BwE, consulté le 26 mai 2020

¹²¹Gaming Academy. (2019). Former les joueurs professionnels de jeux vidéo. En ligne : <https://gaming.academy/athlete-esportif.html>, consulté le 26 mai 2020

abus et les promesses mensongères de ces écoles à leurs élèves. Par exemple, « The Esport Academy » de Nantes créée en 2016, la première à entrer sur le marché, a été publiquement critiquée par des anciens élèves qui l'accusent d'être une arnaque et de ne pas tenir ses engagements. En effet, « The Esport Academy » proposait un programme de 9 mois pour une somme de 5 000 € qui s'est traduit par des travaux de finitions des locaux et vivre dans des conditions de vie insalubres ! Le matériel et les professeurs n'étaient pas présents et les cours n'étaient pas assurés ou alors, les professeurs étaient insuffisamment qualifiés.¹²² En outre, la majorité de ces écoles décernent des diplômes sans reconnaissance par l'état. Les règles liées aux crédits ECTS requis pour qu'un diplôme soit reconnu par l'Union Européenne et pouvoir valoriser ses connaissances lors d'un transfert d'étude ne sont pas respectées¹²³. Certaines écoles, comme la « Gaming Academy », respectent quand même ces législations et décernent donc des diplômes reconnus. Dans ce cas, les formations sont des formations plus classiques dans le milieu de la communication ou du business avec des spécialisations dans le secteur de l'eSport.

Partie 2 : La reconversion en général et chez les sportifs en particulier : modèle

La reconversion professionnelle est une réalité de plus en plus présente dans notre société qui se caractérise par une précarité croissante de la situation professionnelle des différents acteurs du monde du travail.¹²⁴ En effet, un grand nombre de personnes se réorientent durant leur parcours professionnel. Ces redirections peuvent être le fruit d'un choix délibéré et anticipé ou bien d'une obligation de reconversion qui est subie et non préméditée.¹²⁵ Une autre option, bien que moins fréquente, est le choix d'une redirection professionnelle souhaitée afin d'éviter la rupture future et inévitable dans le parcours. Cette option de reconversion permet d'éviter les désagréments liés à une reconversion subie en anticipant la nécessité de se recycler dans une autre profession, l'inconfort financier et les perturbations psychologiques et émotionnelles qui peuvent survenir dans ces cas de reconversion subies.¹²⁶

¹²² Numerama. (2017). Locaux insalubre, épidémie de gale... : l'école d'eSport nantaise fait scandale. En ligne : <https://www.numerama.com/tech/266266-locaux-insalubres-epidemie-de-gale-lecole-desport-nantaise-fait-scandale.html>, consulté le 27 mai 2020

¹²³ Rotek. (2019). Le problème avec les écoles de gaming/eSport. En ligne : <https://rotek.fr/probleme-ecoles-de-gaming-esport/>, consulté le 27 mai 2020

¹²⁴ Mercure D., Spurk jan. (2003) Le travail dans l'histoire de la pensée occidentale, Saint-Nicolas, Canada : Les Presses De L'Université Laval

¹²⁵ Glee A., & Scouarnec A. (2008). Parcours professionnels et enjeux RH contemporains : Comment passer du subir au choisir ?, Actes du 19^e congrès de l'AGRH à Dakar

¹²⁶ Parker P., Khapova S. N., & Arthur M.B. (2009). The intelligent career framework as a basis for interdisciplinary inquiry, *Journal of Vocational Behavior*, 75, 291-302. DOI : 10.1016/j.jvb.2009.04.001

Cette troisième option s'avère être particulièrement pertinente et fréquente dans le sport. Le temps, bien qu'il permette de gagner en expérience, est l'ennemi du sportif qui voit inévitablement ses performances diminuées avec celui-ci. Pourtant, nombre de sportifs, quelle que soit leur discipline, aspirent à y rester. Les joueurs sportifs ne dérogent pas à la règle : le temps les use par les entraînements intensifs et les incite à passer à autre chose. Pourtant, ceux qui ont atteint les sommets de l'eSport ont généralement envie de continuer à le côtoyer.

Chapitre 1 : Théorie de la reconversion chez les joueurs de rugby élargie à l'eSport.

En 2014, une étude est menée par Catherine Fabre, Anne-Laure Gatignon Turnau et Séverine Ventolini quant à la reconversion de joueurs professionnels de rugby en France¹²⁷. La pratique de ce sport s'est professionnalisée en 1995 et c'est une vingtaine d'années plus tard qu'apparaissent les premiers retraités rugbymen n'ayant connu qu'une carrière de joueur professionnel. Les auteurs s'intéressent donc à un phénomène récent qui débute également dans le monde de l'eSport puisque les premiers joueurs professionnels prennent leur retraite. Cette étude met en évidence quatre profils de joueurs qui abordent des stratégies de reconversion différentes : les attentistes, les opportunistes, les experts et les entrepreneurs. Ces stratégies de reconversion se basent sur trois notions essentielles développées au cours de leurs carrière sportive, à savoir :

- le réseau créé durant la pratique du sport au niveau professionnel,
- les compétences développées et les connaissances acquises lors de cette période,
- les objectifs et le plan de carrière réfléchis par les joueurs

Ce travail utilise les conclusions de C. Fabre, AL. Gatignon Turnau et S. Ventolini pour développer une analyse parallèle quant à la reconversion de joueurs professionnels d'eSport.

Le premier des quatre profils présentés dans l'étude de référence est les « attentistes » qui basent leur avenir professionnel sur le réseau créé durant leur période de jeu à haut niveau et principalement grâce aux partenaires économiques de leur club. Ce choix vise un retour financier grâce à leur carrière ; il n'y a pas de projet joint à leur reconversion car ces joueurs ne cherchent pas à étoffer leurs compétences. Ils considèrent que leurs compétences d'athlètes sont difficilement transférables et ont peu de valeurs en dehors de la pratique du sport à haut niveau. Ces attentistes prévoient très peu leur avenir professionnel et on remarque qu'ils

¹²⁷ Fabre, C., Gatignon Turnau, A. & Ventolini, S. (2012). Les stratégies de reconversion des sportifs professionnels : une lecture par les carrières intelligentes. @GRH, 5(4), 113-137. doi:10.3917/grh.124.0113.

s'investissent plus dans leurs réseaux lorsque leur carrière arrive à son terme. Leurs objectifs de reconversion sont peu développés et leur identification au monde du rugby reste omniprésente.

La seconde catégorie est les « opportunistes ». Ceux-ci, tout comme les attentistes, non pas de plan de carrière précis et basent leur reconversion sur le réseau développé durant leur carrière de joueur. Ils se distinguent des attentistes par leur comportement durant leur carrière : les opportunistes accumulent un maximum de compétences tout au long de leur carrière. Ils optimisent leur employabilité en augmentant leurs ressources valorisables en fin de carrière. L'objectif de l'opportuniste est de minimiser les risques auxquels il devra faire face lors de sa redirection professionnelle. Ces profils d'opportunistes sont caractérisés par une préoccupation pour la reconversion associée à un besoin de contrôle et d'identification au rugby en déclinaison.

La troisième catégorie de personnes qui entament une reconversion est les « experts » : ils cherchent à valoriser leurs compétences en les utilisant dans leur carrière future en devenant principalement coach et préparateur sportif. Ces personnes préparent leur redirection professionnelle durant toute la durée de leur carrière ou du moins une grande partie. Il s'agit, une fois de plus, d'utiliser son réseau en apprenant de ceux qui pratiquent le métier visé ou encore en utilisant ses contacts pour trouver une place par après. Ainsi, certains joueurs deviennent des coachs de renom et sont parfois plus connus pour cette seconde carrière que pour la première. Garder un bon contact avec les partenaires de la première carrière est un avantage non négligeable qui permet à certains de devenir coach dans leur club de joueur professionnel. Ces profils sont fortement préoccupés par leur reconversion et expriment un important sentiment de contrôle tout en restant attaché au milieu du rugby. Ce cas de figure est fréquent dans le football avec des joueurs comme Josep Guardiola, Zinédine Zidane ou encore Johan Cruyff.

Les « entrepreneurs » constituent la dernière catégorie en reconversion. Ces derniers cherchent à conserver un niveau de vie équivalent à celui de leur période de joueur professionnel. Ils désirent aussi profiter d'indépendance et de souplesse dans leur nouvelle profession. Ils s'investissent pour obtenir des compétences et une expertise complémentaire à celles acquises lors de la période de joueur. Ces personnes sont à la recherche d'un accomplissement aussi satisfaisant que celui atteint durant leur carrière de joueur et sont prêts à s'investir de plusieurs manières dans leur nouveau projet (apport financier, prise de temps et de risques pour créer un nouveau projet, implication dans un apprentissage, diversification des compétences, ...). La reconversion future a par conséquent été une préoccupation omniprésente

et s'est traduit par un intense besoin de sentiment de contrôle tandis que l'attachement au milieu du rugby est déclinant.

Chapitre 2 : Modèle de reconversion chez les sportifs : mise en évidence des facteurs impactants

Dans ce travail, je cherche à lister les opportunités de reconversion qui s'offrent aux joueurs professionnels de jeux vidéo, à les mettre en parallèle avec leurs centres d'intérêt ainsi que leur ambition professionnelle future. Il est important que les joueurs se rendent compte de leurs compétences intrinsèques qui les avantagent dans leur choix professionnel futur et aussi des compétences/atouts qu'ils peuvent développer au cours de leur carrière de joueur afin de se former pour la redirection professionnelle à laquelle ils aspirent. Au-delà des performances de jeu considérées comme point de départ de tout joueur professionnel, par compétences intrinsèques s'entendent :

- Capacité d'adaptation,
- Degré de sociabilité,
- Capacité de mise en scène.

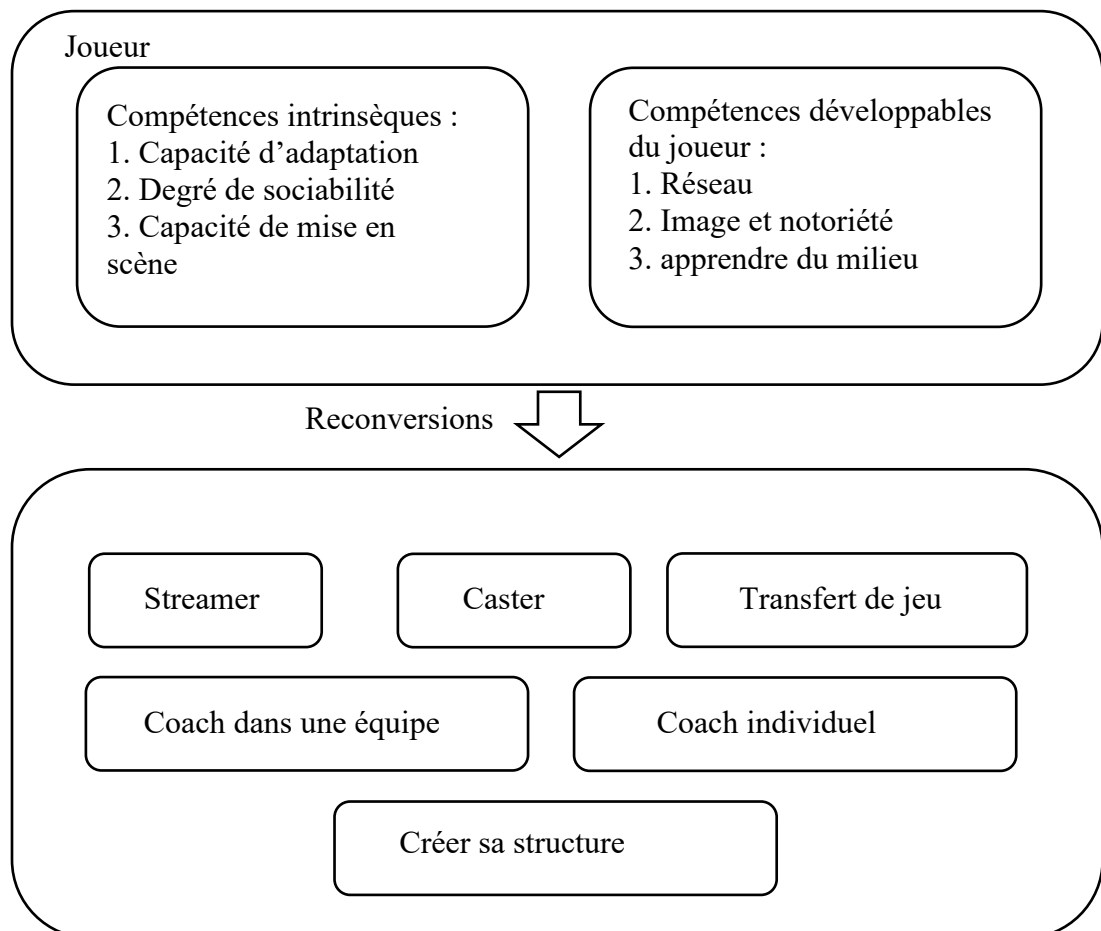
Par compétences/atouts développables, il faut comprendre :

- création d'un réseau et d'un carnet d'adresses. Ce comportement s'inscrit de manière très poussée dans le profil de l'opportuniste qui aura la clairvoyance de chercher à s'entourer pour rebondir aux mieux lorsque sa carrière de joueur arrive à son terme.
- travail de son image et sa notoriété. Ce choix s'inscrit une fois de plus très clairement dans le comportement de l'opportuniste car en développant cet atout, il prépare le terrain pour sa reconversion future. L'eSport vit grâce à la compétition et son public : c'est l'audience qui suscite l'intérêt des partenaires financiers que sont les marques. Entretenir son image et élargir son audience au maximum sera toujours un avantage pour un joueur cherchant à se rediriger dans l'eSport. Ceux-ci sont de véritables influenceurs pour une communauté de niche qu'est celle de l'eSport.
- apprendre du milieu directement ou même de façon générale. Le joueur adopte alors un comportement d'expert qui développe son expertise afin d'assumer un rôle d'acteur sportif qui lui demandera ce genre de connaissances ou encore, un comportement d'entrepreneur lorsqu'il est prêt à se former dans des matières qui ne

sont pas directement liées au milieu de l'eSport ou même du gaming. Le monde de l'eSport étant très jeune et n'ayant pas de canevas de carrières professionnelles toutes tracées, l'intérêt et la détermination que montre un individu pour réaliser un projet à une valeur très élevée dans ce milieu.

Comme développé dans le chapitre précédent, chaque joueur utilisera ses compétences intrinsèques et développables selon son profil de sorte qu'il ira assez naturellement vers la reconversion qui lui conviendra le mieux. L'objectif de ce travail est donc de lui offrir un « guide pratique » pour mener sa réflexion. N'oublions pas l'importance de la préparation de reconversion ! La connaissance du milieu et les recherches dans la littérature ont permis de mettre en avant 6 opportunités principales de reconversion, à savoir streamer, caster, coach privé ou en structure, changer de jeu et créateur de structure.

Finalement, le modèle peut être schématisé de la façon suivante :



Les interviews ont pour intérêt de valider ou pas ces opportunités et surtout de mettre en évidence les avantages/inconvénients et les recommandations y afférentes. Ce questionnement s'avère être d'autant plus sensé que les joueurs sont jeunes et donc pas toujours

dans la projection future alors que comme toute carrière de sportif, l'eSport ne déroge pas à la règle, les joueurs n'ont une période de présence dans le top du classement que limitée.

Partie 3 : La reconversion des joueurs professionnels d'eSport : recherche qualitative

Après la définition théorique des facteurs à prendre en compte pour tout joueur désireux de se reconvertir dans le monde de l'eSport, il importe de les confronter à la réalité. Le terrain validera-t-il les hypothèses ?

Chapitre 1 : Méthodologie : Présentation de l'analyse qualitative, du questionnaire, de l'échantillon et des résultats

1.1. Présentation de l'analyse qualitative

Dans le cadre de ce mémoire est menée une recherche dans le domaine des ressources humaines et ce, dans le milieu de l'eSport : « Quelles sont les opportunités de reconversion pour les joueurs professionnels d'eSport dans le monde du gaming ? ». Pour répondre à cette question, une étude qualitative auprès de huit joueurs professionnels d'eSport, actifs ou retraités, a été réalisée. J'ai préféré une étude qualitative car suite aux enseignements que j'ai acquis lors de mon master, notamment en suivant le cours de « Marketing Research » dispensé par le professeur Nadia Steils, il m'a semblé que c'était la méthode la plus adaptée. En effet, cette méthode offre une grande flexibilité et il est possible d'aborder des sujets sensibles tels que les revenus. Ce choix m'a aussi permis de questionner de manière plus approfondie sur certaines informations avancées par les joueurs. Finalement, ce système donne accès à des idées supplémentaires qui ne seraient pas apparues dans une étude quantitative. Malheureusement, une étude qualitative représente un haut coût en terme de temps, une représentativité faible et l'impossibilité d'en tirer des conclusions statistiques car notamment, l'échantillon s'avère limité. En faisant la balance entre les avantages et désavantages, ce choix m'a semblé le plus avisé pour explorer la reconversion professionnelle d'un milieu jeune car ce thème a besoin du vécu des joueurs et de mon apport en sujets de discussion. Peu de joueurs ont en effet une vue globale de la question. L'objectif de ce travail n'est pas d'orienter les joueurs sur base de statistiques mais plutôt de les sensibiliser aux facteurs à considérer.

1.2. Présentation du questionnaire

Préalablement à chaque interview, le joueur a été informé explicitement du caractère anonyme de ses réponses. Il lui a été demandé s'il acceptait l'enregistrement en vue de la retranscription future. Les huit joueurs furent interrogés individuellement et de manière orale lors d'interviews guidés sur base d'un questionnaire parcourant plusieurs étapes dans leur carrière (Annexe 39) ; les thèmes du questionnaire lui ont été cités ainsi que l'objet de ma recherche. Chaque joueur a eu la liberté de développer son opinion sur d'autres potentiels sujets relatifs au cadre de ce travail, j'ai veillé à l'y encourager sans rester « bloquer » sur le questionnaire. Celui-ci est composé de trois parties pour un total de vingt questions adaptables en fonction du profil interrogé et des réponses obtenues au cours de l'interview. La première partie concerne les débuts d'une carrière professionnelle de joueur de jeux vidéo : elle vise à décrire de manière approfondie le parcours des joueurs et les comportements mis en place pour atteindre une carrière dite professionnelle. La seconde partie, intitulée « Évoluer en tant que joueur professionnel de jeux vidéo », cherche à comprendre leurs pratiques tout au long de leur carrière. L'objectif de cette deuxième partie est clairement de cerner si et comment ils ont envisagé/anticipé leur fin de carrière. La troisième partie, « La retraite et les opportunités de reconversion pour un joueur professionnel de jeux vidéo », est la plus conséquente des trois. Elle vise à lister les opportunités de reconversion qui s'offrent aux joueurs professionnels d'eSport tout en restant dans ce milieu. Cette dernière partie a eu besoin des deux précédentes pour être analysée car elle concrétise leurs réflexions sur la reconversion et les limites de pistes possibles. Durant cette troisième partie, j'ai questionné les joueurs sur l'ensemble des limites et opportunités des reconversions auxquelles j'avais pensé, même celles qu'eux n'ont pas évoquées, afin d'en saisir les enjeux de la manière la plus complète possible et pouvoir en tirer des recommandations.

1.3. Présentation de l'échantillon

Les joueurs actifs et retraités interrogés ont été sélectionnés pour couvrir un large panel : certains sont de jeunes joueurs qui débutent leur carrière professionnelle et d'autres sont des joueurs actifs depuis un certain temps ayant déjà vécu plusieurs rebondissements, reconversions, ... Ces joueurs plus expérimentés peuvent avoir pris leur retraite et s'être reconvertis dans une profession plus classique en reprenant leurs études par exemple. D'autres ont su se reconvertir dans un métier lié au monde de l'eSport et du gaming en général en adoptant un des quatre profils décrits dans l'étude sur la reconversion de rugbyman. D'autres

encore ont su relancer leur carrière en devenant professionnels sur d'autres jeux de la scène sportive. Finalement, certains des joueurs interviewés sont des joueurs ayant déjà une carrière conséquente sur leurs jeux respectifs et ayant remporté plusieurs titres et cash-prize : ils sont toujours présents sur l'avant de la scène compétitive. Afin d'assurer une diversité dans l'échantillon de recherche, les joueurs viennent de jeux différents dont les gameplay sont bien distincts. Au-delà du gameplay, le type d'audience, de revenus, de fonctionnement lors des différentes saisons régulières sont également variables. Cet échantillonnage donne ainsi accès aux témoignages de joueurs aux revenus, modes de vie ou public différents. De plus, ces joueurs ont pratiqué ou pratiquent la profession de joueur sportif à des niveaux variables. Bref, l'échantillon a été voulu diversifié. Dans le cadre d'une étude qualitative, il me semble indispensable de connaître le passé de l'interviewé et de chercher à comprendre son cheminement professionnel pour cerner son profil. Aussi, ont-ils été encouragés à préciser leurs propos autant que possible (Annexe 40). Comme déjà expliqué, les joueuses se font très discrètes ; je n'ai pas eu l'occasion d'en contacter.

Le premier joueur interviewé est un homme de 27 ans qui a eu une carrière de joueur professionnelle sur le jeu *Hearthstone* durant six ans ; il a participé aux championnats du monde sur ce jeu. Il a fait partie de plusieurs structures actives au premier plan de la compétition sportive européenne. Il s'est aujourd'hui reconverti en tant que streamer et caster sur le jeu *Teamfight Tactics*. Cette reconversion professionnelle lui assure un revenu suffisant. (Annexe 40.1)

Le second joueur interviewé est un jeune joueur de 19 ans, membre depuis un an d'une équipe française sur le jeu *League of Legends* active sur la compétition professionnelle française. Il a la particularité d'avoir été recruté tout en étant encore au lycée et a mené de front sa carrière et une année de terminale en alternance. (Annexe 40.2)

Le troisième joueur est un jeune homme de 27 ans ayant été actif sur la scène compétitive de *League of Legends* pendant trois ans et ayant participé aux LCS (*League of Legends* championships series) durant une période de trois mois. Cette compétition fut la compétition au niveau le plus élevé d'Europe sur ce jeu et les joueurs recevaient un salaire de la part du développeur du jeu, Riot Games. Il est aujourd'hui retraité et a fait des études dans l'évènementiel. (Annexe 40.3)

Le quatrième joueur, jeune homme de 21 ans, a participé durant une année à l'E-pro League, la compétition belge sur le jeu *FIFA* dont les participants représentent des équipes de la Jupiler pro league. Après cette saison de joueur professionnel, il a pris sa retraite afin de se

reconcentrer sur ses études et n'écarte pas la possibilité de redevenir joueur professionnel un jour. (Annexe 40.4)

Le cinquième joueur professionnel est un jeune homme de 22 ans ayant débuté sa carrière professionnelle sur le jeu *League of Legends* en 2019. Il joue actuellement pour une team évoluant au niveau de la compétition française et a pour objectif d'atteindre le niveau européen. (Annexe 40.5)

Le sixième joueur est un jeune homme de 25 ans s'étant lancé dans le streaming puis, dans une carrière de joueur professionnel sur le jeu *Teamfight Tactics* lorsqu'il a pris conscience de ses compétences en tant que joueur et ce, au début de l'année 2020. Il a déjà remporté une compétition sur la scène française lors de l'INSALAN TFT. Il est aussi membre d'une Web TV. (Annexe 40.6)

Le septième joueur interviewé, jeune homme de 26 ans, a participé à la compétition professionnelle au niveau européen sur le jeu *League of Legends* durant la saison des LCS allant de juillet 2014 à janvier 2015. Il est actif dans l'eSport sur le jeu *League of Legends* depuis octobre 2011 et fut coach durant six mois pour une équipe française avant de se reconverter dans une carrière de manager d'équipe depuis novembre 2016. (Annexe 40.7)

Le huitième joueur, jeune homme de 24 ans, a lancé sa carrière de joueur professionnel sur le jeu *Super Smashbros. Melee* en 2020. Il a gagné plusieurs tournois français en 2019 et se destinait à être extrêmement actif sur la compétition mondiale du jeu en 2020 jusqu'à ce que ses plans soient interrompus par la crise du COVID-19. Les contrats de joueurs professionnels sur ce jeu étant extrêmement rares, il est actuellement en train de mettre en place un contrat d'alternance en tant qu'employé et joueur dans une structure.

1.4. Collecte et présentation des résultats

Les interviewés ont duré entre 35 minutes et 1 heure 30 minutes au moment qui convenait aux joueurs. Tous étaient coopérants et certains étaient plus diserts que d'autres !

Les deux premiers thèmes du questionnaire (les débuts et la carrière du joueur) ont été utiles pour cerner le profil des joueurs et comprendre leurs réponses quant au thème central, à savoir le troisième, la reconversion. Les résultats se veulent comme une présentation exhaustive des reconversions envisageables pour un joueur d'eSport qui veut rester dans le monde sportif ou dans celui du gaming en général. Les opportunités de reconversion sont diverses et variées. Cependant, elles nécessitent certaines compétences, formations préalables ou encore une part de chance. L'ensemble des avantages et inconvénients des choix de reconversion seront

également présentés ainsi que la manière la plus optimale de rediriger sa carrière vers chacun de ces choix. De plus, ces reconversions présentent des limites et contraintes qui doivent être prises en compte par les joueurs cherchant à se rediriger. Les résultats rassembleront aussi des recommandations pour chaque piste de reconversion. Ces recommandations résultent des interviews ou de l'analyse empirique menée dans ce travail.

Partie 4. Résultats et discussion

Chapitre 1 : Les potentielles reconversions mises en parallèle avec les 4 profils envisagés

1.1. Reconversion en tant que streamer

A la question des opportunités de reconversion, la première réponse et la plus fréquente est certainement le streaming. Comme décrit précédemment dans ce travail, la fonction de streamer consiste à diffuser en direct sa partie de jeu sur une plateforme de streaming, la plus connue et démocratisée étant Twitch.tv. Les joueurs professionnels peuvent également publier le contenu sous forme de vidéo sur YouTube. Lors des interviews, il s'est avéré qu'un joueur récemment devenu professionnel a fait le chemin contraire. Sa passion première étant le streaming, diffuser ses parties de jeu l'a amené à consacrer un temps considérable à jouer et à intégrer ainsi le top du classement c'est-à-dire un niveau suffisant pour participer aux compétitions professionnelles. Or, les joueurs interviewés sont unanimes : le plus important pour devenir joueur professionnel, c'est de jouer énormément.

Le joueur professionnel devenant streamer peut présenter deux des profils décrits supra : attentiste ou opportuniste. L'attentiste aura vécu sa carrière de joueur professionnel sans réellement se soucier de la fin de celle-ci et s'est contenté de faire confiance en ses capacités sportives et au soutien de son réseau et de ses fans pour intégrer le monde du streaming. L'opportuniste, lui, aura pris soin au cours de sa carrière sportive d'être présent sur différents streams de personnalités connues ou encore dans des émissions de diffusion quotidienne. Par conséquent, les viewers se seront habitués à lui et retiendront son nom comme celui d'un streamer connu de sorte que naturellement, il se sera constitué son public.

Les joueurs professionnels devenant streamer sont avantagés pour plusieurs raisons. La première étant que le succès d'un streamer est corrélé à son niveau de jeu qui attire les viewers.

“Mais surtout, ce que font les joueurs, c'est le stream en fait, juste streamer des parties de haut niveau. Ça fait que tu peux avoir beaucoup de gens qui te regardent et avec le soutien des gens qui te regardent, tu peux faire un bon complément de revenu. » (Interview 2)

Les spectateurs suivent un stream pour profiter des conseils du streamer, d'autant mieux suivis qu'ils sont dispensés pédagogiquement et de façon humoristique. Un second avantage, non-négligeable pour un streamer qui vise une audience suffisante pour pouvoir en vivre, est sa notoriété de joueur. En effet, plus un joueur a été présent longtemps sur la scène compétitive, plus il a atteint des niveaux élevés, plus il est connu et plus il est à même de rassembler une communauté conséquente qui le suit et désire le voir jouer. Le troisième avantage est inhérent à son réseau de connaissances glanées tout au long de son activité de joueur. Il parvient ainsi à diffuser des sessions de jeux avec des joueurs professionnels connus mais qui ne diffusent pas eux-mêmes en les invitant à jouer avec lui. Ceci constitue un attrait majeur pour la communauté qui suit la scène esportive. De même, à l'inverse, ce joueur retraité aura plus de chance et de facilité à se faire inviter par des streamers connus afin qu'il leur partage son expérience et son gameplay. Ce réseau est recherché par les structures de streaming. Par exemple, l'entreprise Solary (citée précédemment pour leur rachat de la team Fortnite Oserv) emploie des streamers ainsi que des joueurs professionnels de jeux vidéo. Certains des streamers sont des joueurs professionnels retraités. Comme déjà précisé, travailler dans une structure est avantageux pour les joueurs qui bénéficient d'horaires fixes et plus réduits, de la renommée de l'entreprise qui a déjà ses nombreux viewers et finalement des avantages techniques liés au matériel ou encore à l'expérience. En outre, ces diffuseurs ont signé un contrat et ont donc un salaire qui leur évite une incertitude liée à leur revenu.¹²⁸

Bien que considérée par les joueurs professionnels interviewés comme la reconversion la plus évidente et demandant le moins de préparation, ce choix de reconversion présente néanmoins certains désavantages. Le premier est le nombre élevé des joueurs prenant leur retraite dans cette voie qui commencent à saturer le marché. Les streamers par jeu suivis par plusieurs milliers de viewers restent peu nombreux. Beaucoup d'autres sont moins chanceux et dépassent difficilement la centaine de viewers ce qui ne leur permet pas de générer un revenu suffisant. Le second inconvénient est que pour percer, les streamers diffusent leur gameplay durant de très nombreuses heures : être omniprésent leur permet de toucher un maximum de viewers parcourant le site Twitch.tv. Ces larges horaires s'avèrent être mauvais pour la santé physique et mentale. Finalement, cette pratique s'avère être extrêmement intrusive et provoque l'abandon d'une part de vie privée. Les joueurs passant énormément de temps à streamer ; ils se lèvent en allumant leur stream et se couchent en l'éteignant ; ils prennent donc leur repas en

¹²⁸ Solary. (2019). WEB TV. En ligne : <https://www.solary.fr/tv/solary>, consulté le 17 juillet 2020.

direct, parlent parfois de leurs soucis personnels en ligne. Comme l'a déclaré un joueur interrogé, le streaming est une forme de télé-réalité et devenir streamer, c'est accepter de devenir un personnage public.

*« Tout le monde est fana de télé-réalité et Twitch pour moi, est une grande télé-réalité. Globalement, tu suis quelqu'un du moment où il se lève au moment où il va se coucher. »
(interview 3)*

Ce même interviewé déclarait que les streamers qui fonctionnent bien sont ceux qui se distinguent des autres par la création d'un personnage et souvent l'accentuation de certains traits de leur personnalité au risque d'en masquer d'autres. Il considère cela comme un manque d'honnêteté et estime le contenu abrutissant comme souvent reproché au contenu de télé-réalité : dernier inconvénient de la carrière de streamer.

« S'il y a un des critères requis que tu n'as pas. Donc le niveau de jeu, l'aptitude à animer le live ou même l'humour. Là, tu vas avoir du mal à percer comme on dit. Tu vas avoir du mal à faire des vues parce que les gens ont déjà ce que tu présentes et quand il y a déjà trop sur le marché. C'est un peu comme l'offre et la demande. Il y a un surplus et les gens vont pas te voir juste. Il faut se démarquer et si tu sais te démarquer, il y a toujours moyen de faire des choses. »(Interview 2)

« Et c'est là, le conseil à tous les streamers : c'est qu'être sérieux c'est bien, mais ça plaît pas ! Enfin, j'aime bien ta tête, j'aime bien ta voix, enfin tu vois c'est là, il faut vraiment créer quelque chose, une image de toi qui fait que les gens, ils vont te suivre pour ça et il faut rester dans ce personnage-là. » (Interview 3)

Par conséquent, les recommandations pour réussir une conversion en streamer sont : soigner son réseau, consacrer beaucoup de temps, se façonner un personnage de scène et accepter de mettre sa vie privée entre parenthèses. Quant au réseau, lorsqu'il est encore actif, le joueur a intérêt à l'optimiser c'est-à-dire à apparaître au maximum sur le site de diffusion Twitch.tv ainsi que sur You Tube grâce à des invitations sur des émissions de casts, de partage de gameplay avec d'autres streamers, ... Pour entamer cette carrière, l'ancien joueur professionnel doit être prêt à passer énormément de temps à diffuser afin de fidéliser les viewers et gagner ainsi des abonnés. Il doit aussi garder en tête qu'il faut proposer un « spectacle », autrement dit, un contenu qui attire les viewers, des titres aguicheurs et un certain jeu d'acteur. Un comportement qui n'est pas inné, il faut le dire ! Un interviewé proposait même de prendre des cours de théâtre afin d'être plus à l'aise devant la caméra. Finalement, le joueur décidant de se lancer dans une carrière de streamer doit accepter d'abandonner en partie

sa vie privée car il deviendra un personnage public suivi sur les réseaux sociaux. Son comportement et ses propos risquent d'être repris et analysés en dehors de leur contexte.

1.2. Reconversion en tant que coach en structure

De nombreux joueurs ont vécu cette reconversion avec plus ou moins de succès. On peut prendre pour exemple le double champion du monde sur le jeu *League of Legends*, Kim « kkOma » Jeong-Gyun qui est devenu l'entraîneur principal d'une équipe participant au tournoi majeur de Chine. Un parcours exemplaire que nombre de joueurs essaient de reproduire. Selon les joueurs interviewés, ce choix permet de faire bénéficier l'équipe coachée de sa vision de jeu et de son expérience. Le coach prépare la stratégie de l'équipe et propose un travail en amont bien différent de celui du joueur qui lui, travaille ses compétences en jeu tout en suivant les conseils du coach.

« C'est que quand tu es joueur, tu es sur le terrain : tu fais avec ce que tu as. Quand tu coaches, tu choisis ce que tu peux, ce que tu vas dérouler et donc de pousser un peu le jeu. Tu bouges des pions simplement ! » (Interview 3)

Ce choix de reconversion s'inscrit dans un comportement d'expert de la part du joueur. Dès lors, le joueur qui y pense, prépare déjà sa reconversion en accroissant ses compétences durant sa période de joueur et il cherche à apprendre de son coach, notamment sur l'élaboration d'une stratégie d'équipe. Lorsqu'il met fin à sa carrière de joueur, il peut potentiellement devenir entraîneur dans la structure pour laquelle il jouait ou encore trouver une autre équipe via son réseau.

L'un des avantages de ce choix est la facilité légitime de transition entre joueur et coach. Il ressort des interviews que les coachs doivent impérativement avoir un niveau très élevé, comparable à celui des joueurs afin de bien comprendre leurs difficultés et comment améliorer leurs points faibles. Un second avantage étant que, bien qu'une formation via des écoles de coaching en eSport existe, les performances en jeu et l'expérience restent les maîtres-achats qui sont les plus valorisés. Qui plus est, avoir côtoyé et travaillé avec un coach lors de sa période de joueur professionnel est probablement le meilleur moyen d'apprendre car le joueur aura observé les bases du coaching en les vivant de l'intérieur. Les joueurs ont aussi l'occasion démontrer leur capacité à mener d'autres joueurs principalement sur les jeux en équipes en devenant chef d'équipes. Ils auront ainsi testé leurs décisions tactiques durant les parties, décisions prises sur les conseils du coach.

Le rôle de coach n'est pas un choix de reconversion simple : il présente aussi des difficultés comme en témoignent certains joueurs lors des interviews. Le premier est très clairement la pression ressentie lors de leur parcours. Les joueurs sont des compétiteurs payés pour remporter des tournois : s'ils ne sont pas performants, leur place dans une équipe en tant que joueur peut rapidement devenir précaire. Les attentes sont semblables pour les coaches qui doivent donner des résultats à leur employeur. Ces derniers attendent d'eux qu'ils génèrent les performances des joueurs. Les coaches sont considérés comme les sixièmes joueurs d'une équipe bien qu'ils ne soient pas sur le terrain : ils préparent les matches, la stratégie à appliquer et stimulent les joueurs. Par conséquent, les résultats des coaches dépendent de leurs performances de coaching et aussi de celle des joueurs sur laquelle ils ne peuvent influencer qu'en amont des matches. Un coach pourra donc être critiqué pour ses performances alors que le problème vient de la synergie entre les joueurs, au contraire du joueur dont l'équipe enchaine les défaites qui pourra toujours se démarquer par des performances personnelles lors des matches. Comme découvert durant les interviews, le rôle de coach est d'autant plus périlleux que les joueurs sont souvent des jeunes hommes désireux d'être victorieux et de se démarquer des autres ; fédérer l'équipe n'est pas forcément simple ! Nul besoin de rappeler que les joueurs présentent souvent des ego surdimensionnés et un esprit fort critique et ce, d'autant plus dans les jeux peu professionnalisés et donc peu encadrés par un staff.

« Le coach est quand même considéré comme le sixième joueur. Est-ce qu'on peut dire qu'un joueur qui passe coach n'est plus joueur ? Pour moi, c'est toujours un joueur : tu vois, c'est lui qui fait la stratégie, il n'applique plus quoi ! il step up, Bah oui, parce qu'au final, c'est lui qui va faire les drafts, c'est lui qui va faire ça en fait. Il a une plus grande vision d'ensemble, sûr ! » (Interview 3)

«Le coach, il a une responsabilité, une pression, un stress au quotidien. C'est pas : est-ce que lui, il va cartonner ou pas ? Ca dépend de ses joueurs. C'est un stress. Quand t'as un joueur qui sous-performe ou qui a des problèmes, que ce soit familial, ou problème de train de vie, de rythme de vie, de drogue, ... Quel que soit le problème, c'est toi le responsable.» (Interview 1)

Les recommandations pour une reconversion en tant que coach sont nombreuses. La première étant que le meilleur moyen de préparer cette reconversion est l'anticipation. L'idéal est de se démarquer en tant que joueur en apprenant de ses collaborateurs, en essayant déjà de participer à l'organisation stratégique de l'équipe, en devenant chef d'équipe, ... Par ses bons contacts avec ses coéquipiers, le joueur pourra par la suite utiliser son réseau pour valoriser ses compétences de meneur. Un second conseil serait que l'aspirant coach doit développer des qualités en communication et en gestion de conflits car les crises relationnelles sont fréquentes

dans les équipes professionnelles d'eSport composées de jeunes gens sous forte pression. Dans l'idéal, le coach sera un leader et une personne consensuelle attachée aux conciliations tout en valorisant chacun. Finalement, le coach doit lui-même être capable d'évoluer dans un milieu où la pression est omniprésente. Sa position est précaire et des résultats concrets seront attendus à chaque nouvelle prestation des joueurs.

1.3. Reconversion vers un nouveau jeu

Choisir de participer à un nouveau jeu n'est pas réellement une reconversion car le joueur conserve son titre de joueur professionnel d'eSport, il change simplement de discipline. Ce cas n'est pas rare du tout dans le monde du jeu vidéo. Prenons pour exemple le joueur déjà cité précédemment, Karim « Airwaks » Benghalia, joueur au plus haut niveau de *League of Legends* européen¹²⁹ qui s'est par la suite reconverti en tant que joueur *Fortnite*. Ce jeu lui a réussi puisqu'il y a aussi remarquablement performé en atteignant la vingt-neuvième place au classement de la « World Cup 2019 » en duo¹³⁰. Les joueurs interviewés tout au long de ce travail n'en sont pas surpris. Selon eux, devenir joueur professionnel ne demande pas un talent particulier, bien que certaines personnes soient plus douées que d'autres à la base pour les jeux vidéo. Tous s'accordent à dire que la réussite d'un joueur professionnel est engendrée par sa motivation et sa capacité à s'entraîner de nombreuses heures d'affilée.

« Il y a des joueurs qui vont avoir ces qualités et qui vont les garder sur un autre jeu. Il y a aussi le fait que quand on est un joueur pro sur un jeu, on a l'habitude et la mentalité pour atteindre le plus haut niveau et quand on passe sur un autre jeu, on va garder cet état d'esprit donc même si on doit réapprendre le jeu. » (Interview 6)

Les joueurs reconvertis sont probablement classables dans la catégorie des attentistes car ils ne cherchent pas à accumuler des compétences à l'inverse des opportunistes. Leur réseau est essentiel car ils l'utiliseront pour contacter les personnes susceptibles de leur proposer des contrats de joueur professionnel connaissant leur valeur en tant que tel.

Aller d'un jeu compétitif vers un autre présente de nombreux avantages et est relativement aisé pour les joueurs expérimentés. En effet, ils ont déjà parcouru le chemin de la professionnalisation et sauront éviter certaines erreurs liées notamment à une mauvaise hygiène de vie ou une déstabilisation mentale. Un second avantage est le transfert des compétences

¹²⁹Gamepedia. (2020). Airwaks. En ligne : <https://lol.gamepedia.com/Airwaks>, consulté le 17 juillet 2020.

¹³⁰ Gamepedia. (2020). Airwaks. En ligne : <https://fortnite-esports.gamepedia.com/Airwaks>, consulté le 17 juillet 2020.

créées sur le premier jeu. Ainsi, par exemple, le joueur sud coréen Choi « Polt » Seong Hun qui est passé du jeu *Starcraft II* au jeu *TeamFight Tactics* s'est démarqué et a performé grâce à son impressionnante APM, une qualité omniprésente chez les joueurs de *Starcraft II* car inhérente au gameplay.

« Un joueur qui fait une reconversion vers un autre jeu on en connaît beaucoup. Et on en connaît beaucoup qui ont très bien réussi. Ils étaient les meilleurs sur le premier jeu. Ils sont passés sur le deuxième et ont été les meilleurs. (...) Même sur TFT, l'un des meilleurs joueurs sur le serveur américain qui s'appelle Polt. La raison pour laquelle il domine ? Il est extrêmement fort. C'est qu'il a une APM qui est très impressionnante, c'est qu'il peut bouger 8 joueurs en 1 seconde. » (Interview 1)

Un troisième avantage est le réseau développé sur le premier jeu qui lui sera profitable de plusieurs manières sur la scène du nouveau jeu choisi. La structure pour laquelle il joue sera peut-être intéressée par l'idée d'un contrat sur un nouveau jeu car elle a confiance en son joueur et croit en son transfert de jeu. Ensuite, il bénéficiera probablement de l'aide des joueurs présents sur le nouveau jeu, qu'ils soient de la même structure ou non car comme découvert au fil des interviews, les joueurs sont de manière générale plutôt camarades et ne rechignent pas à s'entraider. Les joueurs professionnels de la communauté française de *Teamfight Tactics* affirment d'ailleurs que cette entraide les maintient aussi nombreux dans le top cinquante européen : ils n'hésitent pas à s'envoyer un message en cas d'interrogation et à partager leurs informations. Un autre avantage, et pas le moindre, pour un joueur changeant de jeu est un regain de motivation. Bien souvent, le joueur quitte un jeu par perte d'intérêt et donc un nouveau jeu peut lui redonner l'envie de s'entraîner avec acharnement. Et comme on le sait maintenant, l'entraînement est une condition indispensable à la réussite professionnelle pour le joueur de jeux vidéo.

Vivre cette reconversion présente cependant aussi des difficultés. Ainsi, bien qu'un joueur puisse transférer certaines compétences d'un jeu vers un autre, une partie de ses connaissances et compétences sont devenues obsolètes et il faut à nouveau s'entraîner pour acquérir les « mécaniques » de jeu. Le joueur doit donc être prêt à recommencer à un niveau peu élevé et prendre le temps de s'entraîner avec intensité. Une situation qui peut s'avérer difficile à vivre si la raison de l'arrêt de carrière est notamment la fatigue engendrée par les entraînements éreintants. Finalement, n'oublions jamais que seules les grandes performances sont retenues. Si le transfert s'avère ne pas être rapidement fructueux, le joueur aura perdu une place et un classement qui, bien que déclinant sur le premier jeu lui permettaient de rester professionnel un certain temps encore. Avec un échec de transition, le joueur ne sera désormais plus payé et

n'aura plus réellement de niveau à faire valoir : une situation qui lui imposerait une nouvelle réorientation.

« Pour moi, c'est vraiment plus lié à la motivation qui fait de vraiment rentrer dans un autre jeu et de comprendre le jeu. Comme on dit chez nous de « try hard » un peu le jeu de vraiment se surpasser de jouer, de jouer, de jouer. C'est vraiment en fait la motivation et la persévérance de la personne. » (Interview 4)

Il est donc recommandé pour un joueur professionnel d'eSport de ne changer de jeu que si certaines conditions sont réunies. La première, qui est primordiale, est un intérêt pour le nouveau jeu choisi. Effectivement, bien que le joueur transférera une partie des compétences acquises sur son premier jeu vers le nouveau, il devra aussi passer un temps considérable sur son nouveau jeu pour devenir un expert. Comme révélé par les interviews, un joueur pro s'entraîne dix heures par jour toute la semaine : son emploi du temps et son rythme de vie s'articulent autour de la pratique du sport. Si le joueur n'a pas de motivation réelle pour le jeu et que son intérêt est l'argent, le résultat est risqué. Une seconde recommandation serait de transiter en douceur d'un jeu vers un autre en essayant de bénéficier de l'aide d'autres compétiteurs sur le nouveau jeu. Le joueur activera donc son réseau dès le début de sa transition. La transition d'un jeu vers un autre réussit aux joueurs qui ont su valoriser leurs compétences de joueur professionnel et leur sérieux auprès d'une structure.

1.4. Reconversion en tant que caster

Il est possible pour un joueur de se convertir en commentateur de tournois et compétitions. Une opportunité de reconversion qui demande peu de travail d'adaptation car le joueur est déjà un expert dans le domaine du jeu vidéo ; elle est d'ailleurs vécue par de nombreux joueurs. Citons l'exemple de Jean « Trayton » Medzadourian, joueur professionnel sur *League of Legends* durant deux ans qui est devenu commentateur pour la chaîne Twitch.tv numéro un pour les francophones et déjà mentionnée dans ce travail, à savoir O'Gaming.

Un chemin emprunté par certains joueurs, qui cependant requiert certaines compétences ainsi que la capacité à saisir l'opportunité qui se présente.

« Encore une fois, c'est le concept que si la porte est entre-ouverte, tu peux l'enfoncer mais sinon tu peux pas. Donc à partir du moment que t'es dans l'écosystème, t'as des opportunités ou alors tu forces des opportunités dans ce qui t'intéresse et alors là, c'est possible. Si t'es vraiment complètement extérieur au milieu, c'est compliqué, je pense. » (Interview 1)

« l'opportunité est très très maigre. Il y a plus de chance que tu sois joueur que tu sois caster. Le joueur, s'il performe, il performe. Le caster, tu peux être le meilleur possible, au monde, si

*tu te fais pas repérer, tu te fais pas repérer et c'est super compliqué de se faire repérer. »
(Interview 1)*

Comme l'explique l'un des interviewés, le nombre de commentateurs pour un tournoi est limité et il y a moins de présentateurs qu'il n'y a de joueurs. De plus, il n'y a pas que les joueurs qui essayent de devenir caster. Bref, il y a compétition avec d'autres profils. Le métier de commentateur sportif se distingue nettement du métier de joueur et demande des aptitudes supplémentaires. Pour que cette reconversion fonctionne, il est indispensable que le joueur ait un profil d'expert. Admettons cependant que cette reconversion est assez naturelle et que les joueurs ont un avantage certain.

En termes d'atouts, le joueur bénéficie de son expertise et de sa légitimité dans le domaine. Le joueur professionnel à la retraite plaît aux recruteurs de commentateurs par sa notoriété car ils savent que les viewers seront plus enclins à regarder et écouter les analyses d'un expert qu'ils ont regardé évoluer à haut niveau. Un joueur très présent sur la scène peut ainsi être encouragé par la firme gérant le développement sportif du jeu sur lequel il joue professionnellement comme ce fut le cas pour un des joueurs retraités interviewés dans le cadre de cette étude.

La reconversion en caster présente certains avantages mais les limites sont nombreuses et compliquent sérieusement la redirection professionnelle. Premièrement, le nombre de casters comparé au nombre de joueurs présents sur un tournoi est bien plus faible. Statistiquement, il est plus accessible de devenir joueur professionnel que commentateur. Ensuite, la fonction de caster consiste à intéresser les amateurs de compétitions, leur faire comprendre les actions et décisions des joueurs et les enthousiasmer.

« Un bon caster, c'est quelqu'un qui va donner envie de regarder quelque chose, que ce soit un match de foot ou n'importe quoi. A partir du moment qu'il y a des commentaires et que c'est bien fait, que tu donnes envie à la personne de regarder, et bien voilà, ça fonctionne ! » (Interview 3)

« Pour caster, il faut avoir une bonne élocution. Il faut aimer parler et il ne faut pas avoir peur de parler devant tout le monde parce que t'as quand même la pression de la caméra et ça, si t'as pas ces compétences-là, tu ne peux pas le faire. » (Interview 7)

Disons-le : c'est difficile car les jeux vidéo sont souvent compliqués à comprendre pour les non-initiés car basés sur des statistiques dont découlent les décisions des joueurs et les réactions des adversaires. Être capable de séduire des spectateurs nécessite une formation en

communication et de l'éloquence car ces compétences sont rarement naturelles chez le joueur. Finalement, certains casters et analystes sont de véritables journalistes sportifs. Or, le journalisme est un métier. Le joueur devra donc se former s'il veut être complet. La langue est également un frein dans cette reconversion : s'il n'est pas capable d'interviewer des joueurs internationaux ou de les comprendre en matches, il manquera une partie des informations et c'est un réel handicap.

Il est donc recommandé pour un joueur professionnel désirant devenir caster d'être capable de saisir toutes les occasions pour se faire une place car elles sont peu nombreuses. Ensuite, le joueur devra idéalement se former en communication, en journalisme et en langues. A lui, d'anticiper et de le faire durant sa carrière par une formation en alternance comme le font certains des joueurs interviewés dans le cadre de ce travail.

1.5. Reconversion par la création de sa propre structure

Nombre de joueurs retraités ont profité de ce marché en pleine expansion pour créer leur propre structure. Ces structures, décrites dans le chapitre un, sont des entreprises recrutant des joueurs et les payant afin qu'ils jouent en leurs noms aux différentes compétitions de divers jeux vidéo.

Par la création de sa structure, l'ancien joueur professionnel continue à vivre de l'eSport et du gaming en général. Cette catégorie de personnes s'inscrit dans le profil des entrepreneurs. Ces personnes se caractérisent par leur volonté d'indépendance et de jouir d'un certain rythme de vie. Ils ont un sentiment d'accomplissement fort qu'ils assouvissent en devenant des acteurs majeurs du monde de l'eSport. L'exemple type est Carlos « Ocelote » Rodriguez qui a fondé la structure G2 Esports en 2015¹³¹, désormais une structure incontournable qui gagne de nombreux titres sur les jeux les plus connus comme *Counter-Strike : Global Offensive*, *Fortnite*, *League of Legends* ou encore *Rocket League*¹³². Créer son entreprise demande au joueur retraité un large investissement en temps, argent et énergie.

« Ça revient à créer une entreprise et pour ça, il faut beaucoup de choses. Il faut de l'expérience, il faut peut-être avoir été avant de créer une équipe. Je vais prendre l'exemple d'Arma Team. Avant de créer Arma Team, Torlk et Lewelis, ils ont été haut placés dans une autre équipe, ils ont gravi les échelons chez Millénium., ils avaient beaucoup de

¹³¹ L'équipe. (2019). Carlos "Ocelote" Rodriguez, fondateur du club G2 Esports : « C'est un phénomène générationnel ». En ligne : <https://www.lequipe.fr/Esport/Infos/Carlos-ocelote-rodriguez-fondateur-du-club-g2-esports-c-est-un-phenomene-generationnel/1077988>, consulté le 18 juillet 2020

¹³² G2Esports. (2020). About. En ligne : <https://g2esports.com/about>, consulté le 18 juillet 2020.

connaissances et de qualités dans ce domaine. Il faut beaucoup d'expérience. Il faut un apport financier parce qu'il va falloir les infrastructures, il va falloir avoir de quoi convaincre les joueurs de rejoindre et tout ça. » (Interview 6)

Les anciens joueurs professionnels possèdent plusieurs atouts majeurs pour la création de leur structure. Le premier, leur carnet d'adresses, leur donne accès aux acteurs importants du milieu rencontrés durant leur carrière de joueur : des joueurs qu'ils pourront recruter, des membres de staff d'autres structures qui seraient désireux de changer d'employeur, des investisseurs qui pourraient fournir des fonds ou encore des sponsors qui voudraient investir dans cette nouvelle structure et bénéficier de son image et sa réputation. Le second avantage des anciens joueurs professionnels est la connaissance du fonctionnement interne d'une structure avec ses qualités à reproduire et ses défauts à améliorer. Finalement, un joueur qui crée une structure sera passé par le rôle de joueur, aura côtoyé les coachs et membres du staff organisationnel et se retrouve désormais à la place de gestionnaire de la structure. Il peut donc aisément se mettre à la place de tous les membres de son entreprise et les comprendre pour optimiser leur efficacité notamment par le confort au travail. Il se rend rapidement compte de tout dysfonctionnement et anticipe ainsi au maximum les situations de crise.

La principale difficulté est que la fondation d'une structure demande des compétences qui n'ont aucun lien avec la profession de joueur.

« Si t'as la fibre entrepreneuriale et que tu te sens capable de créer une entreprise, de gérer un business parti de zéro mais qui ne dépend plus seulement de toi mais de tes salariés, de tes commerciaux, etc. » (Interview 5)

« Je pense que c'est quand même compliqué et surtout il faut avoir l'esprit entrepreneuriat et de la gestion. C'est pas... Franchement, ouvrir une structure c'est comme ouvrir un commerce. C'est un taf énorme et je ne pense pas que n'importe qui peut faire ça. » (Interview 7)

L'entrepreneur doit se former en gestion pour notamment établir le business plan. Il importe également d'acquérir des compétences en ressources humaines pour recruter les meilleurs partenaires, des connaissances en gestion administrative, en comptabilité, ... En outre, un tel projet demande des fonds : soit il les aura, soit l'entrepreneur devra inspirer confiance aux investisseurs pour les récolter.

Les recommandations pour cette reconversion sont une utilisation efficace des ressources acquises durant la période de joueur professionnel que ce soit le carnet d'adresses afin de recruter des collaborateurs fiables à tous les niveaux de l'organisation ou les connaissances techniques du milieu pour bien organiser sa structure. En parcourant son réseau, le joueur

pourra découvrir des partenaires pour la création d'une structure ayant les compétences en gestion qui lui manqueraient comme ce fut le cas pour Carlos « Ocelote » Rodriguez qui créa G2 Esports en partenariat avec Jens Hilgers¹³³. Jens Hilgers est un entrepreneur et investisseur très actif dans le monde de l'eSport. En 2000, il crée l'ESL (Electric Sport League déjà présentée plutôt dans ce travail) et en sera le CEO jusqu'en 2015, année durant laquelle il cofonde G2 Esport¹³⁴. Une recommandation supplémentaire est de se former en gestion dès la fin de la carrière de joueur professionnel et avant le lancement de la structure. Le joueur peut aussi à nouveau entamer une formation en alternance durant sa période de joueur comme certains interviewés l'ont fait afin d'obtenir leur diplôme tout en pratiquant leur passion au plus haut niveau.

1.6. Reconversion en coach privé

Comme présenté supra dans ce travail, certains joueurs de niveau très élevé utilisent des sites de coaching pour rencontrer des joueurs de niveau moyen désireux de s'améliorer. Les anciens joueurs professionnels sont les mieux placés pour conseiller et aider un joueur à progresser. Ce choix est par conséquent relativement simple à mettre en pratique étant donné qu'il existe de nombreux sites qui mettent en relation les coaches et les personnes désireuses d'apprendre.

« Tu peux faire du coaching individuel. Il y a pas mal de clientèle à ce niveau-là parce que les gens ont soif d'apprentissage en fait. Il souhaitent devenir bons sur les jeux. Tu peux faire du coaching individuel, ça marche plutôt bien. » (Interview 2)

Le profil du joueur cherchant à faire cette reconversion s'inscrit dans la catégorie attentiste : il ne prépare pas sa reconversion sinon en utilisant le niveau atteint durant sa carrière et sa notoriété pour trouver ses clients.

Les facilités pour cette reconversion sont principalement l'image et la renommée que le joueur a su développer au cours de sa carrière. Le passé de joueur professionnel est un gage d'expertise en tant que professeur.

Le désavantage principal de ce choix est sa courte durée. Les jeux pratiqués au niveau compétitif changent en fonction des modes et de l'intérêt que la communauté leur porte. Bien

¹³³ G2Esports. (2020). About. En ligne : <https://g2esports.com/about>, consulté le 18 juillet 2020.

¹³⁴ The Esports Observer. (2019). HIVE Berlin : Jens Hilgers, Peter Warman Discuss Trends In Sports. En ligne <https://esportsobserver.com/hive-berlin-hilgers-warman/>, consulté le 19 juillet 2020.

que certains jeux durent plus d'une décennie, l'expertise de l'ancien joueur ainsi que sa notoriété décroissent rapidement au fil du temps.

En termes de recommandations, ce choix est intéressant à condition que l'ancien professionnel soit pédagogue et aime transmettre son savoir. Cette activité demande de la patience. Le coach peut, en outre, streamer ses sessions de coaching si son élève l'accepte. Le coach a ainsi l'occasion d'attirer un public de joueurs désireux d'apprendre mais n'ayant pas l'envie ou la possibilité de payer pour faire analyser leur gameplay. En faisant cela, le coach bénéficiera d'un double revenu : une fois lors du coaching privé et une seconde fois avec la diffusion de contenu. Il pourrait même le tripler en publiant le live sur You Tube en différé. Finalement, il est important que l'ancien joueur capitalise sur sa notoriété de joueur professionnel pour valoriser son coaching et attirer des joueurs en recherche de coach. A priori, ses fans en tant que joueur le solliciteront volontiers pour du coaching. Plus le joueur aura été connu pendant sa période de joueur, plus sa carrière de coach privé sera fructueuse.

1.7. Tableau récapitulatif

| Reconversion | Atouts | Limites | Recommandations |
|--|--|---|--|
| Streamer (attentiste ou opportuniste) | 1.Niveau de jeu élevé 2.Notoriété 3.Réseau | 1.Marché saturé 2.Horaires lourds 3.Sacrifice de sa vie privée 4.Mise à nu de sa personnalité réelle | 1.Soigner son réseau pour investir le milieu 2.Consacrer du temps 3.Animer, créer l'intérêt et apprendre à jouer un personnage 4.Mettre sa vie entre parenthèse |
| Coach en structure (expert) | 1.Légitimité 2.Niveau de jeu élevé 3.Expérience 3.Apprentissage du jeu et de la gestion d'équipe durant la carrière | 1.Forte pression 2.Dépendance aux résultats des joueurs 3.Gestion des relations entre joueurs | 1.Se préparer durant la carrière de joueur 2.Capable des gérer des équipes et leurs conflits, leadership 3.Gérer la pression indirecte |

| | | | |
|-----------------------------------|--|---|---|
| Transfert de jeu (attentiste) | 1.Expérience de joueur professionnel 2.Compétences 3.Réseau 4.Motivation | 1.Reconstruire les bases sur un jeu 2.Entraînement intensif 3.Perte d'un statut et revenu | 1.Être motivé par le nouveau jeu 2.Éviter la rupture lors du transfert d'un jeu à l'autre 3.Valoriser son expérience passée |
| Caster (expert) | 1.Légitimité et expertise 2.Notoriété 3.Déjà en contact avec le développeur du jeu | 1.Peu de places 2. Nécessite une formation en communication, journalisme et langues | 1.Etre à l'affut d'une opportunité 2. Se former durant sa carrière en communication, journalisme et langues |
| Créer sa structure (entrepreneur) | 1.Carnet d'adresse 2.Connaissance du fonctionnement interne 3.Expérience | 1. Demande des compétences de gestionnaire 2.Argent 3.Confiance | 1.Utiliser son réseau et ses connaissances techniques 2.S'entourer de partenaires fiables 3. Se former en gestion |
| Coach privé (attentiste) | 1. Notoriété 2. Expertise | 1.Choix de carrière peu durable | 1. Etre pédagogue 2. Streamer les cours 3.Travailler sa notoriété de joueur pro |

Chapitre 2 : Discussion

La combinaison des recherches empiriques et dans la littérature m'ont permis de mieux cerner le monde de l'eSport et de constater qu'il évolue sans cesse : j'ai compris comment l'eSport s'inscrit dans la culture du gaming qui lui-même prend place dans le monde du jeu vidéo. Il est indispensable d'en saisir les nuances afin de comprendre le milieu dans lequel les joueurs professionnels actifs évoluent. Durant cette recherche, j'ai aussi découvert les réalités auxquelles les joueurs font face : leur profession s'inscrit dans une compétition avec toutes les conséquences que cela engendre, c'est beaucoup plus qu'un jeu !

J'insiste sur la diversité et la constante évolution du milieu : mon travail, réalisé en 2020, aurait sans doute été différent en 2019. Les opportunités de conversion vont se multiplier encore. Nous l'avons constaté : certaines, comme être caster, sont déjà fort encombrées, d'autres, le coaching notamment, sont temporaires car les jeux se renouvellent sans cesse. La réalité des joueurs est donc en constante transformation. Dès lors, il importe de garder à l'esprit qu'il correspond à un moment précis : 2020.

La pertinence d'une étude qualitative s'est confirmée : chaque profil de joueur est particulier et influence son opinion sur les reconversions. A ce stade, je ne vois pas quelles statistiques pourraient être envisagées. Probablement qu'interviewer plus de joueurs apporterait des nuances supplémentaires. Je reste cependant persuadé qu'aujourd'hui, les principales reconversions envisageables ont été discutées.

Le sujet traité est vaste et chaque choix de reconversion pourrait probablement être le sujet d'une recherche. Dans ce mémoire, j'ai voulu rester global et envisager les reconversions adaptées aux profils des joueurs. J'ai l'espoir d'en faire un outil de réflexion pour qu'ils tiennent compte de leurs forces et faiblesses, des avantages et limites des diverses options ainsi que la manière de le mettre en place au mieux.

Dans le travail de C. Fabre, AL. Gatignon Turnau et S. Ventolini sur la reconversion des joueurs de rugby, on a découvert que la reconversion des joueurs se réfléchit en fonction de plusieurs facteurs. Ces facteurs influencent les opportunités de reconversion des joueurs selon une mise en parallèle de leurs profils et de ce qui les intéressent et de la manière dont ils comptent s'investir dans leur redirection professionnelle. Nous retrouvons dans ces facteurs le réseau créé durant la carrière, les compétences acquises en tant que joueur, les objectifs de reconversion professionnelle future et la volonté d'inscription dans le milieu de la nouvelle fonction. Les joueurs professionnels d'eSport s'inscrivent dans une situation comparable. A la lecture de la reconversion des rugbyben, j'avais intuitivement pensé que :

- des joueurs attentistes pourraient être ceux qui comptent capitaliser sur la notoriété acquise pendant leur période de jeu à haut niveau pour profiter du soutien de sponsors. Ils tenteront d'utiliser leurs contacts et partenaires de carrière afin de se reconvertir dans une fonction qui peut susciter leurs compétences ou non.
- Des opportunistes vont chercher à être présents sur la scène de l'eSport via d'autres moyens que les compétitions. Ainsi, par exemple, certains pourront streamer de manière occasionnelle et peu préparée mais malgré tout appréciée des spectateurs grâce à la qualité de jeu. Très tôt, ils vont donc déjà collecter des abonnés et apparaître sur Twitch en prévision d'une carrière de streamer professionnel dans

laquelle ils auront des périodes de streaming plus planifiées et travaillées. D'autres, en participant occasionnellement à des événements sportifs tels que des tournois en tant que commentateur, feront un premier pas dans un autre métier lié à l'eSport pour ensuite en faire une profession à part entière.

- Un exemple notoire d'expert est le joueur Kévin « Shaunz » Ghanbarzadeh : il fut coach à des niveaux encore plus élevés que ceux qu'il avait atteint lors de sa carrière professionnelle de *League of Legends*.
- Un joueur entrepreneur sera pionnier dans ce marché en pleine expansion en créant sa structure. Il y voit l'opportunité de continuer à participer à la compétition via une équipe en apportant ses compétences et son expérience.

Les interviews ont globalement confirmé ces hypothèses tout en les nuancant avec des considérations telles que l'encombrement des casters, la courte durée de la fonction de coach, l'importance de formations annexes, ... Bien connaître leurs forces et faiblesses ainsi que les contraintes de leur choix professionnel futur aidera les joueurs dans leurs choix. Toutes ces notions sont regroupées dans le tableau ci-dessous. Dès lors, un joueur désireux de se reconverter dans l'eSport grâce à un des six métiers présentés plus haut se rendra mieux compte du réseau et des compétences dont il aura besoin ainsi que de la réponse de son choix en termes d'objectifs et d'inscription dans le milieu sportif.

| Profil et reconversion | Réseau | Compétences | Objectifs | Inscription dans le milieu |
|---|----------------|--|--|--|
| ATTENTISTE : -Streamer -changement de jeu | Très important | Peu valorisées pour elles-mêmes | 1. Retour financier grâce à leur carrière 2. Pas ou peu de plan de carrière | S'identifient au milieu sportif |
| OPPORTUNISTE : -Streamer -Caster | Très important | Capitalisées pour être valorisées | 1. Pas ou peu de plan de carrière | S'identifient au milieu sportif et veulent y prendre une part active |
| EXPERT : -Coach | Très important | Volonté de les valoriser au mieux | 1. Plan de carrière réfléchi et préparé | Veulent être acteurs dans le milieu sportif et les sphères qui l'entourent |
| ENTREPRENEUR : -Créateur de structure | Important | Volonté de les valoriser au mieux et curiosité pour de compétences annexes | 1. Plan de carrière très réfléchi 2. Volonté de gain important 3. Volonté d'indépendance et de liberté professionnelle | Volonté de contrôler le milieu et en faire un outil de travail |

Chapitre 3 : Limites

Lors des interviews, de nombreuses reconversions dans le monde de l'eSport furent citées par les joueurs. Les six décrites dans la partie précédente sont celles qui sont les « plus naturelles » c'est-à-dire, les premières envisagées car elles sont directement consécutives à la pratique professionnelle. Elles sont globalement toutes basées sur le réseau, les compétences et la notoriété acquis au cours de la carrière. D'autres conversions sont également possibles de façon plus indirecte et nécessitent que les joueurs entreprennent absolument des formations complémentaires. Les reconversions précédemment décrites en demandent également pour mieux les approcher sans être des conditions nécessaires.

Ce travail sur les reconversions des joueurs professionnels d'eSport ne prétend pas lister de façon exhaustive toutes les possibilités. Outre celles détaillées ci-avant, les interviewés ont également cités les fonctions de manager, analyste, organisateur d'événements, game designer, et enseignant en école d'eSport. Elles sont brièvement décrites dans ce chapitre.

Être manager pour une structure consiste à gérer l'organisation logistique de l'équipe lors des déplacements en tournoi notamment : le manager trouve un logement adapté pour l'équipe, un moyen de déplacement pour les joueurs et leur matériel, négocie avec l'organisateur de l'évènement, ... Ce genre de responsabilités ne demande pas de réelle formation ; venir du monde de l'eSport est un avantage car l'ancien joueur connaît déjà de près ou de loin les personnes avec qui il collaborera, connaît les exigences/besoins des équipes, Un des joueurs retraités interviewés est devenu manager. Il témoigne que l'une de ses fonctions est le recrutement des joueurs alors que cette responsabilité est généralement celle du coach.

Un ancien joueur professionnel peut aussi envisager de devenir analyste pour une équipe sportive. Il s'occupe alors de calculer un ensemble de statistiques liées au jeu, aux membres de l'équipe ou encore aux équipes adversaires. Le but est de donner des informations rationalisées c'est-à-dire basées sur des chiffres au coach et joueurs afin d'optimiser les chances de victoire de l'équipe. En plus d'une connaissance approfondie du jeu, ce métier demande une formation en mathématiques et statistiques qui ne peut s'acquérir que par un enseignement spécialisé.

Le troisième métier cité est celui d'organisateur d'évènement. L'eSport étant un marché fleurissant, le nombre de tournois nationaux et internationaux ne fait qu'augmenter. Un joueur à la retraite pourrait être désireux de créer son label de tournoi. Pour ce faire, bien que son carnet d'adresse et ses contacts soient très utiles, il a absolument besoin d'une formation dans l'évènementiel. Une fois de plus, ce parcours est celui de l'un des interviewés qui pense qu'il

serait très compliqué d'organiser de manière légitime un tournoi en sortant d'une carrière de joueur sans compétences additionnelles.

Certains joueurs intègrent l'équipe de développement du jeu sur lequel ils ont performés en tant que joueur professionnel ; ils sont alors game designer. Ce métier s'intéresse à l'équilibrage des jeux. En effet, les jeux compétitifs sont mis à jour chaque semaine et les statistiques des items, personnages, maps et autres sont fréquemment modifiés afin que le jeu évolue. Cependant, cela doit se faire en conservant une certaine balance : les caractéristiques des éléments cités précédemment doivent rester équilibrées pour que le jeu reste agréable. Être game design est un métier qui demande une connaissance poussée du jeu, en cela un joueur est avantagé, et des compétences techniques (programmation, graphisme, ...) qui ne s'apprennent que sur des bancs d'école.

La dernière opportunité de reconversion envisagée au cours des interviews est celle de professeur dans des écoles d'eSport. Comme déjà évoqué dans ce mémoire, ces écoles en sont encore au stade du développement et seules celles délivrant un diplôme reconnu par l'Union Européenne sont sérieuses et fiables. Pour enseigner dans ces écoles, les candidats doivent posséder le diplôme requis. Une carrière de joueur professionnel, atout indubitable quant à l'expérience, ne suffit pas : il faut réussir une formation de type agrégation.

Conclusion

Ce mémoire, par sa recherche empirique et l'étude qualitative menée auprès de huit joueurs professionnels de jeux vidéo, apporte un éclairage sur les opportunités de reconversion de joueurs professionnels. Mais pas seulement ! Il se veut aussi une base de réflexion pour les joueurs en recherche de reconversion.

La reconversion, nous l'avons constaté tout au long des interviews, est motivée par plusieurs raisons. Certaines venant du joueur directement qui ne désire plus subir le rythme de vie d'un joueur professionnel. En effet, celui-ci est extrême et exigeant car l'entraînement demande énormément d'heures de pratique. En outre, l'exigence de la pratique de l'eSport à haut niveau peut aussi être difficile à gérer quant au stress et à la pression de devoir produire des résultats. Le joueur peut aussi s'être lassé du jeu et il n'est donc plus motivé à l'idée d'y consacrer tant de temps. Le joueur peut aussi se retrouver contraint de prendre sa retraite pour des raisons qu'ils lui sont imposées. Le joueur n'a peut-être plus le niveau nécessaire pour jouer au top et en vivre car soit, il ne joue plus suffisamment, soit, il ne s'intéresse plus suffisamment à l'évolution du jeu, soit, il n'est pas dans une bonne période psychologique,

soit, il est blessé, soit, ... Finalement, il est aussi possible que le jeu ne fonctionne plus sur la scène sportive car il n'y a plus suffisamment de spectateurs et les structures ne désirent plus se payer le service de joueurs.

Divers métiers s'offrent aux joueurs désireux de rester dans le monde de l'eSport, La conversion la plus couramment citée au fil des interviews, celle de streamer, semble aisément accessible pour un ancien joueur jouissant d'une belle notoriété bien que l'important investissement personnel ne doit pas être sous-estimé. La fonction de coach dans une structure est davantage la continuation d'une carrière de joueur professionnel car elle se nourrit également de performances et de victoires en équipe. Devenir caster est manifestement plus hasardeux car les places disponibles sont peu nombreuses. A plus court terme et sans grand investissement, se vendre comme coach privé n'est pas très compliqué. Il importe de ne pas perdre de vue que cette fonction sera très probablement de courte durée. Ceux qui, lassés d'un jeu en particulier mais pas du jeu en général, se redirigent sur un nouveau jeu bénéficieront certes d'une expérience certaine mais devront aussi sacrifier un temps important pour maîtriser le nouveau jeu au niveau professionnel. Un choix d'avenir à long terme est de créer sa structure ; un choix pertinent dans un marché en pleine expansion mais qui demande des ressources conséquentes en temps et argent. Ces reconversions sont globalement assez naturelles pour un joueur qui veut rester dans le gaming. Elles seront d'autant mieux garanties qu'elles auront été réfléchies et anticipées par des formations suivies parallèlement à la pratique du sport : du management, du théâtre, des langues ...

Le monde de l'eSport propose de nombreux métiers mais seuls ceux cités précédemment sont accessibles sans nécessiter un diplôme ou une formation de plusieurs années. D'autres requièrent une formation particulière : analyste demande une formation poussée en mathématiques et statistiques, organisateur événementiel est aussi un métier bien particulier, game designer nécessite des connaissances techniques approfondies en informatique et en création de jeu vidéo et le dernier, celui de professeur dans une école sportive ne peut être pratiqué de manière sérieuse c'est-à-dire dans une école reconnue par l'Union Européenne qu'en étant diplômé. La fonction de manager a également été citée. Elle est un cas annexe car elle ne demande pas de formation particulière et l'intérêt d'avoir été joueur professionnel d'eSport est très limité.

Appliquer les profils développés par C. Fabre, AL. Gatignon Turnau et S. Ventolini dans leur étude sur la reconversion des joueurs de rugby aux joueurs d'eSport a semblé pertinent. Les attentistes, les opportunistes, les experts et les entrepreneurs ont chacun des possibilités et des attentes différentes ; il importe de les cerner avec soin. Y ajouter les

atouts/faiblesses des joueurs en parallèle à leurs objectifs de reconversion a permis de développer un modèle pour orienter leur réflexion. Ainsi, lorsqu'un joueur se sera posé les questions « pourquoi se réorienter ? », « pour changer de vie ? », « plus envie du jeu ? », « envie de nouveau challenge ? », « besoin d'une stabilité d'emploi ? » ... et surtout, qu'il y aura répondu en tenant compte de ses compétences, de ses atouts/faiblesses, de ses objectifs et des efforts qu'il est prêt à consentir, les tableaux proposés dans ce mémoire lui permettront d'orienter son choix. Tous ne sont pas capables de mêmes prestations : à eux de bien choisir leur réorientation dans l'eSport sans se voiler la face ! Un attentiste et un opportuniste se laisseront porter par les événements et saisiront les opportunités qui se présentent : steamer, changer de jeu, caster et coach privé principalement. Un expert voudra rester très actif dans le jeu et l'influencer par son rôle de coach en structure : il sélectionnera les joueurs, gèrera les équipes et développera la stratégie de jeu. L'entrepreneur, lui, en créant une structure ou en organisant des événements notamment saura utiliser sa connaissance du jeu pour faire des affaires : il deviendra un véritable business man !

Bref, à chaque joueur de bien réfléchir ses motivations de reconversion et ses attentes pour son job futur : même celui vers lequel il irait le plus naturellement ne sera peut-être pas celui qui l'épanouira. Un plan de carrière est un grand mot pour beaucoup de joueurs ; l'anticipation et de la réflexion seront cependant des garanties de réussite de leur reconversion.

Bibliographie :

A.R. du 18 juin 2012 fixant le montant minimal de la rémunération don't il faut bénéficier pour être considéré comme sportif rémunéré (M.B., 29juin 2012)

Acerta. (2020). Etudiant et indépendant ? C'est possible !. En ligne : <https://www.jesuisindependant.be/statut-social/vos-droits-et-obligations/etudiant-independant>, consulté le 18 mai 2020

Ahmann P.A., Theye F. W., Berg R., Linquist A. J., Van Erem A., & Campbell L. R. (2001). Placebo-Controlled Evaluation of Amphetamine Mixture—Dextroamphetamine Salts and Amphetamine Salts (Adderall): Efficacy Rate and Side Effects. *Pediatrics*, 2. DOI: 10.1542/peds.107.1.e10

arihq. (1999). En ligne : <http://www.atarihq.com/tsr/nes/nwc/nwc.html>, consulté le 7 avril 2020`

Bell C. B. (2019). Twitch ban ends or top esports pro afterusing homophobic slur. *Outsports*. En ligne : <https://www.outsports.com/2019/8/21/20813454/homophobia-esports-simple-slur-twitch-ban-csgo>, consulté le 7 Juin 2020

BoostRoyal. (2020). Boost de ligue. En ligne : <https://www.boostroyal.fr/boost-de-ligue> , consulté le 26 mai 2020

Business Insider. (2019). More than 100 million people watched the “league of legends” world championship, cementing its place as the most popular eSport. En ligne : <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12?r=US&IR=T>, consulté le 7 avril 2020

Chabrolle, P. (2015). développement de l'eSport en France depuis la fin des années 1990 (mémoire de master). Université de Oslo. Oslo

Choppin D. (2020). Les 15 joueurs français d'eSports qui ont gagnés le plus d'argent en compétition en 2019. *Business Insider France*. En ligne : <https://www.businessinsider.fr/classement-joueurs-francais-esport-gagne-le-plus-2018#15-corentin-houssein-91-773-24>, consulté le 22 mai 2020

Cléomene. (2017). Connect eSport. l'eSport à la télévision française, motivation et contrainte. En ligne : <https://www.connectesport.com/esport-television-francaise/>, consulté le 8 mai 2020

Cloud9. (2013). Who is Cloud9. En ligne : <https://www.cloud9.gg/about/>, consulté le 1 mai 2020

Comité International Olympique. (2019). Charte Olympique. Chapitre 5 règle 45. Pp 85-86. Lausanne Suisse

CRIC No 25-Ens Sup4 (2016-2017), Commission de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et des Médias du PARLEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, Session 2016-2017, p.37-38

CRIC No 87-Sports12 (2015-2016), Commission des Sports du PARLEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, session 2015-2016, 18 avril 2016, p.11-12

CRICNo113-JeunS3 (2015-2016). Commissiondel'Aideàlajeunesse,desMaisonsdejustice,desSportset delaPromotiondeBruxellesduPARLEMENT DELACOMMUNAUTÉ FRANÇAISE, session2015-2016,31mai 2016, p.29-30

Décret n° 2017-871 du 9 mai 2017 relatif à l'organisation des compétitions de jeux vidéo. En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000034633551&categorieLien=id>, consulté le 12 mai 2020

Dey D. (2020), This 50 million EsportsGaming House By TSM Will Blow Your Mind,. *Essentially sports*. En ligne : <https://www.essentiallysports.com/this-50-million-esports-gaming-house-by-tsm-will-blow-your-mind-news-2020/>, consulté le 19 mai 2020

DiFrancisco-Donoghue J., Balentine J., & Schmidt G. (2019). Managing the health of the eSport athlete: an integrated health management model. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine* 2019;5:e000467. doi:10.1136/bmjsem-2018-000467 [Accessed 17 Sep 2018].

Direction générale des entreprises. (2018). Statut des joueurs professionnels salariés de jeux vidéo. En ligne : <https://www.entreprises.gouv.fr/numerique/statut-des-joueurs-professionnels-salaries-de-jeux-video>, consulté le 18 mai 2020

Ecommercemag. (2017). Jeux video : le modèle rentable du free to play. En ligne : <https://www.ecommercemag.fr/Thematique/management-1225/Breves/Jeux-video-modele-rentable-free-play-316985.htm#>, consulté le 1 mai 2020

Egenfeldt-Nielsen, S., Heide Smith, J., Pajares Tosca S., (2020). Understanding Video Games, The essential Introduction (fourth ed.) , Routledge, NY 10017, ISSN 1989-600X

Esports charts. (2019). IEM Katowice Major 2019. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/csgo/iem-katowice-2019>, consulté le 1 mai 2020

Esports charts. (2019). 2019 World Championship. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/lol/2019-world-championship>, consulté le 7 mai 2020

Esports charts. (2020). IEM Katowice 2020. En ligne : <https://escharts.com/tournaments/csgo/iem-katowice-2020-csgo>, consulté le 7 mai 2020

EsportsEarnings. (2020). Corentin « Gotaga » Houssein – Fortnite player. En ligne : <https://www.esportsearnings.com/players/8574-gotaga-corentin-houssein>, consulté le 22 mai 2020

Esportearnings. (2020). Overall Esports stats for 2019. En ligne : https://www.esportsearnings.com/history/2019/top_players, consulté le 29 avril 2020

EsportsEarnings. (2020). Player Rankings. En ligne : <https://www.esportsearnings.com/players/female-players>, consulté le 27 mai 2020

EsportsEarnings. (2020). Sasha « Scarlett » Hostyn – Female StarCraft II Player. En ligne : <https://www.esportsearnings.com/players/2280-scarlett-sasha-hostyn>, consulté le 27 mai 2020

ESWC. (2017). À propos de l'ESWC. En ligne : <https://www.eswc.com/fr/page/propos-de-leswc>, consulté le 28 avril 2020

ES1. (2020). La FIFA choisit ES1 pour la diffusion des FIFA 20global series. En ligne : https://www.es1.tv/article/la-fifa-choisit-es1-pour-la-diffusion-des-fifa-20-global-series_a38/1, consulté le 8 mai 2020

Fabre, C., Gatignon Turnau, A., & Ventolini, S. (2012). Les stratégies de reconversion des sportifs professionnels : une lecture par les carrières intelligentes. @GRH, 5(4), 113-137. doi:10.3917/grh.124.0113.

Farah M. J. (2008). When we enhance cognition with Adderall, do we sacrifice creativity? A preliminary study. Neurothics Publications. doi.org/10.1007/s00213-008-1369-3

Faze clan. (2020). En ligne : <https://fazeclan.com/>, consulté le 23 mai 2020

FIFA. (2017). Say no to racism – My game is fair play. En ligne : <https://www.fifa.com/confederationscup/videos/fifa-say-no-to-racism-my-game-is-fair-play-2895097>, consulté le 7 juin 2020

Fnatic. (2019). Fnatic network. En ligne : <https://network.fnatic.com/>, consulté le 1 mai 2020

Gamepedia. (2020). Airwaks. En ligne : <https://fortnite-esports.gamepedia.com/Airwaks>, consulté le 17 juillet 2020

Gamepedia. (2020). Airwaks. En ligne : <https://lol.gamepedia.com/Airwaks>, consulté le 17 juillet 2020

Gamepedia. (2020). Doublelift. En ligne : <https://lol.gamepedia.com/Doublelift>, consulté le 23 mai 2020

- Gaming Academy. (2019). Former les joueurs professionnels de jeux vidéo. En ligne : <https://gaming.academy/athlete-esportif.html>, consulté le 26 mai 2020
- Gaming Campus. (2020). 4 écoles spécialisées aux métiers du jeu vidéo, post bac. En ligne : https://gamingcampus.fr/ecoles.html?gclid=CjwKCAjw_LL2BRakEiwAv2Y3SZUoG5AsNhQY1hkxAnOSwRza2FU8D4BqL6Wumk41thjCYeQO5FcksRoCkoYQAvD_BwE, consulté le 26 mai 2020
- Garcia-Sanchez F., Tonda A., Squillero G., Mora A., & Merelo J.J. (2016). "Evolutionary Deckbuilding in HearthStone", 2016 IEEE Conference on Computational Intelligence and Games (CIG), Santorini, Greece
- Glee A., & Scouarnec A. (2008). Parcours professionnels et enjeux RH contemporains : Comment passer du subir au choisir ?, Actes du 19^e congrès de l'AGRH à Dakar
- Greer N., Rockloff M., Browne M., Hing N., & King D.L. (2019). Esports Betting and skin Gambling : A brief history. Journal of Gambling Issues Volume 43. DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2019.43.8>
- GyuHeyok C., & Mijn K. (2018). Gameplay of Battle Royale Games by Rules and Actions of Play, 2018 IEEE 7th Global Conference on Consumers Electronic (GCCE 2018)
- Grove, C. (2016). Understanding skin gambling. Narus Advisors. En ligne <https://www.thelines.com/wp-content/uploads/2018/03/Skin-Gambling-White-PaperV2.pdf>, consulté le 12 mai 2020
- G2Esports. (2020). About. En ligne : <https://g2esports.com/about>, consulté le 18 juillet 2020
- G2Esports. (2020). About. En ligne : <https://g2esports.com/about>, consulté le 18 juillet 2020
- Hamstead C. (2020). The Washington Post. 'Nobody talks about it because everyone is on it': Adderall presents esports with an enigma. En ligne : <https://www.washingtonpost.com/video-games/esports/2020/02/13/esports-adderall-drugs/>, consulté le 12 mai 2020
- Hardentein T. S. (2017). "Skins" in the game : Counter-Strike, Esports and the shady world of online gambling. UNLV Gaming Law Journal Volume 7, pp. 119
- Hugh Langley. (2016). Techradar. Sex, Drugs and Counter-Strike: eSports is Fighting its Demons. En ligne : <http://www.techradar.com/us/news/gaming/sex-drugs-andcounter-strike-esports-is-fighting-its-demons-1318109>, consulté le 12 mai 2020
- HoldenJ. T., Rodenberg R. M., & Kaburakis A. (2017). Esports Corruption: Gambling, Doping, and Global Governance, 32 Md. J. Int'l L. 236.
- IESF. (2017). About IESF. En ligne : <https://ie-sf.org/about>, consulté le 7 avril 2020
- International Esports Federation. (2020). What we do. En ligne : <https://ie-sf.org/about/what-we-do>, consulté le 8 juin 2020
- Jenny S.E.Manning R.D.Keiper M.C.,Olrich T.W..
- Jutkowitz A. (2014). The content marketing revolution.Harvard Business Review. En ligne : <https://namt.org/app/uploads/The-Content-Marketing-Revolution.pdf>, consulté le 22 mai 2020
- Kane. D., & Spradley. D. B. (2017). recognizing eSport as a sport, The Sport Journal. En ligne : <https://thesportjournal.org/article/recognizing-esports-as-a-sport/>, consulté le 1 mai 2020
- Karhulahti, V-M. (2017). Reconsidering eSport : Economics and Executive Ownerships. Physical culture and sport. Studies and research, 47-48, DOI: 10.1515/pcssr-2017-0010
- Karsenti, T., & Bugmann, J. (2018). Le e-sport, un nouveau « sport » numérique universitaire? Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education, 15 (1), 74-87 .DOI : <https://doi.org/10.18162/ritpu-2018-v15n1-07>

L'équipe. (2019). Carlos "Ocelote" Rodriguez, fondateur du club G2 Esports : « C'est un phénomène générationnel ». En ligne : <https://www.lequipe.fr/Esport/Infos/Carlos-ocelote-rodriguez-fondateur-du-club-g2-esports-c-est-un-phenomene-generationnel/1077988>, consulté le 18 juillet 2020

L'OBS. (2012). Red bull Stratos : Felix Baumgartner, bat le record du monde de saut en chute libre. En ligne : <https://www.nouvelobs.com/video/20121014.OBS5663/red-bull-stratos-felix-baumgartner-bat-le-record-du-monde-de-saut-en-chute-libre.html>, consulté le 22 mai 2020

La Provence. (2020). Télévision : la chaîne eSport ES1 nonce avoir doublé son audience par an. En ligne : <https://www.laprovence.com/article/jeux-video/5926561/la-chaîne-esport-es1-annonce-avoir-double-son-audience-en-un-an.html>, consulté le 8 mai 2020

Laguerre N. (2016). L'eSport, un marché en pleine expansion : les facteurs clés de succès d'un stream (Travail de Bachelor). Haute école de gestion de Genève (HEG-GE), Genève

Lau G. (2005). Developing Online Communities of Practice: A Case Study of the World of Warcraft. Developing Online Communities of Practice. IS 209: Information Policy Seminar

League of graphs. (2020). Répartition des joueurs. En ligne : <https://www.leagueofgraphs.com/fr/rankings/rank-distribution>, consulté le 21 mai 2020

Legends of Runnetera. (2019). En ligne : <https://playruneterra.com/en-us/>, consulté le 1 mai 2020

. Valenciennes.

Liberation. (2019). Pour vivre joueuse, vivons cachées. En ligne : https://www.liberation.fr/futurs/2019/07/16/pour-vivre-joueuses-vivons-cachees_1736265, consulté le 28 mai 2020

Lynch T, Tompkins J.E., Van Driel I.L., & Fritz. N. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. *Journal of communication*, 1-5. doi:10.1111/jcom.12237

Macey, J. & Hamari, J. (2018). Investigating relationships between video gaming, spectating esports, and gambling. *Computers in Human Behavior* 80 (March), 344-353. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.027>

Maudoux R. (2018). L'e-sport. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (Mémoire de Master). Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve

Mercure D., Spurrk jan. (2003). *Le travail dans l'histoire de la pensée occidentale*, Saint-Nicolas, Canada : Les Presses De L'Université Laval.

Millenium. (2015). Adderall la drogue de dopage de l'eSport. En ligne : <https://www.millenium.org/news/198151.html>, consulté le 12 mai 2020

Millenium. (2015). Remilia : première femme en LCS ?. En ligne : <https://www.millenium.org/news/204179.html>, consulté le 11 mai 2020

Millénium. (2020) Call of Duty et l'e-sport : À nos actes manqués. En ligne : <https://www.millenium.org/news/356478.html>, consulté le 1 mai 2020

Moindreau, R. (2016). Armée et jeux vidéo de guerre : quelles utilisations ?. *Inflexions*, 32(2), 145-152. doi:10.3917/infle.032.0145.

Monnens D., & Goldberg M. (2015) Space Odyssey: The long journey of Spacewar! from MIT to computer labs around the world, *Kinephanos*, 126, ISSN 1916-985X

Mulkerin T. (2016). eSport has racism problem. *Business Insider*. En ligne : <https://www.businessinsider.com/the-esports-racism-problem-2016-5?r=US&IR=T>, consulté le 7 juin 2020

- Newszoo (2015). The eSports Economy Trends, Audience, Revenues & Opportunities. En ligne : https://www.igamingbusiness.com/sites/default/files/Newzoo_eSports_iGaming_Webinar.pdf, consulté le 18 avril 2020
- Nielsen Esport (2017). The eSport Playbook. En ligne : <http://niensports.com/wp-content/uploads/2014/09/Nielsen-Esports-Playbook.pdf>, consulté le 10 Avril 2020
- Numerama. (2017). Locaux insalubre, épidémie de gale... : l'école d'eSport nantaise fait scandale. En ligne : <https://www.numerama.com/tech/266266-locaux-insalubres-epidemie-de-gale-lecole-desport-nantaise-fait-scandale.html>, consulté le 27 mai 2020
- O'Neil M. B. (2019). Organizational identity and Esports un higher education. Faculty works: Business.72. pp. 189.
- Ontanon, S., Synnaeve, G., Uriarte, A., Richoux, F., Churchill, D., and Preuss, M. (2013). A ´ survey of real-time strategy game ai research and competition in starcraft. IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games, 5(4):293–311.
- Partena. (2017). Pourquoi choisir le statut spécifique d'étudiant entrepreneur ?. En ligne : <https://www.partena-professional.be/fr/knowledge-center/infoshots/en-quoi-consiste-le-statut-specifique-detudiant-entrepreneur>, consulté le 18 mai 2020
- Playingintheworldgame. (2015). En ligne : <https://playingintheworldgame.files.wordpress.com/2015/06/bngkms.jpg>, consulté le 7 avril 2020
- Prat, N. ESport : une discipline née dans les années 70, RockyRama. En ligne : <http://rockyrama.com/super-stylo-article/esport-au-commencement>, consulté le 7 avril 2020
- ProGamer. (2019). E-Sport, Liste des écoles et formation de jeu video en France. En ligne : <https://pro-gamer.fr/e-sport-liste-des-ecoles-et-formations-jeu-video-en-france/>, consulté le 26 mai 2020
- ProGuides. (2020). En ligne : <https://www.proguides.com/instapro>, consulté le 23 mai 2020
- Parker P., Khapova S. N., & Arthur M.B. (2009). The intelligent career framework as a basis for interdisciplinary inquiry, journal of Vocational Behavior, 75, 291-302. DOI : 10.1016/j.jvb.2009.04.001
- Radoslav K. (2016). « Enough is enough” : confession of a Twitch chat moderator. Gosugamers. En ligne : https://www.gosugamers.net/hearthstone/features/39013-enough-is-enough-confessions-of-a-twitch-chat-moderator?utm_content=bufferb455a&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer, consulté le 7 juin 2020
- Rambush J., Jakobson P., & Pargman D. (2007). Exploring E-sports : A case study of gameplay in Counter-Strike, situated play, proceeding of DIGRA 2007 conference
- RedBull. (2017). Bulii, la voix féminine de League of Legends. En ligne : <https://www.redbull.com/fr-fr/laure-bulii-valee-interview-lol-esport>, consulté le 27 mai 2020
- Red Bull. (2019). Gotaga On Tour. En ligne : <https://gotagaontour.redbull.com/>, consulté le 22 mai 2020
- Rezette, E., (2018). La différence de présence entre les femmes et les hommes dans l'e-sport (Mémoire de Master). Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve

- Rotek. (2019). Le problème avec les écoles de gaming/eSport. En ligne : <https://rotek.fr/probleme-ecoles-de-gaming-esport/>, consulté le 27 mai 2020
- San Juan G. (2018). Le paysage eSport belge, Droit eSport. Droit Esport. En ligne : <https://droit-esport.com/2018/02/27/le-paysage-e-sport-belge/>, consulté le 12 mai 2020
- Schöber T., Stadtmann. G. (2020), Fortnite : the business model patern behind the scene, (Discussion Paper), European University Viadrina Frankfurt (Oder)
- Schwyter A. (2018) . Challenges. Le pari risqué de Webedia qui lance ES1, la première chaine de télé en France consacrée à l'eSport, Challenges. En ligne : https://www.challenges.fr/high-tech/jeux-video/television-l-audacieux-pari-de-webedia-qui-lance-es1-la-premiere-chaine-de-tele-en-france-consacree-a-l-esport_559133, consulté le 8 mai 2020
- Service public fédéral. (2020). Contrat de travail de sportif rémunéré – Seuil salarial. En ligne : <https://emploi.belgique.be/fr/themes/contrats-de-travail/contrats-de-travail-particuliers/contrat-de-travail-de-sportif-0?id=41951>, consulté le 12 mai 2020
- Service public fédéral. (2020). Contrat d'occupation d'étudiants. En ligne : <http://www.emploi.belgique.be/defaultTab.aspx?id=41944>, consulté le 12 mai 2020
- Shop. (2020). En ligne : <https://shop.gotaga.tv/>, consulté le 23 mai 2020
- Sky LaReLL A., (2017), Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams, the international journal of computer game research, volume 17 issue
- Solary. (2019). WEB TV. En ligne : <https://www.solary.fr/tv/solary>, consulté le 17 juillet 2020
- Spaens A. (2018). Gotaga et PrimeTimeFUT intègrent une gaming house de luxe. Elevensports. En ligne : <https://www.dhnet.be/sports/omnisports/esport/gotaga-et-primetimefut-integrent-une-gaming-house-de-luxe-5b97ca6ccd70ef4beaa972d3>, consulté le 23 mai 2020
- Spikler S. H., Ask K., & Hansen M. (2018). The new practices and infrastructures of participation: how the popularity of Twitch.tv challenges old and new ideas about television viewing. Information, Communication & Society, Issue 4 volume 23. DOI : <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1529193>,
- Statista. (2020). Chiffre d'affaires du secteur de l'eSport en France de 2016 à 2018. En ligne : <https://fr.statista.com/statistiques/537389/esport-chiffre-affaires-france/>, consulté le 29 avril 2020
- Statista. (2020). Chiffre d'affaires du segment du marché du jeu vidéo en France de 2015 et 2016. En ligne : <https://fr.statista.com/statistiques/482821/jeux-video-chiffre-d-affaires-france/>, consulté le 29 avril 2020
- Stivers C. (2017). The First Competitive Video Gaming Anti-Doping Policy and Its Deficiencies Under European Union Law, 18 San Diego Int'l L.J. 263
- Teamfight Tactics. (2019). En ligne : <https://teamfighttactics.leagueoflegends.com/fr-fr/set-overview/teamfight-tactics-galaxies/>, consulté le 1 mai 2020
- The Esports Observer. (2019). HIVE Berlin : Jens Hilgers, Peter Warman Discuss Trends In Sports. En ligne : <https://esportsobserver.com/hive-berlin-hilgers-warman/>, consulté le 19 juillet 2020.
- Tiana. (2020). BMW investit dans l'eSport. En ligne : <https://bmw-actu.com/2020/04/24/bmw-investit-dans-le-sport/>, consulté le 3 mai 2020
- TwitchTracker. (2020). Faker. En ligne : <https://twitchtracker.com/faker/statistics>, consulté le 21 mai 2020
- TwitchTracker. (2020). Gotaga. En ligne : <https://twitchtracker.com/gotaga/statistics>, consulté le 22 mai 2020
- TwitchTracker. (2020). Twitch Games Statistics. En ligne : <https://twitchtracker.com/statistics/games>, consulté le 4 juin 2020

Valve. (2018). At Valve we make games, Steam, and hardware. En ligne : <https://www.valvesoftware.com/en/about>, consulté le 1 mai 2020

Wai-ming NG,B. (2006). Street Fighter and The King of Fighters in Hong Kong: A Study of Cultural Consumption and Localization of Japanese Games in an Asian Context. the international journal of computer game research, volume 6 issue 1 ISSN : 1604-7982.

Webb, K. (2019). More than 100 million people watched the “league of legends” world championship, cementing its place as the most popular eSport, Business Insider. En ligne : <https://www.businessinsider.com/league-of-legends-world-championship-100-million-viewers-2019-12?r=US&IR=T>, consulté le 7 avril 2020

Weytsman D., De Vos M., Loriaux A., & Roisin N. (2018). L’eSport en Belgique, quelles perspectives et enjeux ?. En ligne : <https://www.cjg.be/wp-content/uploads/2018/12/2018-novembre-DW-eSport.pdf>, consulté le 12 mai 2020

Winamax. (2018). interview de zack nani. En ligne : https://www.winamax.fr/news_interview-de-zack-nani-34946?param=interview-de-zack-nani-34946, consulté le 12 mai 2020.

Winn C., (2015) The well played MOBA : How Dota 2 and League of Legends use dramatic dynamics, proceeding of DIGRA 2007 conference : Diversity of Play

Xboxsquad. (2020). Call of Duty Warzone Réunit 15 millions de joueurs en 3 jours et fait mieux que Apex Legends. En ligne : <https://xboxsquad.fr/news/2020/03/call-of-duty-warzone-reunit-15-millions-de-joueurs-en-3-jours-et-fait-mieux-que-apex-legends/>, consulté le 11 mai 2020

