



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*



« Cartographie des métiers de l'esport et des compétences qui leurs sont associées aujourd'hui et demain »

Premier levier des transitions numériques et écologiques, la formation des jeunes et des salariés permet de renforcer le capital humain indispensable au fonctionnement de nos entreprises et au-delà de toute la société. C'est aussi le meilleur moyen pour proposer des emplois durables et de tous niveaux de qualification sur l'ensemble du territoire.

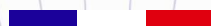
C'est également une des conditions majeures pour la réussite du plan France 2030 : soutenir l'émergence de talents et accélérer l'adaptation des formations aux besoins de compétences des nouvelles filières et des métiers d'avenir. 2,5 milliards d'euros de France 2030 seront mobilisés sur le capital humain pour atteindre cette ambition.

L'appel à manifestation d'intérêt « Compétences et métiers d'avenir » s'inscrit dans ce cadre et vise à répondre aux besoins des entreprises en matière de formations et de compétences nouvelles pour les métiers d'avenir.

Dans le cadre de ce dispositif, **la réalisation de diagnostics des besoins en compétences et en formations sont financés et diffusés.**

DIAGNOSTIC DE FORMATION

Avril 2023



Sommaire

3- Avant-Propos

3- Remerciements

5- Introduction

5- Enjeux et présentations

9- Métiers et compétences de l'esport aujourd'hui.

9- Visualisations de l'écosystème

11- Nouvelle représentation du secteur de l'esport

14- Nouvelle visualisation des métiers.

31- Les compétences & attributions des métiers de l'esport

43- Suggestion de filières universitaires de formation

50- Retour sur les entretiens avec les acteurs de l'écosystème.

51- Quel avenir pour l'esport ?

56- Quels dangers à éviter ?

61- Quelles seront les compétences recherchées ?

64- Quelles seront les formations à valoriser ?

67- Une visualisation de l'écosystème pour les années qui viennent.

69- Quels seront les nouveaux métiers de l'esport ?

71- L'esport à l'horizon 2030 : éléments de projection.

81- Résumé et conclusion.

84- Bibliographie.

Avant-propos

Remerciements

Nos premiers remerciements vont à France2030 et à la Caisse des dépôts et la Banque des Territoires pour avoir rendu possible cette étude sur les métiers de l'esport.

MERCI aux membres du consortium composé de :

- Aix-Marseille Université représentée par :
 - **Axel Berard** : *Chargé de projet FUTUReSPORT et docteur en sciences de gestion spécialisé en esport.*
 - **Christophe Bourdin** : *Doyen de la faculté des sciences du sport.*
 - **Isabelle Dimeglio** : *Vice-présidente déléguée au sport à Aix-Marseille université et maître de conférences à la faculté des sciences du sport.*
 - **Julien Giannucci** : *Enseignant et responsable du master management du sport de la faculté des sciences du sport.*
 - **Remy Casanova** : *Vice-doyen relation au monde socio-économique de la faculté des sciences du sport.*

Ainsi que de :

- **Alexandra Baronnet-Frugès** : *Marketing opérationnel MCES.*
- **Boris Obama** : *Chargé de mission formation et éducation pour le CROS Provence-Alpes-Côte d'Azur, docteur en psychologie sociale du sport.*
- **Christophe Lucari** : *Directeur administratif et financier du groupe ETIC.*
- **Hervé Liberman** : *Conseiller régional région sud, président du CROS Provence-Alpes-Côte d'Azur et président commission sport et préparation J.O 2024.*
- **Hugo Hertling** : *Manager général IziDream.*
- **Romain Sombret** : *Fondateur MCES.*
- **Sandra Sombret Niellini** : *Fondatrice et CEO MCES.*
- **Stephane Allio** : *Président PureMoment.*

Le consortium souhaite remercier aussi la contribution particulière d'Ubisoft par l'intermédiaire de :

- **Franck Rosar** : *Sales director Ubisoft.*
- **Maxime Ferry** : *Esports specialist Ubisoft.*

Pour avoir pris part aux discussions et dont les retours furent enrichissants.

MERCI aux autres personnes ayant participé aux interviews et dont les apports furent précieux pour enrichir ce document.

- **Alexandre Leroux** : *Chargé de marketing fédération sportive des ASPTT.*
- **Anais Diverchy** : *Responsable communication ArmaTeam.*
- **Antony Michel** : *Membre du conseil d'administration France Esports.*
- **Bertrand Amar** : *Head of esports Webedia.*
- **Bertrand Perrin** : *Directeur Level 256.*
- **Boris Bergerot** : *Président STAKRN Group.*
- **Christine Kev** : *Membre du conseil d'administration France Esports.*
- **Désiré Koussawo** : *Président France Esports.*
- **Iris Elbazi** : *Présidente Wsc Group & Breakflip.*
- **Jean David Bonnet** : *Directeur général CROS Provence-Alpes-Côte d'Azur .*
- **Jean Mariotte** : *Founder EVA.*
- **Marco Ferri** : *Chef de projet déploiement des pratiques FFF.*
- **Marilou Paget** : *Chargée de mission France Esports.*
- **Marine Piriou** : *Responsable développement de la pratique Tennis FFT.*
- **Martin Davy** : *Resp. com. & num. ARDML sud Provence-Alpes-Côte d'Azur .*
- **Mathieu Dallon** : *Directeur fonds d'investissement Trust Esport.*
- **Morena Mezzino** : *Directrice CFA FuturOsud-FEA.*
- **Paolo "EVY" Berbudeau** : *Coach et consultant esport.*
- **Pierre-André "PAG" Gondrexon** : *Président Lana France.*

- **Pierre “zo” Chatelain** : *Président Centurio.*
- **Pierre Pastor** : *Directeur esport Begenius.*
- **Rayane Aboussahil** : *Fondateur Voyage Esport.*
- **Stéphan Eutine** : *Directeur LDLC-OL.*
- **Stéphane Débat** : *Conseiller technique national FFHB.*
- **Théophile Monnier** : *Directeur commercial PandaScore.*
- **Tony Helynck** : *CEO Esports Village, préparateur mental pour sportifs et sportifs de haut niveau.*

MERCI aux autres personnes ayant participé aux interviews et dont les apports furent précieux pour enrichir ce document.

MERCI aux équipes d'IziDream, MCES et PureMoment pour leur aide, leur participation aux entretiens et l'écriture de ce livrable.

MERCI enfin à toutes les personnes ayant contribué à la relecture et l'amélioration du livrable.

Introduction

Enjeux et présentations

L'esport est une notion complexe à définir. En effet la pratique ayant émergé récemment, de nombreuses définitions ont vu le jour au cours des dernières années afin de nommer un ensemble de pratiques en constante évolution. Afin de participer à une volonté d'uniformisation des termes, le document suivant se rangera aux recommandations de France Esports quant à l'orthographe et la signification porté par le terme d'esport ou d'esports. France Esports est une organisation française qui a pour objectif de « rassembler les acteurs de sport électronique en France, afin de leur offrir une plateforme de collaboration efficace et un canal de communication fédéré qu'ils soient joueur.euse.s, promoteur.trice.s, ou créateurs-éditeurs de jeux ». Leur définition se base sur un corpus de 42 définitions préexistantes et agrège les éléments sémantiques récurrents pour offrir la définition la plus claire et précise possible. Ainsi l'esport se définit de la manière suivante :

L'esport désigne l'ensemble des pratiques permettant à des joueur.euse.s de confronter leur niveau par l'intermédiaire d'un support électronique, et essentiellement le jeu vidéo, et ce quel que soit le type de jeu ou la plateforme (ordinateur, console ou tablette).

Ces confrontations de joueur.euse.s qui se déroulent sur Internet (online) ou en présentiel (offline), peuvent alors prendre la forme de compétitions locales, nationales ou internationales, organisées et réglementées soit par les communautés de joueur.euse.s, soit par des associations ou des sociétés spécialisées dans l'événementiel, soit par les éditeurs de jeux eux-mêmes.

Certaines compétitions attirent parfois de très nombreux spectateur.trice.s sur place, et peuvent être diffusées en direct sur Internet sur des plateformes dédiées, c'est ce qu'on appelle le streaming (en Occident, Twitch.tv a un quasi-monopole sur le marché mais il existe des plateformes concurrentes comme YouTube Gaming).

En prenant appui sur des compétences physiques et mentales, les vainqueurs de ces tournois remportent un titre, une coupe, des lots (bien souvent du matériel informatique), ou des dotations financières (cashprizes) allant de quelques dizaines d'euros à plusieurs centaines de milliers de dollars.

Les meilleurs joueur.euse.s sont généralement affiliés à des structures (équipes ou teams) qu'ils représentent lors des différentes compétitions. Elles peuvent être associatives ou privées, amateurs ou professionnelles et peuvent proposer une prise en charge, que ce soit pour leurs déplacements, le logement ou l'achat de matériel voire pour rémunérer leurs performances.

Enfin, le terme « esport » se décline également en adjectif lorsqu'il s'agit de qualifier par exemple une « pratique sportive » ou une « compétition sportive », tandis qu'on qualifiera d'« esportif » le pratiquant.

Les jeux considérés comme esport sont généralement catégorisés en fonction de leurs caractéristiques principales et ensuite subdivisés en sous catégories. Ainsi ces jeux peuvent être des jeux de combats, de cartes, des simulations ou encore des jeux de sports. Ensuite pour un même type de jeu, par exemple « Jeux de tirs » sont ajoutés des mécaniques de jeu ou des éléments de design qui permettent de les distinguer (« Vue à la troisième personne », « Dernier survivant », etc.). L'ensemble des jeux entrant dans la définition des jeux esports sont décrits dans l'infographie disponible sur le site France Esports, élaborée par le Dr. Nicolas Besombes, en janvier 2020 (https://www.france-esports.org/wp-content/uploads/2020/01/France-Esports_Ecosysteme.pdf).

Il faut retenir de cette infographie que l'ensemble des éléments constituant les jeux esport est très vaste, et regroupe des jeux aux mécaniques, univers, codes,... très différents, de la même manière que peuvent être regroupées sous le terme de «

sport » des activités aussi différentes que le football, la randonnée, le judo et l'haltérophilie.

L'ensemble des joueur.euse.s sportif.ve.s n'est pas homogène et englobe plusieurs réalités à l'instar de l'ensemble des personnes pratiquant un sport. Afin de comprendre un peu mieux comment ces joueur.euse.s sont catégorisés, nous allons nous baser sur l'étude menée par France esport en 2022 concernant les pratiques sportives. Il s'agit d'une étude effectuée chaque année sur la place de l'esport dans les pratiques et la consommation des français depuis 2018. L'objectif de cette étude est de dresser le plus fidèlement possible un portrait des français.e.s qui sont en contact plus ou moins étroit avec l'esport. Cette étude est à notre connaissance la plus fiable et la plus rigoureuse en termes de méthodologie et d'échantillonnage. L'intégralité de la méthodologie et l'étude sont disponibles en libre accès sur le site internet de France Esports.

Cette étude a pour objectif d'analyser qui, dans la population française, a été en contact avec des jeux esports et de quelle manière ces personnes pratiquent ces jeux.

- La première catégorie, les **“Joueur.se.s Grand Public”**, représente 19.8% de la population interrogée, soit environ 9.8 millions de personnes en France, et est caractérisée par des joueur.euse.s qui jouent à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueur.se.s simultanément sans classement ni inscription à des compétitions organisées. La répartition genrée est équilibrée, avec 52% de joueuses, et il y a une grande diversité générationnelle avec plus de la moitié des individus âgés de moins de 15 ans ou de plus de 35 ans. Enfin, il y a une légère hausse du pourcentage des enquêté.e.s issu.e.s de catégories socioprofessionnelles supérieures, représentant 38%.
- La seconde catégorie, les **“Esportif.ve.s Loisir”**, représente 2.8 millions de personnes en France et est caractérisée par des joueur.euse.s qui jouent à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueur.se.s simultanément, effectuent des parties classées, mais sans inscription à des compétitions organisées. La tendance à la hausse de cette catégorie se confirme, avec une répartition genrée de 71% d'hommes, une très forte hausse de la proportion de 15-34 ans (72%) et une proportion de 29% d'individus issus de catégories socioprofessionnelles supérieures.
- La dernière catégorie, les **“Esportif.ve.s Amateurs”**, représente 2 millions de personnes en France et est caractérisée par des joueur.euse.s qui jouent à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueur.se.s simultanément, participent à des parties classées et se sont inscrits à au moins une compétition organisée de jeux vidéo au cours des douze derniers mois. Ce groupe est toujours quasi-exclusivement composé d'hommes (94%), âgés de 15 à 34 ans (95%) et dont 45% appartiennent à des catégories socioprofessionnelles supérieures, résultat bien au-dessus des deux autres groupes et de la moyenne de la population française (28%).

La France est un des pays les plus avancé dans la consolidation de l'écosystème, faisant ainsi de notre pays un pionnier du secteur. Selon le Baromètre France esports 2022, malgré les discours médiatiques affirmant que l'esport aurait bénéficié de la crise sanitaire, les résultats montrent que l'année 2020, au pic de la pandémie et des restrictions, a vu à la fois le nombre de pratiquants (amateurs et loisirs) et de consommateurs diminuer. Cependant, le secteur a réussi à rebondir rapidement, car en cinq ans, le nombre d'esportif.ve.s amateurs a plus que doublé (passant de 931 000 à 2 millions) et le nombre d'esportif.ve.s loisirs a presque triplé (passant de 1.1 million à 2.8 millions). Le nombre total de pratiquants est ainsi passé de 2 millions en 2018 à 4.8 millions en 2022. De même, le nombre de joueur.euse.s a presque doublé (passant de 5.1 millions à 9.5 millions). Enfin, le nombre total de fans (intéressés par l'esport, que ce soit en le pratiquant ou en y assistant) est passé de 7.8 millions en 2020 à 10.8 millions en 2022. En résumé, le Baromètre France esports 2022 révèle une grande résilience du secteur qui a connu un engouement sur une courte période. On observe depuis 2016 une volonté du gouvernement d'aider à la création d'un cadre juridique spécifique afin de permettre d'encadrer au mieux les compétitions.

Par ailleurs la France possède plusieurs points forts non négligeables :

- Une population fortement connectée, avec des infrastructures qui permettent de jouer facilement sur presque tout le territoire, possédant ainsi un grand nombre de joueur.euse.s potentiellement aptes à embrasser une carrière d'esportif.
- Plusieurs villes aptes à organiser et recevoir des compétitions nationales et internationales, comme Paris, Marseille, Lyon, Poitiers, Montpellier, Lille, etc. Ces villes offrent un maillage intéressant permettant l'organisation de compétitions différentes, ou encore de permettre l'élaboration d'un réseau de compétitions inter-régionales.
- Une forte implantation des éditeurs de jeux vidéo. Ainsi Ubisoft, Blizzard, ou Riot Games possèdent des sièges en France et travaillent donc au niveau national à la consolidation des compétitions propres à leurs jeux et à la pérennisation de celles-ci.
- Enfin on observe l'émergence de structures qui ont pour objectif de faire l'interface entre joueur.euse.s, éditeurs, acteurs du secteur, et gouvernement comme l'association France Esports citée plusieurs fois dans ce document

C'est dans le but d'accompagner ce développement que le consortium FUTUReSPORT s'est créé. Les raisons de son existence, établies par la Caisse des Dépôts et les parties prenantes du projet, ont été définies comme suit :

- « Le 12 octobre 2021, le Président de la République a annoncé le plan France 2030 qui répond à un objectif clair: Préparer la France de demain par des choix d'investissements stratégiques majeurs, au service de nos concitoyens et d'une ambition écologique forte, pour mieux produire, mieux vivre et mieux comprendre notre monde. Il s'agit à la fois de rattraper le retard dans certains secteurs historiques et de donner un temps d'avance à la France en créant de nouvelles filières industrielles et technologiques pour accompagner les transitions écologiques et numériques.
- Au sein de l'objet France 2030, le présent programme vise à anticiper autant que possible et contribuer à satisfaire les besoins en emploi ou en compétences des entreprises, que ceux-ci soient sanctionnés par des titres, des certifications ou des diplômes. Il s'agit aussi d'accélérer la mise en oeuvre de formations y préparant, ainsi que leur accès en matière d'information, d'attractivité et d'inscription tant en cursus de formation initiale qu'en formation continue quel que soit le statut de l'actif (salarié, demandeur d'emploi, indépendant, libéral ou entrepreneur).
- Les projets de diagnostic doivent permettre de qualifier les besoins en compétences à développer par de la formation (alternance y compris) à travers une analyse approfondie et partagée des compétences nécessaires au déploiement d'une ou plusieurs priorités de France 2030.
- Les compétences à développer s'entendent au sens large : des compétences techniques, cœur de métier ainsi que des compétences transversales ou liées à des savoir-être professionnels.

Ce diagnostic et les résultats de cette étude financés par l'État seront rendus publics et disponibles sur le site <https://gouvernement.fr/appele-manifestations-d-interet-compences-et-metiers-d-avenir> du SGPI. »

Méthodologie

Pour cela, le consortium s'est basé sur les travaux scientifiques et les études déjà existantes afin d'établir des entretiens semi-directifs qui ont été conduits auprès d'une cinquantaine d'acteurs de l'écosystème esportif. Pour rappel, selon l'étude PIPAME de 2021, l'esport représente en France 650 ETP, les entretiens effectués ainsi que les discussions informelles de vérification auprès d'experts et de professionnels regroupent ainsi la vision de l'écosystème esportif professionnel.

Pendant six mois, c'est toute la chaîne de valeur de l'esport qui a pu être explorée et interrogée, des éditeurs aux spectateur.trice.s en passant par les équipes ou bien encore les médias spécifiques à l'esport. Ce sont aussi des acteurs nouveaux ou indirectement liés à l'esport qui ont été inclus dans cette étude. Cela comprend des organismes publics qui utilisent ou

prévoient d'utiliser l'esport dans leurs pratiques ou bien encore des fédérations sportives qui commencent à élaborer une stratégie de positionnement. Ce sont au total plus de 30h d'entretiens auprès de plus de 50 personnes qui ont été analysés et compilés pour produire ce document.

<https://www.entreprises.gouv.fr/fr/etudes-et-statistiques/dossiers-de-la-dge/analyse-du-marche-et-perspectives-pour-l-esport>

Il est toujours nécessaire de pointer en préambule, les limites inhérentes à toute enquête sur la représentativité, la méthodologie employée ou encore les conclusions. Les éléments présentés dans cette étude peuvent, et doivent, toujours être critiqués de manière constructive afin de consolider les connaissances que nous avons de l'écosystème et de s'assurer de la pertinence des informations présentées. Cependant, le processus de collecte des données et de rédaction s'est fait sous le contrôle d'experts du domaine et de chercheur.euse.s et chercheuses. De nombreux allers-retours ont été réalisés avec les intervenants afin de s'assurer de la qualité des données. Le consortium s'est aussi assuré de la plus grande représentativité de l'écosystème afin de confronter les points de vue et la manière dont les acteurs se perçoivent dans celui-ci. Enfin une attention particulière a été portée sur les sources académiques utilisées, les travaux de représentation notamment sont basés sur les dernières avancées scientifiques en matière d'esport. Si les principaux articles utilisés sont cités en annexe bibliographique, une bibliographie plus exhaustive a permis le cadrage de l'étude, sans pour autant avoir été notable dans les propos présentés ici. Celle-ci, inspirée des travaux de thèse et de recherche des membres du consortium peut être mise à disposition des personnes souhaitant explorer de manière plus approfondie les enjeux de la structuration de l'esport.

Le consortium FUTUReSPORT est fier de vous présenter l'aboutissement de ces six mois d'études qui représente une nouvelle pierre à la structuration de l'écosystème esportif en France.

Métiers et compétences de l'esport aujourd'hui.

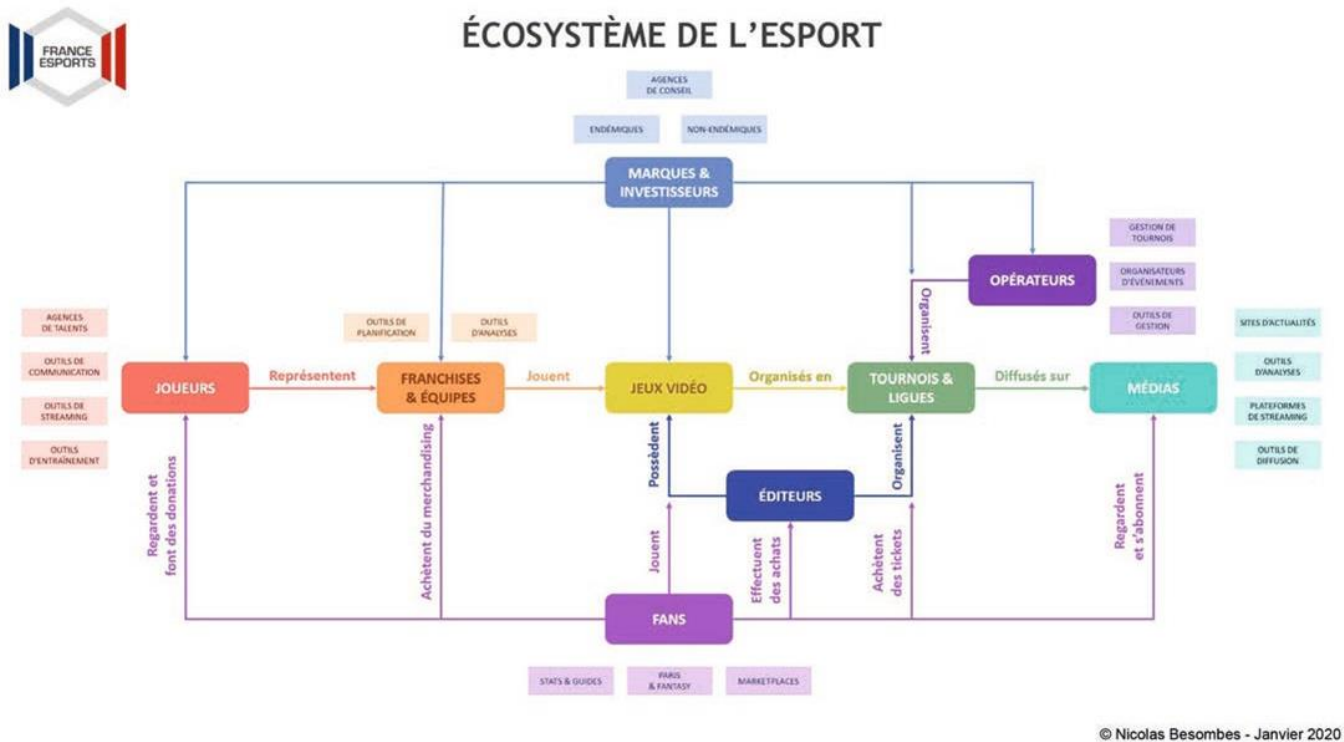
Visualisation de l'écosystème.

Afin de mettre en lumière les compétences mises en jeu dans les métiers de l'esport, il est impératif dans un premier temps d'établir une cartographie des métiers de l'esport, et de l'écosystème esportif en général.

Comme évoqué précédemment des travaux existent déjà sur ces questions et nous invitons le lecteur à consulter les infographies produites par le docteur Nicolas Besombes sur le site de France Esports. Pour rappel, celui-ci nous offre deux visualisations particulièrement intéressantes. La première est celle de la pluralité des métiers de l'écosystème esportif.



La seconde est une représentation des liens entre les différents acteurs de l'esport.

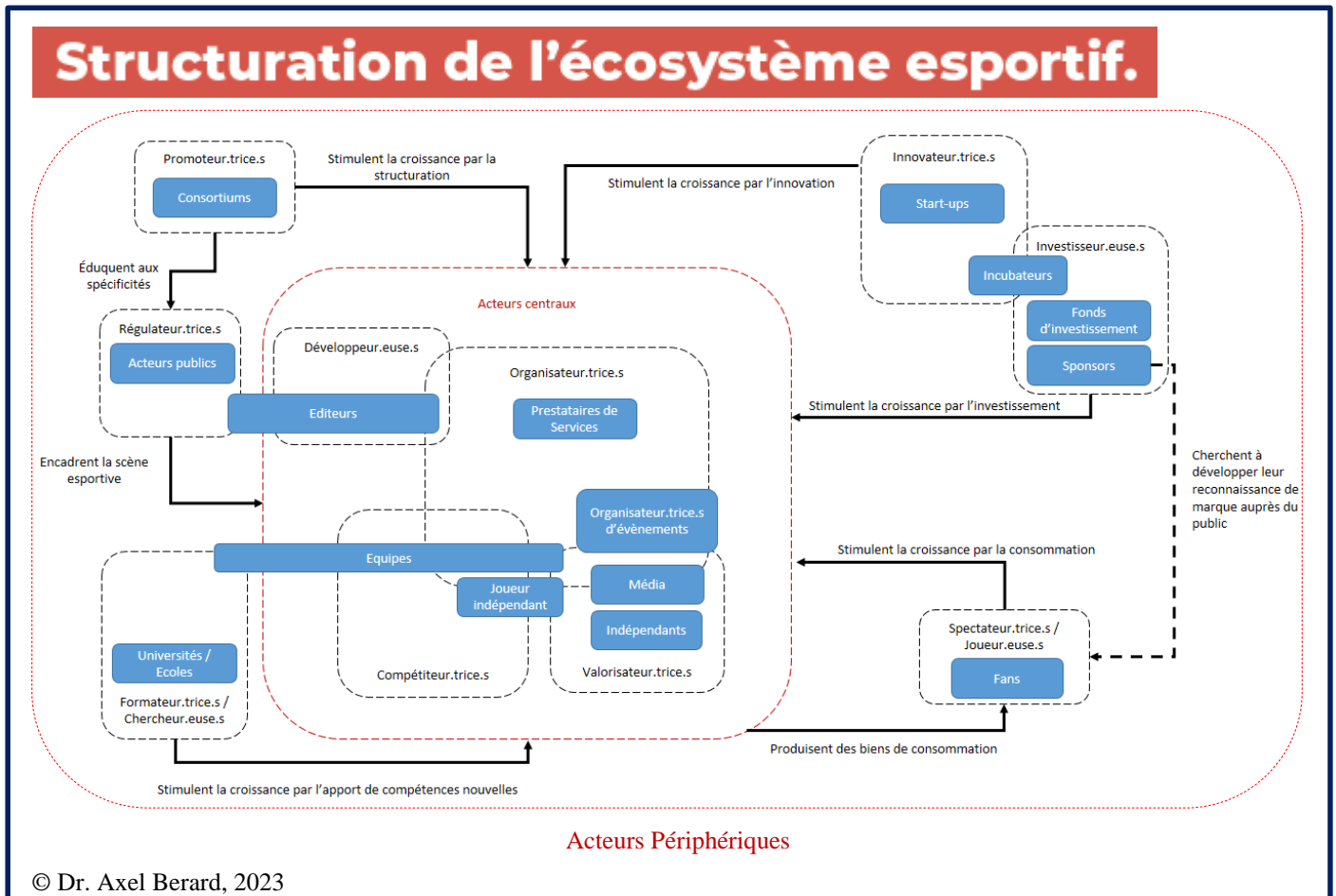


Ces deux représentations ont une très grande utilité, notamment dans une optique de diffusion auprès du grand public, mais souffrent de quelques limitations.

- La première visualisation regroupe des métiers, des fonctions et des domaines d'activités, mais ne permet pas d'avoir une vision claire des métiers propres à un type de structure sportive. De la même manière que n'importe quel autre domaine, l'esport réunit des entreprises variées dans leurs fonctions et leurs buts. Il n'est pas aisé alors de savoir à quel type de structures correspondent les métiers. Un travail de catégorisation a donc été entrepris afin d'offrir aux lecteurs et lectrices une information claire et précise des métiers qui peuvent exister au sein d'une structure sportive donnée.
- La seconde visualisation quant à elle montre bien les dynamiques et les interdépendances entre les différents acteurs de l'esport mais, dans un souci de clarification, occulte parfois les multiples attributions que peuvent avoir certains acteurs. A titre d'exemple, de plus en plus d'équipes internalisent des fonctions communément attribuées à des médias comme la retransmission en direct des matchs de leur équipe avec des commentateurs propres dans un souci de développer leur notoriété. Par ailleurs, cette visualisation ne prend pas en compte certains acteurs, comme les acteurs publics, qui, pourtant, influent sur la structuration de l'écosystème.

Nouvelle représentation du secteur de l'esport :

Dans une volonté d'optimiser les modélisations existantes, nous suggérons les représentations suivantes. La première représentation est celle de l'écosystème esportif avec une actualisation nécessaire, faisant apparaître de nouveaux acteurs qui jouent désormais un rôle important dans son développement.



Cette visualisation se présente en deux parties. Au centre se trouvent ce que l'on peut nommer les acteurs « centraux » de l'esport, ceux dont l'activité et la production sont communément admises comme faisant partie de l'esport et que nous retrouvons dans les visualisations de Besombes. Autour des acteurs centraux, les acteurs « périphériques » de l'esport soutiennent, financent, structurent, observent, aident,...

Les éléments en NOIR représentent les grandes activités, les rôles, que l'on peut retrouver dans la pratique esportive, et que nous expliquerons ensuite. En BLEU sont les structures (ou parfois les individus) qui endossent les rôles décrits. Ce choix de représentation permet ainsi facilement de réaliser que certaines structures possèdent parfois plusieurs attributions. Ainsi une équipe peut avoir tout à la fois des activités de compétiteur.trice.s, d'organisateur.trice.s, de valorisateur.trice.s et de formateur.trice.s. Nous reviendrons sur les définitions ensuite, mais il est important de rappeler que lorsque nous évoquons des structures aux activités multiples, nous faisons référence à une internalisation de la production de ces activités, et non le recours à des prestataires externes. Il est à noter que les notions de « central/périphérique » peuvent être parfois comprises comme des jugements de valeur. Les auteurs veulent insister sur le fait que tous les acteurs présentés sont nécessaires à l'esport sans distinction aucune. Leur absence signifierait la fin de l'écosystème esportif (sans spectateur.trice.s il n'y a plus d'esport professionnel car plus de public pour assister aux compétitions, de même que sans acteurs publics, il n'y a pas d'encadrement et donc pas de structuration, sans sponsor c'est le modèle économique des équipes qui est mis à mal, etc.). Cette précision rappelée,

il convient désormais de rentrer dans les détails de la visualisation proposée.

Les acteurs centraux.

Les acteurs que nous avons nommés “centraux” sont ceux dont les activités proviennent de et/ou sont tournées vers l’esport en tant qu’activité économique principale :

- Les **compétiteur.trice.s** sont les acteurs qui sont mis en avant dans l’écosystème esportif. Ce sont les joueur.euse.s et les équipes qui participent aux compétitions de manière professionnelle et récurrente. Ce sont les visages de l’esport et ont un impact direct sur le développement et la croissance de cette industrie. Ils peuvent être des joueur.euse.s professionnel.le.s, des amateurs ou des étudiants qui participent dans des tournois universitaires, bien que le circuit amateur porte d’autres enjeux qui seront développés plus tard.
- Les **valorisateur.trice.s** produisent du contenu à partir des actions des compétiteur.trice.s. Les médias et les indépendants sont les principaux valorisateur.trice.s de l’esport. Ils produisent des reportages, des documentaires, des émissions de télévision, des streams et des podcasts sur les compétitions et les joueur.euse.s. Ils jouent un rôle clé dans la promotion et la popularisation de l’esport en valorisant les actions des compétiteur.trice.s et en les diffusant au grand public.
- Les **organisateur.trice.s** sont les acteurs qui mettent en place les moyens de produire des compétitions et de capter du contenu à valoriser. Ils peuvent être des entreprises, des associations, des fédérations, des universités ou des gouvernements. Ils planifient, organisent et gèrent les compétitions et ont un impact considérable sur la qualité et la visibilité des compétitions.
- Les **développeur.euse.s** fournissent la matière utile pour les autres acteurs. Il s’agit principalement des éditeurs qui développent les jeux utilisés ensuite pour les compétitions. Ils peuvent également créer ou soutenir des nouvelles compétitions, des formats de jeux et des règles et possèdent un fort droit de regard sur l’utilisation de leurs licences.

Les acteurs périphériques.

Autour des acteurs « centraux » de l’écosystème viennent se greffer les acteurs « périphériques » de la scène esportive :

- Les **innovateur.trice.s et investisseur.euse.s** regroupent les start-ups, les sponsors et les autres acteurs qui investissent directement dans l’esport et créent de l’innovation. Ils aident à financer les équipes et les compétitions, et à mettre en place les nouvelles technologies et les nouveaux formats de jeux qui permettent de développer l’esport.
- Les **promoteur.trice.s** sont des acteurs qui aident à structurer l’écosystème esportif et à conseiller les régulateur.trice.s. Ce sont des associations, des fédérations, des entreprises ou des individus qui ont une expertise sur les questions liées à l’esport. A titre d’exemple, en France, France Esports apporte son expertise via de nombreux acteurs pour accompagner le développement de l’écosystème français et aider les régulateur.trice.s.
- Les **régulateur.trice.s** sont les acteurs qui encadrent légalement les compétitions et la pratique, investissent et offrent l’utilisation d’infrastructures. Ils.Elles peuvent être des autorités gouvernementales (Etat, régions, villes) ou des éditeurs de jeux vidéo qui contrôlent les compétitions en utilisant leur droit de propriété intellectuelle. Ils.Elles ont un impact sur la réglementation et la légalité des compétitions mais aussi sur la dynamique de structuration

pour les années qui viennent.

- Les **formateur.trice.s/chercheur.euse.s** sont les acteurs qui dispensent des cours, des formations et font de la recherche sur l'esport. Les universités et les écoles sont les principaux formateur.trice.s, avec de plus en plus d'équipes qui proposent des formations. Les chercheur.euse.s travaillent également sur l'esport pour comprendre les tendances, les impacts et les opportunités de l'esport. Par la formation et la recherche, ils participent indirectement à la structuration et la pérennisation de l'écosystème esportif.

Nouvelle visualisation des métiers.

Maintenant que le panorama de l'écosystème esportif est dressé, il est temps de venir explorer la diversité des métiers qui existent aujourd'hui, afin d'établir ensuite une carte des compétences et responsabilités dans l'écosystème esportif.

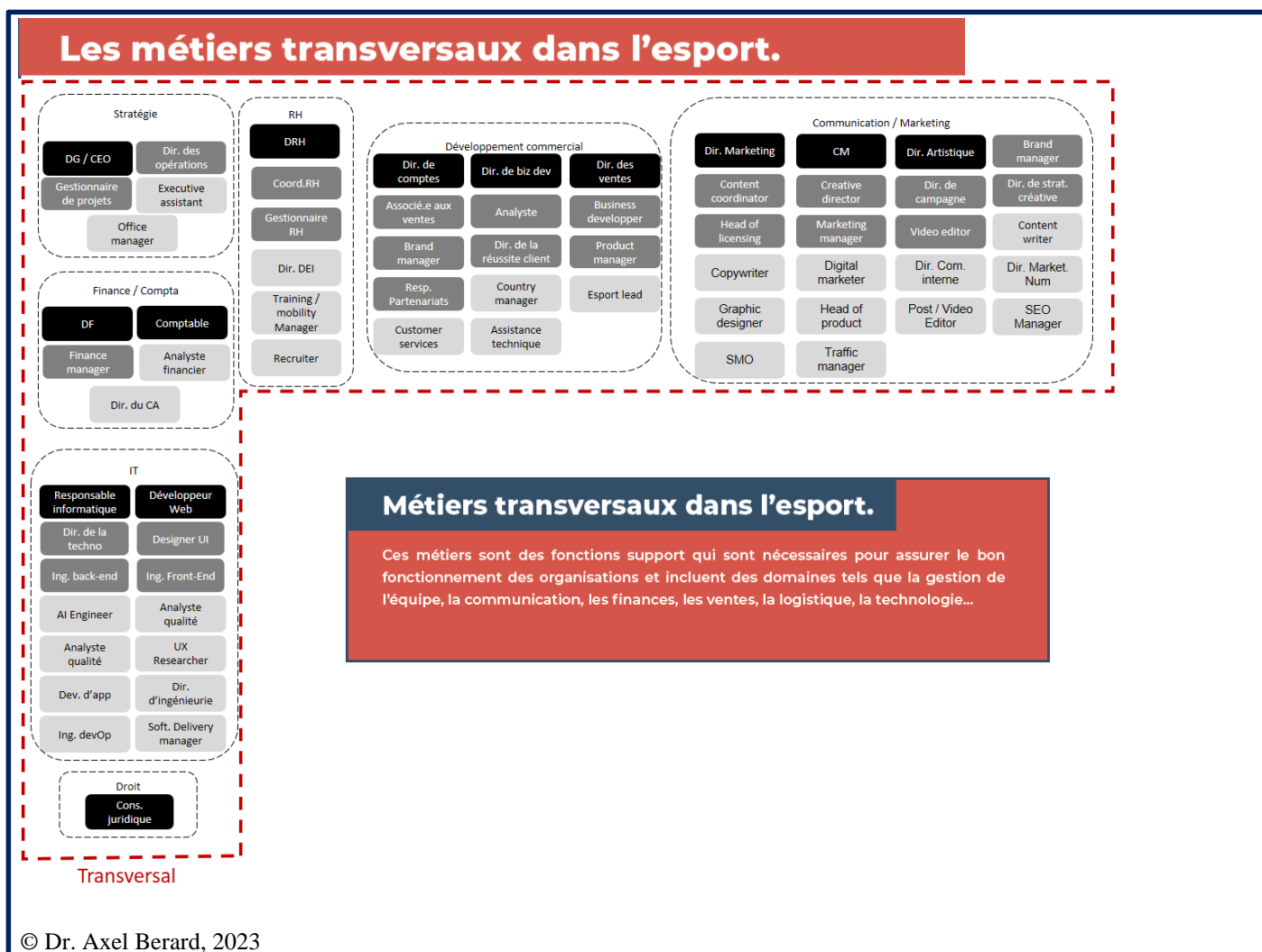
Comme expliqué précédemment, la cartographie des métiers proposée par Nicolas Besombes ne permettait pas de se repérer en fonction des types de structures considérées. Alors que son approche était holistique, proposant une visualisation de tous les métiers sur un schéma unique, nous proposons une approche sectorielle, définie par les catégories décrites dans le schéma précédent. Cette approche particulière et originale possède plusieurs avantages.

Le premier avantage est d'orienter les personnes souhaitant travailler dans une structure donnée en leur fournissant une liste qui se veut exhaustive des métiers possibles dans celle-ci (bien qu'il soit impossible d'être parfaitement exhaustif, tant les modèles peuvent différer d'une structure à l'autre).

Le second avantage est de mettre en lumière les fonctions dites transversales, dont les compétences ne sont pas spécifiques à l'esport mais dont l'importance est vitale pour soutenir n'importe quelle structure.

Enfin, cette visualisation permet aussi aux professionnels de se positionner et de réfléchir à leur propre structuration.

Ces infographies se veulent être des boussoles utiles à l'écosystème en suggérant des priorisations dans les recrutements et la répartition des tâches de l'entreprise.



Chaque infographie est construite de la façon suivante : Les encadrés en noir et pointillé décrivent la fonction principale des métiers présentés (un CEO aura des attributions principalement liées à la stratégie, quand un DRH aura des fonctions avant tout liées aux ressources humaines). Les métiers sont classés par ordre d'importance : En noir, les métiers prioritaires à chaque fonction. Ainsi un.e directeur.trice marketing sera sûrement le premier métier à recruter si l'on veut développer la fonction marketing. En gris foncé, les métiers importants pour améliorer la fonction considérée. On pourra ajouter associer un.e chef.fe de produit ou un.e responsable sponsoring au directeur marketing. En gris clair, les métiers utiles pour créer de la performance marginale afin de produire une différenciation avec les concurrents. Dans notre exemple de marketing, nous pouvons rajouter un.e chef.fe de publicité.

ATTENTION : Notre propos ici n'est pas de dire que les structures doivent développer l'ensemble des métiers pour fonctionner. A la création d'une équipe, un CEO sera par exemple un DRH, un directeur.trice commercial, un DAF, etc. Les contraintes de temps, de maturité et de ressources font que des entreprises doivent parfois cumuler plusieurs fonctions sur un même poste. En outre, l'ordre de priorité des métiers est une suggestion, et non une prescription, basée sur les expertises des chercheur.euse.s et des professionnels interrogés. Il s'agit d'une aide à la fois pour cibler les métiers prioritaires, pour aider à passer les étapes de croissance des structures et pour aider à créer des normes de description pour les métiers et les appellations. Les auteurs suggèrent ainsi que les différents niveaux de priorité des métiers doivent être cherchés à des niveaux de croissance différents. L'objectif de ces visualisations est qu'elles soient utiles aux structures souhaitant construire un développement pérenne, basé sur une structuration rationalisée en fonction de leurs besoins.

Les métiers transversaux.

Les métiers transversaux peuvent être considérés comme le squelette de toute entreprise, quel que soit son domaine d'activité. Ils permettent d'organiser et de rationaliser les ressources afin de proposer la meilleure manière de produire des biens ou des services. Ces domaines et métiers n'étant pas spécifiques à l'esport, nous proposons aux lecteur.trice.s d'explorer les descriptions et les fiches compétences de ces métiers sur des sites spécialisés pour avoir une vision qui se veut la plus claire et précise des attributions de chaque poste. Les descriptions des postes et les compétences mises en jeu varient en effet peu de celles dans d'autres secteurs d'activité. Ainsi les compétences et attributions d'un graphiste dans l'esport seront similaires à celle d'un graphiste dans l'industrie du luxe.

Cependant les enjeux du secteur sportif doivent être abordés et identifiés lors des formations à ces métiers, à travers par exemple des modules d'acculturation, afin de conserver une pertinence entre le développement des compétences de ces métiers et les besoins de l'industrie dans son ensemble. Nous proposons cependant dans le présent livrable un recensement qui se veut le plus exhaustif possible des métiers transversaux observés dans des structures sportives.

	MÉTIER S PRIORITAIRES
	Le.La Président.e Directeur.trice Général.e
	MÉTIER S IMPORTANTS
	Le.La Directeur.trice général.e des opérations
	Le.La Gestionnaire de projets
	MÉTIER S UTILES
	Le.La Executive Assistant
STRATEGIE	

	Le.La Responsable de bureau
--	------------------------------------

MARKETING	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Community Manager
	Le.La Directeur.trice Artistique
	Le.La Directeur.trice Marketing
	MÉTIERS IMPORTANTS
	Le.La Brand Manager
	Le.La Content Coordinator
	Le.La Creative Director
	Le.La Directeur.trice de Campagne
	Le.La Directeur.trice de la Stratégie Créative
	Le.La Head of Licensing
	Le.La Marketing Manager
	Le.La Monteur.euse vidéo
	MÉTIERS UTILES
	Le.La Content Writer
	Le.La Content / Post / Video Editor
	Le.La Copywriter
	Le.La Directeur.trice de la Communication
	Le.La Dir.de la Stratégie de Communication
	Le.La Dir. du Marketing Numérique
	Le.La Digital Marketer
	Le.La (3D) Graphic Designer
	Le.La Head of Product / Advertising
	Le.La SEO Manager
	Le.La Social Media Optimizer
	Le.La Traffic Manager

DÉV. COMM ERCIA	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Directeur.trice de compte
	Le.La Dir. du Développement Commercial

	Le.La Directeur.trice des ventes
	MÉTIERS IMPORTANTS
	L'Associé.e aux ventes
	Le.La Business Developer
	Le.La Chargé.e de marque
	Le.La Directeur.trice de la réussite client
	Le.La Product Manager
	Le.La Responsable des partenariats
	MÉTIERS UTILES
	Le.La Country Manager
	L'Esports Lead
	Le.La Représentant.e du service clientèle
	Le.La Spécialiste de l'assistance technique

	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Comptable
	Le.La Directeur.trice Financier.ère
	MÉTIERS IMPORTANTS
	Le.La Finance Manager
	MÉTIERS UTILES
	L'Analyste Financier.ère
	Le.La Directeur.trice du chiffre d'affaires

COMPTABILITÉ

	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Conseiller.ère juridique

DROIT

	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Directeur.trice des ressources humaines
	MÉTIERS IMPORTANTS
	Le.La Coordinateur.trice RH
	Le.La Gestionnaire RH
	MÉTIERS UTILES
	Le.La Directeur.trice de la diversité
	Le.La Training / Mobility Manager

RESSOURCES HUMAINES

IT	MÉTIERS PRIORITAIRES
	Le.La Développeur.euse Web
	Le.La Responsable Informatique
	MÉTIERS IMPORTANTS
	Le.La Directeur.trice de la technologie
	Le.La Designer d'interface utilisateur (UI)
	L'Ingénieur.e.s Back-End
	Le.La Ingénieur.e.s Front-End
	MÉTIERS UTILES
	Le.La AI Engineer
	Le.La Analyste qualité (QA)
	Le.La Chercheur.se en expérience utilisateur (UX)
	Le.La Développeur.euse d'applications
	Le.La Directeur.trice d'ingénierie
	L'Ingénieur.e.s DevOps
	Le.La Software Delivery Manager

Liste et explication des métiers dans les équipes sportives

Les équipes ont pour fonction d'encadrer la performance des joueur.euse.s afin de gagner les compétitions

Les métiers prioritaires dans les équipes sportives:

- Le.La **Head Coach** est responsable de diriger et de superviser l'entraînement de l'équipe esport. Il.Elle est chargé.e de planifier les séances d'entraînement, de définir les objectifs de performance et de motiver les joueur.euse.s. à atteindre leurs meilleures performances. Il.Elle est également responsable de la communication avec les autres membres de l'équipe, y compris les propriétaires et les sponsors.
- Le.La **Head of Esports** est responsable de la gestion globale des équipes esport. Il.Elle est chargé.e de la stratégie des équipes, de la gestion des finances et de la communication avec les autres équipes et les sponsors. Il.Elle est également responsable de la sélection des joueur.euse.s. et de la gestion des relations avec les fans et les médias.

Les métiers importants dans les équipes sportives :

- **L'Analyste d'équipe** est chargé.e d'analyser les performances de l'équipe et des joueur.euse.s. individuels. Il.Elle utilise des outils informatiques pour suivre les statistiques et les tendances de l'équipe, afin de déterminer les forces et

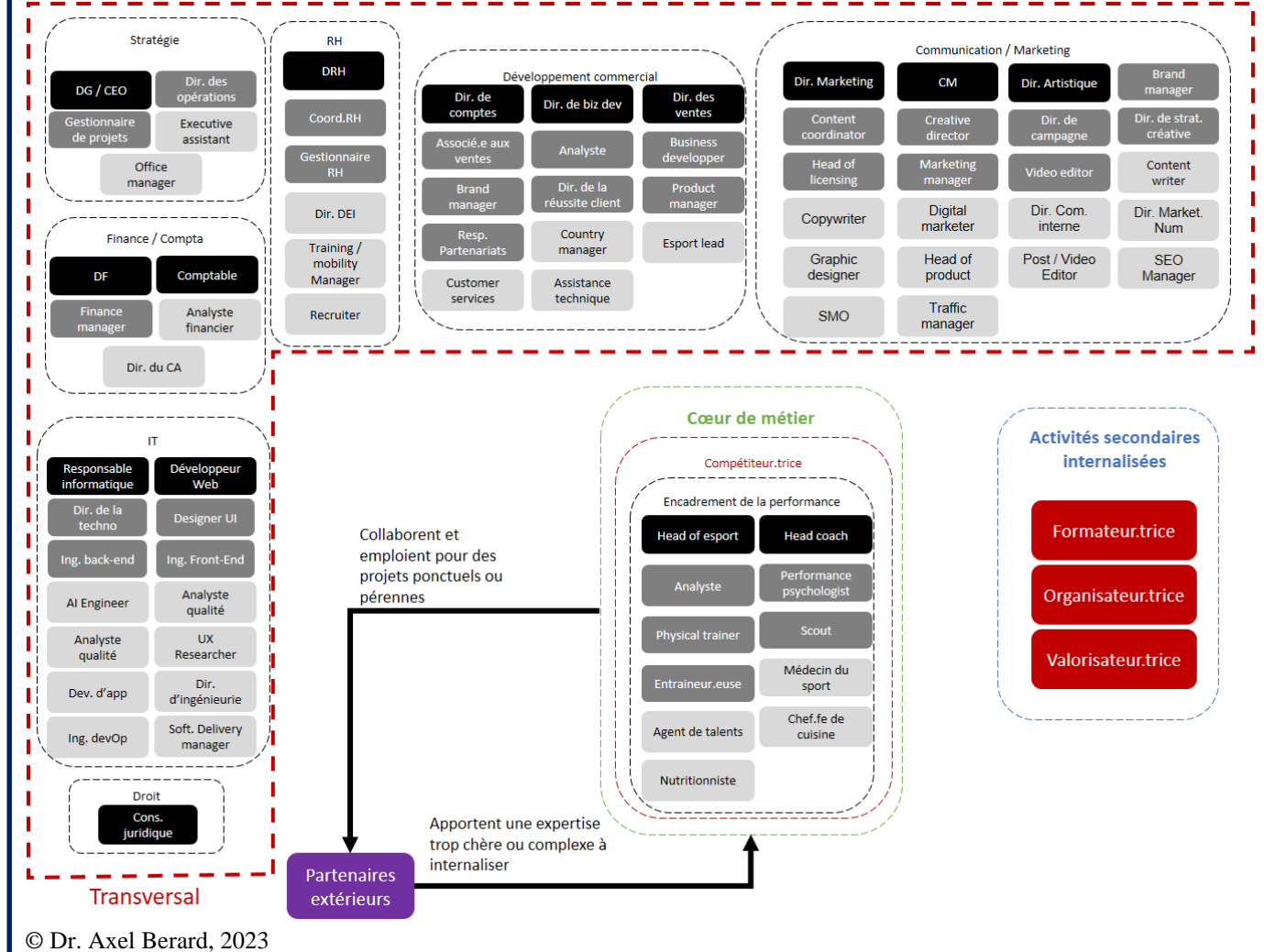
les faiblesses de l'équipe et de suggérer des améliorations. II.Elle est également responsable de la communication de ces informations aux entraîneurs et aux joueur.euse.s.

- **Le.La Performance Psychologist** est chargé.e de gérer les aspects psychologiques des équipes esport. II.Elle est chargé.e de motiver les joueur.euse.s. de gérer le stress et de les aider à atteindre leurs meilleures performances. II.Elle utilise des techniques de psychologie sportive pour aider les joueur.euse.s. à surmonter les obstacles mentaux et à atteindre leur plein potentiel.
- **Le.La Physical Trainer** est chargé.e de superviser la condition physique des joueur.euse.s. II.Elle est responsable de mettre en place des programmes d'entraînement pour améliorer la condition physique des joueur.euse.s. de les aider à prévenir les blessures et de les aider à récupérer après une blessure. II.Elle est également responsable de la communication avec les médecins et les physiothérapeutes pour assurer la santé globale des joueur.euse.s.
- **Le.La Scout** est chargé.e de repérer de nouveaux talents pour l'équipe esport. II.Elle est responsable de suivre les performances des joueur.euse.s. potentiels. elles, de les rencontrer et de les évaluer avant de les recommander à l'équipe. II.Elle est également responsable de maintenir des relations avec les autres équipes et les sponsors pour dénicher de nouveaux talents.
- L'Entraîneur.euse esport est chargé.e de superviser les séances d'entraînement de l'équipe esport et de mettre en place des plans d'entraînement pour améliorer les performances des joueur.euse.s. II.Elle est également responsable de la communication avec les autres membres de l'équipe pour élaborer des stratégies de jeu efficaces.

Les métiers utiles des équipes sportives:

- **Le.La Médecin du sport** spécialisé esport est chargé.e de surveiller la santé physique et mentale des joueur.euse.s. de l'équipe esport. II.Elle est responsable de diagnostiquer et de traiter les blessures et les problèmes de santé liés au sport, ainsi que de fournir des conseils sur l'alimentation et l'entraînement pour maintenir une bonne santé physique et mentale. II.Elle est également responsable de la communication avec les autres membres de l'équipe pour assurer la santé globale des joueur.euse.s.
- **L'Agent de talent** est chargé.e de gérer les relations professionnelles des joueur. euse.s. de l'équipe esport. II.Elle est responsable de négocier les contrats de joueur.euse.s. de gérer les relations avec les sponsors et de représenter les joueur.euse.s. lors de toutes les négociations commerciales.
- **Le.La Chef.fe de cuisine** est chargé.e de préparer les repas pour les joueur.euse.s. de l'équipe esport. II.Elle est responsable de planifier et de préparer des repas sains et équilibrés pour les joueur.euse.s. en prenant en compte leurs besoins diététiques spécifiques. II.Elle est également responsable de maintenir les normes d'hygiène et de sécurité alimentaire.
- **Le.La Dietician & Nutritionist** est chargé.e de surveiller l'alimentation des joueur. euse.s. de l'équipe esport. II.Elle est responsable de planifier des régimes alimentaires sains et équilibrés pour les joueur.euse.s. en prenant en compte leurs besoins diététiques spécifiques. Elle est également responsable de fournir des conseils et des informations sur la nutrition pour aider les joueur.euse.s. à maintenir une bonne santé physique et mentale.

Les métiers d'une équipe esport.



Liste & explication des métiers des média

Les métiers prioritaires du multimédia :

- Le. La **Commentateur.trice de jeu** (Play-by-Play Caster) a pour rôle de décrire l'action en cours lors des diffusions en direct des compétitions. Il. Elle doit être capable de fournir des informations précises et à jour sur les joueur.euse.s, les équipes et les stratégies utilisées.
- Le. La **Directeur.trice technique** (Technical Director) est responsable de la qualité technique de la diffusion en direct. Il. Elle doit s'assurer que tout le matériel de diffusion est en bon état et qu'il fonctionne correctement, et qu'il est configuré correctement pour la meilleure expérience de visionnage possible.
- Le. La **Présentateur.trice/Animateur.trice** est responsable de la présentation de la diffusion en direct. Il. Elle doit être capable de présenter les joueur.euse.s, les équipes et les compétitions de manière claire et engageante, et de maintenir l'intérêt des spectateur.trice.s tout au long de la diffusion.

Les métiers importants du multimédia :

- Le. La **streamer.euse / video maker** est responsable de la création de contenu vidéo à destination des plateformes de

streaming en ligne. Il.Elle doit être capable de filmer, monter et diffuser des vidéos de qualité professionnelle, et de les promouvoir efficacement pour atteindre un public cible.

- **L'Analyste.trice de plateau** (Desk Analyst) est responsable d'analyser les performances des joueur.euse.s. et des équipes lors des compétitions. Il.Elle doit être capable de fournir des informations et des perspectives sur les stratégies utilisées, les forces et les faiblesses des joueur.euse.s. et des équipes, et d'aider les commentateurs.trices à mieux comprendre les matchs en cours.
- **L'Animateur.trice de plateau** (Desk Host) est responsable de la présentation de l'analyse de plateau. Il.Elle doit être capable de présenter les informations de manière claire et engageante, et de maintenir l'intérêt des spectateur.trice.s. lors des segments d'analyse.
- Le.La **Cinematographer / Camera Operator** est responsable de la qualité visuelle de la diffusion en direct. Il.Elle doit être capable de filmer les matchs et les événements de manière professionnelle.
- Le.La **Commentateur.trice de stratégies** (Color Caster) est responsable de fournir des informations détaillées sur les stratégies et les tactiques utilisées lors des matchs. Il.Elle doit être capable de comprendre les détails techniques des jeux et de les expliquer de manière claire et accessible aux spectateur.trice.s.
- Le.La **Directeur.trice de diffusion** (Broadcast Director) est responsable de la qualité globale de la diffusion en direct. Il.Elle doit être capable de superviser tous les aspects de la diffusion, de la préparation à la diffusion en direct, en veillant à ce que tout se passe sans problème.
- Le.La **Graphiste de production** (Graphics Producer) est responsable des créations pour la diffusion en direct. Il.Elle doit être capable de créer des visuels professionnels pour les matchs, les scores et les statistiques, et de les diffuser en direct pour les spectateur.trice.s.
- Le.La **Graphic Operator / Live GFX** est responsable de la qualité visuelle de la diffusion en direct. Il.Elle doit être capable de créer des visuels professionnels pour les matchs, les scores et les statistiques, et de les diffuser en direct pour les spectateur.trice.s.
- Le.La **Producteur.trice en chef** (Line Producer) est responsable de la coordination de tous les aspects de la production de la diffusion en direct. Il.Elle doit être capable de superviser tous les aspects de la production, de la préparation à la diffusion en direct, en veillant à ce que tout se passe sans problème.
- Le.La **Producteur.trice vidéo** est responsable de la création de contenu vidéo de qualité professionnelle pour les diffusions en direct. Il.Elle doit être capable de filmer, monter et diffuser des vidéos de qualité professionnelle, et de les promouvoir efficacement pour atteindre un public cible.

Les métiers utiles du multimédia :

- Le **Directeur.trice de talents on-air** (On-Air Talent Manager) est responsable de la gestion des talents on-air, tels que les commentateurs.trices, les animateurs. trices et les analystes. Il.Elle doit être capable de recruter et de superviser les talents, de les aider à développer leurs compétences et de les préparer à la diffusion en direct.
- **L'Observateur.trice en jeu** (In-Game Observer) est responsable de surveiller les matchs en cours et de fournir des

informations aux commentateurs.trices et aux analystes. Il.Elle doit être capable de comprendre les détails techniques des jeux et de les signaler aux commentateurs.trices et aux analystes pour qu'ils.elles puissent les inclure dans leur analyse.

- **L'Opérateur.trice de replay** (Replay Operator) est responsable de la création et de la diffusion de replays des moments clés des matchs. Il.Elle doit être capable de sélectionner les moments les plus importants, de les monter de manière professionnelle et de les diffuser en direct pour les spectateur.trice.s.
- Le.La **Set Assistant** est responsable de l'aide sur les différents aspects de la production en direct, Il.Elle peut aider à la mise en place du plateau, à la préparation des équipements, ou encore à la coordination des différents intervenants.es. Il.Elle doit être capable de travailler en équipe et de suivre les instructions des différents responsables de production.

Presse : Les métiers liés à la presse font références à la création de contenu écrits

Les métiers prioritaires de la presse :

- **L'Éditeur.trice** est responsable de la vision globale de la publication et de sa stratégie éditoriale. Il.Elle est en charge de la direction artistique et de la gestion de l'équipe de rédaction.
- Le.La **rédacteur.trice** en chef quant à lui.elle est responsable de la supervision de la rédaction, de la coordination des équipes et de l'élaboration des plans éditoriaux. Il.Elle est également chargé.e de la validation des articles avant publication.
- Le.La **Features Writer** est chargé de rédiger des articles de fond sur les sujets liés à l'esport, il.elle peut également être amené.e à réaliser des interviews ou des enquêtes.
- Le.La **News Writer** quant à-il.elle est chargé.e de rédiger des articles d'actualité sur les événements les plus récents de l'esport. Il.Elle doit être en mesure de suivre l'actualité de manière régulière pour pouvoir informer les lecteur.trice.s en temps réel.

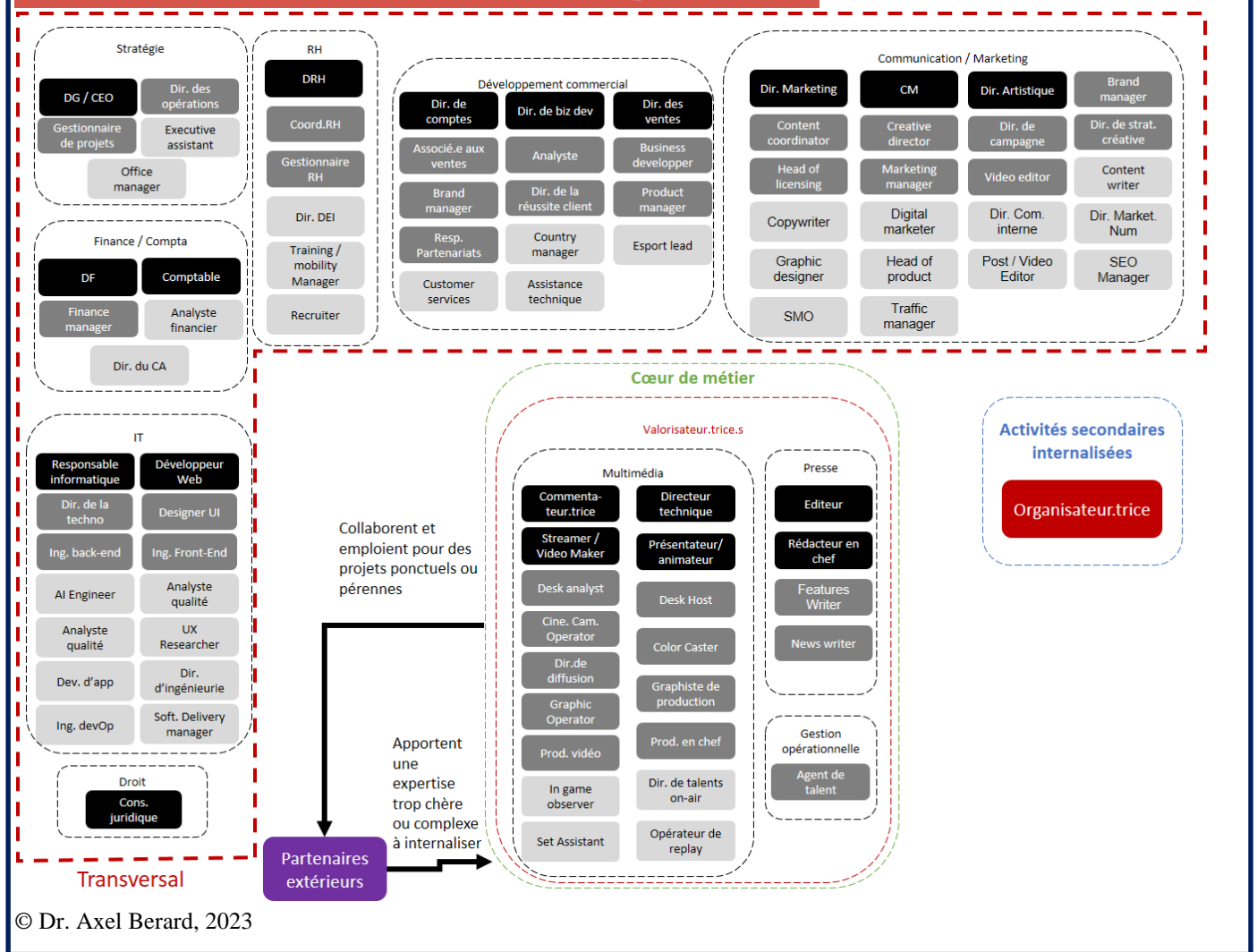
Liste & explication des métiers de la Gestion Opérationnelle (GO)

Par gestion opérationnelle, nous entendons les métiers en lien avec la gestion des individus spécifiques aux métiers de valorisateur.trice.s.

Les métiers prioritaires de la GO:

- **L'Agent de talents** est un.e professionnel.le chargé.e de gérer les carrières et les intérêts des animateurs.trices. Il.Elle est responsable de la recherche de contrats de sponsoring, de partenariats et de tournois pour ses clients. Il.Elle peut également aider à la gestion des finances et des relations publiques des personnes qu'il.elle représente. Il.Elle est un lien vital entre les animateurs.trices et les structures et les clients voulant faire appel à leurs compétences, aidant à faciliter les contrats et les partenariats pour les deux parties.

Les métiers d'un média sport.



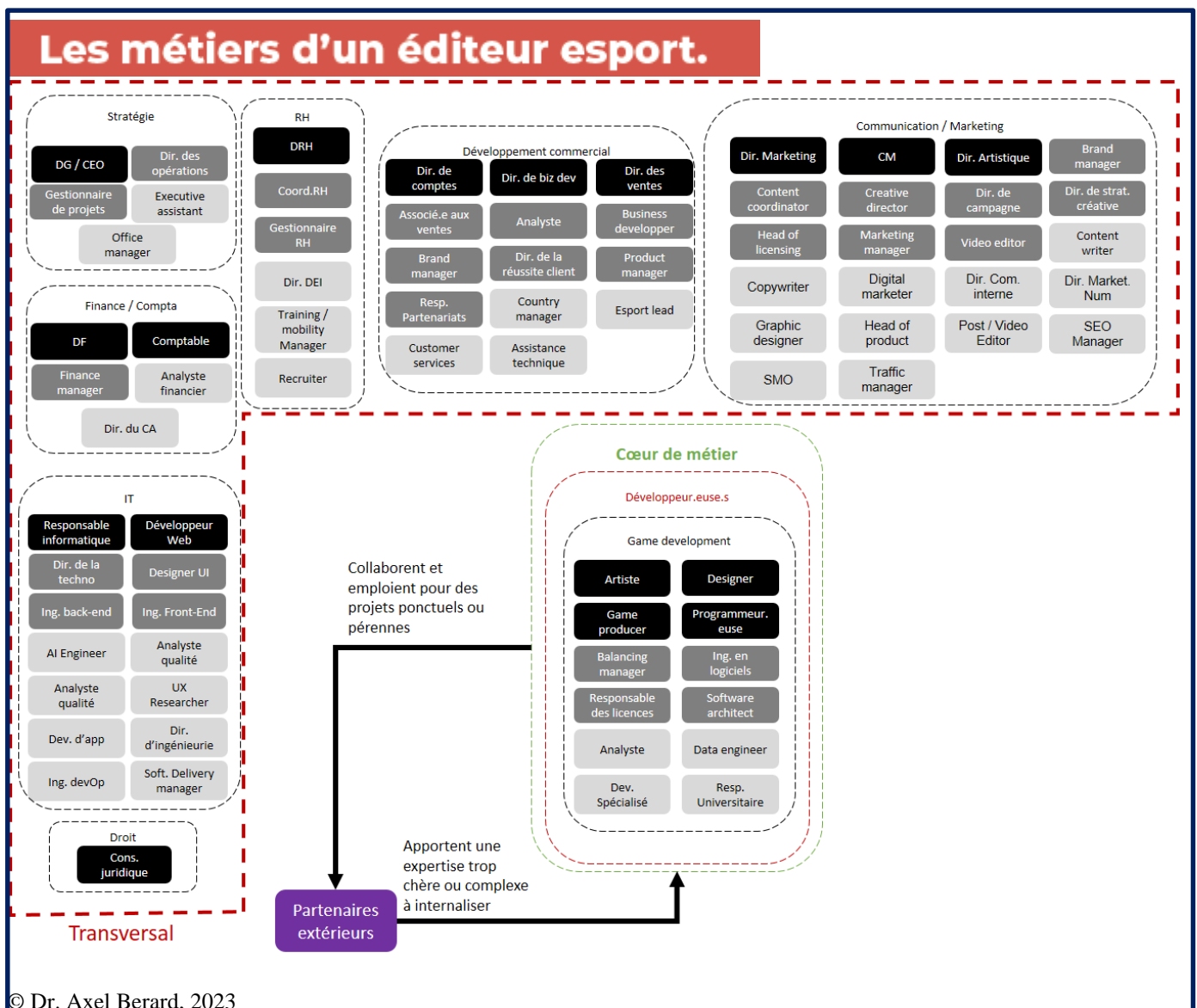
Liste & explication des métiers des éditeurs

Les compétences et les métiers mis en jeu dans l'élaboration d'un jeu sport sont les mêmes que dans l'élaboration d'un jeu vidéo. L'écosystème du jeu vidéo et de sa création étant vaste et traité de manière spécifique par d'autres travaux et des sites spécialisés, nous invitons de nouveaux les lecteur.trice.s désireux.euses de se renseigner sur ces métiers de consulter les ressources disponibles sur internet à ce sujet. Les métiers présentés ci-dessous sont à titre indicatifs afin de donner une idée de la richesse et de la variété des compétences mises en jeu chez un éditeur de jeu.

Une attention particulière peut cependant être donnée au rôle de responsable des licences, qui peut avoir un lien plus fort avec l'écosystème sportif, puisque généralement ce sont ces métiers qui participent à la structuration du circuit professionnel du jeu sous licence. Dans ces cas précis, les principales compétences mises en jeu sont celles d'un gestionnaire de projet, dont le but est l'édification et la pérennisation d'une scène professionnelle dédiée au jeu sous licence de l'éditeur pour lequel la personne travaille.

ÉDITEUR	MÉTIER S P R I O R I T A I R E S
	L'Artiste
	Le.La Designer
	Le.La Product Lifecycle Manager

Le.La Programmeurs.euse
MÉTIERS IMPORTANTS
Le.La Balancing Manager
L'Ingénieur.e en logiciels
Le.La Responsable des licences
Le.La Software Architect
MÉTIERS UTILES
L'Analyste
Les Data Engineers
Le.La Développeurs.euse Spécialisé.e.
Le.La Responsable Universitaire



© Dr. Axel Berard, 2023

Liste & explication des métiers des organisateur.trice.s

Les organisateur.trice.s sont les acteurs qui mettent en place les moyens de produire des compétitions et de capter du contenu à valoriser.

Les métiers prioritaires des organisateurs:

- **L'Administrateur.rice de tournoi** (Tournament Admin) est responsable de la planification, de l'organisation et de la gestion de tous les aspects liés à un tournoi sportif. Il.Elle travaille en étroite collaboration avec les équipes en compétition pour s'assurer que tout se déroule de manière fluide et sans problème. Il.Elle doit également s'assurer que les règles du tournoi sont respectées et faire respecter les décisions de l'arbitre.
- **L'Arbitre** (Referee) est chargé.e de veiller au bon déroulement des matchs et de faire respecter les règles de la compétition. Il.Elle doit être impartial.e et prendre des décisions équitables en cas de litige ou de violation des règles. Il.Elle est également responsable de communiquer les résultats des matchs aux organisateur.rice.s de l'événement.
- **L'Architecte Réseau** est responsable de la mise en place et de la maintenance des réseaux informatiques nécessaires pour que les compétitions se déroulent sans interruption. Il.Elle doit s'assurer que tous les joueur.se.s et les commentateur.trice.s ont accès à une connexion stable, rapide et sécurisée pour une expérience de jeu fluide.
- **Le.La Directeur.trice des compétitions** est chargé.e de superviser tous les aspects liés à la compétition, de la planification des matchs à la gestion des prix. Il.Elle travaille en étroite collaboration avec les administrateur.rice.s de tournoi et les arbitres pour s'assurer que tout se déroule comme prévu. Il.Elle est également responsable de communiquer avec les sponsors et les partenaires de l'événement.
- **L'Ingénieur.e son et lumière** (Light / Sound Engineer) est chargé.e de la mise en place et de la gestion des équipements de son et d'éclairage pour les compétitions. Il.Elle doit s'assurer que la qualité sonore et visuelle est optimale pour les joueur.se.s et les spectateur.trice.s. Il.Elle peut également être chargé.e de créer des effets spéciaux pour les différents matchs pour donner un aspect plus professionnel et améliorer l'expérience des spectateur.trice.s. Il.Elle travaille en étroite collaboration avec les organisateur.trice.s de l'événement pour s'assurer que tout est en place et fonctionne correctement. L'Ingénieur.e son et lumière doit être capable de configurer et de régler les équipements en fonction des besoins de chaque match, et de résoudre rapidement les problèmes techniques qui pourraient survenir.

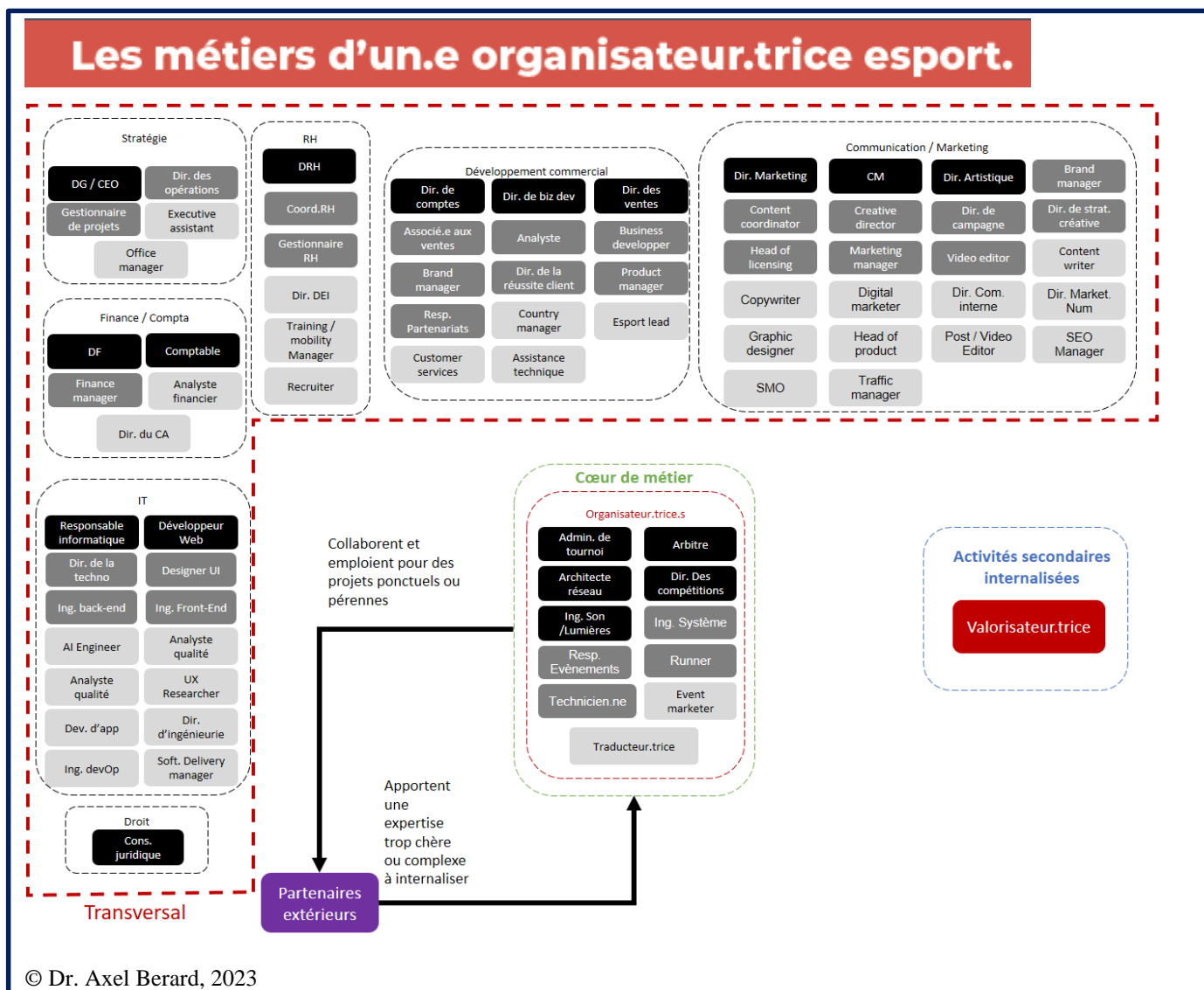
Les métiers importants des organisateurs :

- **L'Ingénieur.e système** est chargé.e de la maintenance et de l'optimisation des systèmes informatiques utilisés pour les matchs. Il.Elle doit s'assurer que tout fonctionne correctement et résoudre rapidement les problèmes techniques qui pourraient survenir. Il.Elle doit également s'assurer que les logiciels et les programmes utilisés sont à jour et compatibles avec les matériels utilisés.
- **Le.La Responsable d'événements** (Event Manager) est chargé.e de planifier, d'organiser et de gérer tous les aspects liés à un événement. Il.Elle travaille en étroite collaboration avec les différents partenaires et les sponsors pour s'assurer que tout se déroule comme prévu. Il.Elle doit également s'assurer que les besoins des joueur.se.s et des spectateur.trice.s sont satisfaits.
- **Le.La Runners** est chargé.e d'aider les organisateur.trice.s de l'événement dans leur travail quotidien. Il.Elle peut être chargé.e de tâches variées telles que la préparation des lieux de match, la gestion des inscriptions, la coordination des équipes et la communication avec les différents acteurs de l'événement. Il.Elle est souvent la personne qui assure le bon déroulement des tâches sur le terrain.

- Le.La **Technicien.ne** est responsable de la mise en place et de la maintenance des équipements utilisés pour les matchs. Il.Elle doit s'assurer que tout est en bon état de fonctionnement et résoudre rapidement les problèmes techniques qui pourraient survenir. Il.Elle peut également être chargé.e de la mise en place des équipements de son et d'éclairage pour les différents matchs.

Les métiers utiles des organisateurs :

- Le.La **Chargé.e de marketing d'événement** (Event Marketer) est chargé.e de promouvoir l'événement sport auprès du public et des médias. Il.Elle peut utiliser des outils tels que les réseaux sociaux, les relations presse et les publicités pour faire connaître l'événement et attirer un public le plus large possible. Il.Elle travaille également en étroite collaboration avec les sponsors et les partenaires pour maximiser les retours sur investissement.
- Le.La **Traducteur.rice** est chargé.e de traduire les différents contenus liés à l'événement (règles, communiqués de presse, etc.) pour les rendre accessibles aux différents publics. Il.Elle peut également être chargé.e de traduire les commentaires des matchs ou les interviews post match.

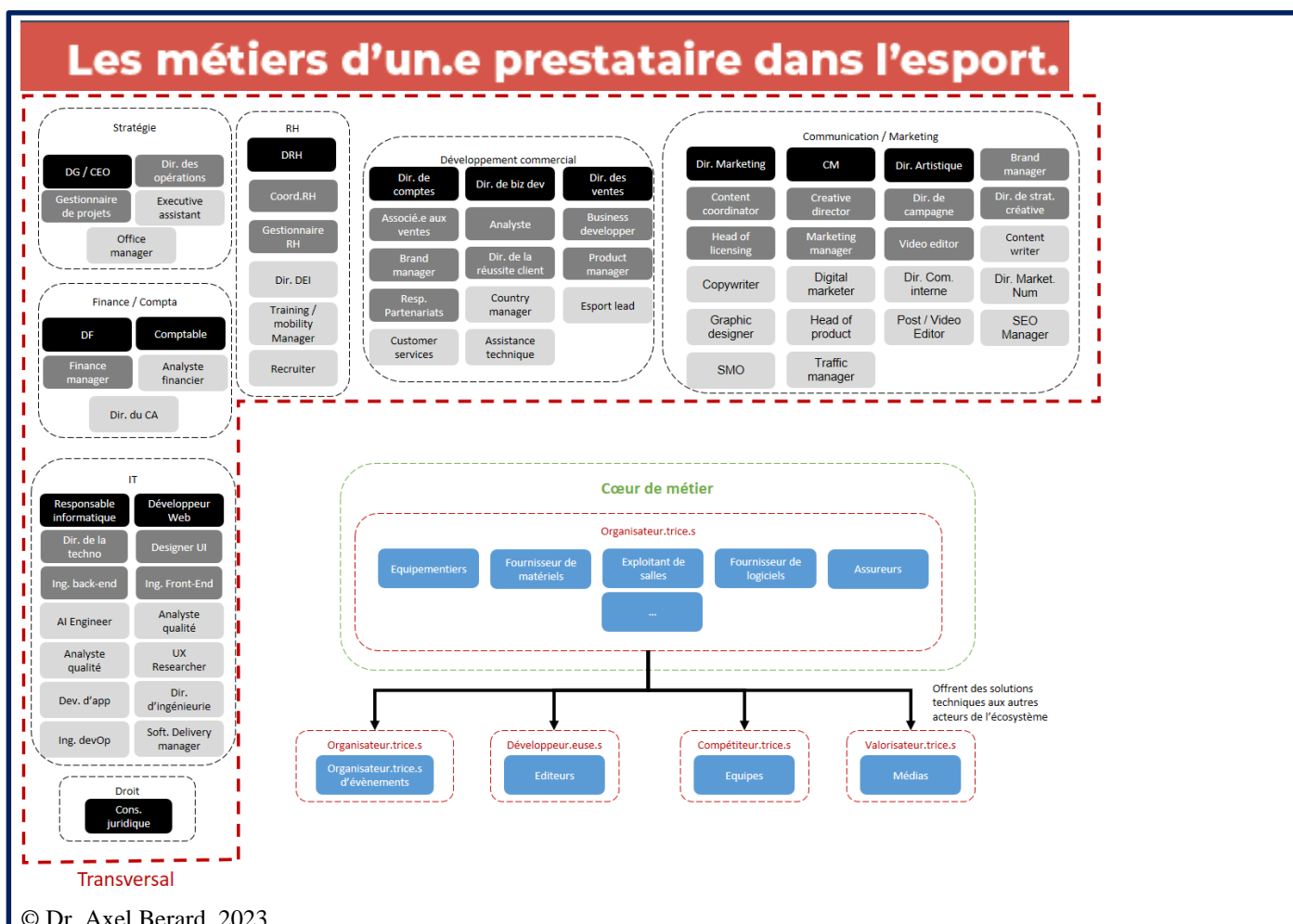


Liste & explication des métiers des prestataires de services

Les prestataires de services jouent un rôle dans l'élaboration et la gestion des événements. Ces entreprises viennent en support des « organisateur.trice.s d'événements » afin de mettre en place des compétitions de haut niveau et de fournir une expérience de qualité aux joueur.euse.s. et aux fans. Les prestataires de services peuvent inclure des fournisseurs divers.

Exemples de prestataires :

- **Apparel Provider** : Ce sont des entreprises qui fournissent des vêtements et des accessoires pour les joueur.euse.s. et les équipes. Ils peuvent concevoir et produire des tenues pour les compétitions, des t-shirts, des casquettes, etc.
- **Facilities Provider** : Ce sont des entreprises qui fournissent des installations pour les événements sportifs. Cela peut inclure des salles de compétition, des stands pour les exposants, des loges pour les joueur.euse.s, etc.
- **Hardware Supplier** : Ce sont des entreprises qui fournissent du matériel informatique pour les événements sportifs. Il s'agit généralement de fournir des ordinateurs, des écrans, des claviers, des souris, etc. pour les joueur.euse.s.
- **Insurance Provider** : Ce sont des entreprises qui fournissent des assurances pour les événements. Ils peuvent offrir des assurances pour couvrir les risques liés aux accidents, à l'annulation, etc. généralement à destination des organisateur.trice.s et des joueur.euse.s.
- **Software Supplier** : Ce sont des entreprises qui fournissent des logiciels, cela peut être des logiciels de gestion des inscriptions, de diffusion en direct, de gestion des scores, etc. à destination des organisateur.trice.s des joueur.euse.s. mais aussi du public pour améliorer l'expérience vécue.



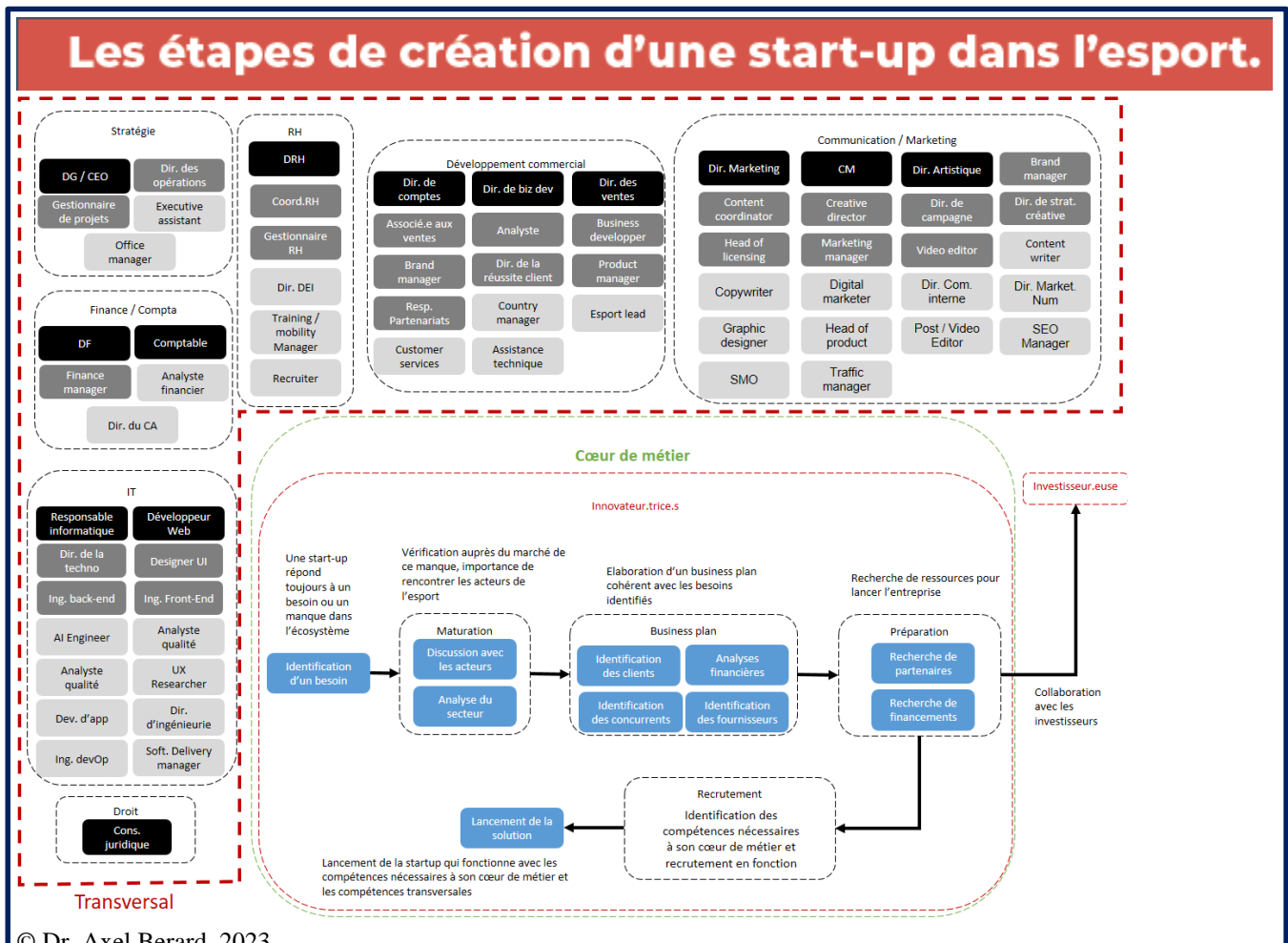
Structure et création d'une start-up dans l'esport :

Lors de la création d'une start-up dans l'écosystème esportif, l'identification des besoins et carences reconnues par les spécialistes est fondamentale. Cela peut impliquer de recueillir des données sur les tendances et les besoins des organisateur.trice.s, des joueur.euse.s et des entreprises.

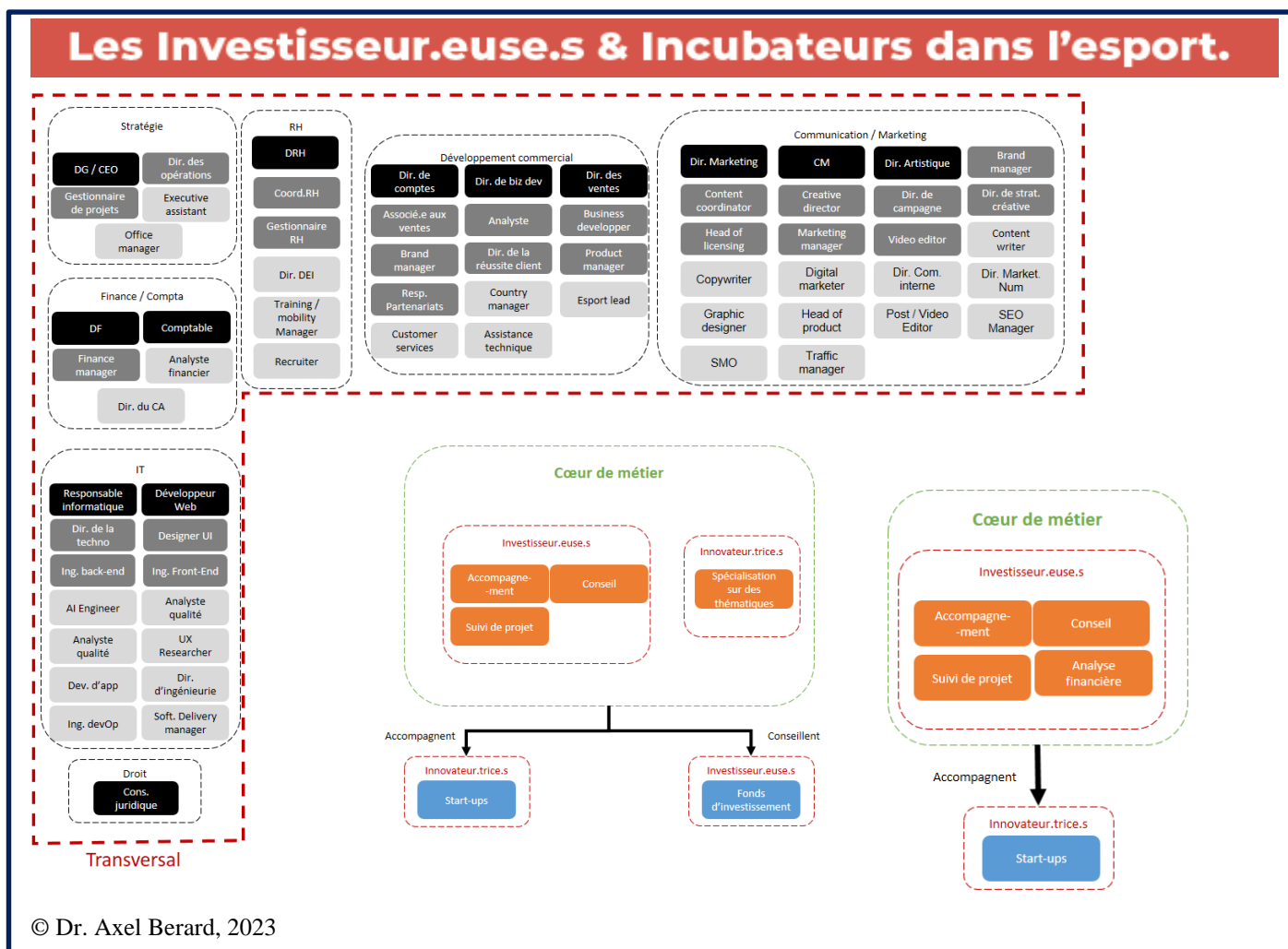
Il est essentiel de discuter avec les acteur.trice.s de l'esport pour comprendre les défis auxquels ils.elles sont confronté.e.s et les opportunités qui peuvent se présenter. En identifiant ces besoins, une start-up peut déterminer un marché cible et créer un produit ou un service qui répondra à ces besoins. Une fois les besoins identifiés, il est important de vérifier auprès du marché si ces besoins sont réels et s'il y a une demande pour les produits ou services proposés. Cela peut impliquer de mener des études de marché pour évaluer la taille du marché, les tendances et les préférences des personnes concernées. Il peut également être utile de discuter avec les personnes travaillant dans l'esport pour comprendre leur point de vue sur les besoins identifiés et si elles seraient intéressées par les solutions proposées.

Une fois que la demande pour les produits ou services proposés a été vérifiée et validée comme étant réelle, il est important de développer un business plan qui décrit les objectifs de la start-up, les clients cibles, les analyses financières et les stratégies de marketing. Il est également important d'identifier les concurrents existants, s'ils existent et les fournisseurs potentiels pour comprendre le marché et planifier les activités de la start-up.

Pour lancer la structure, la start-up doit ensuite rechercher des partenaires et des financements. Cela peut impliquer de négocier des partenariats avec des entreprises liées à l'esport, de solliciter des investisseur.euse.s ou de rechercher des subventions. Il est important de disposer des ressources nécessaires pour lancer la start-up et de mettre en place un plan financier solide. Une fois les ressources nécessaires à la mise en place de la structure obtenues, la start-up doit identifier les compétences nécessaires à son cœur de métier et recruter en conséquence. Cela peut impliquer de recruter des employés expérimentés dans les domaines clés, comme le développement de jeux ou la gestion d'événements sportifs, de la programmation informatique pour développer des applications, etc. Il est également important de recruter des employés ayant des compétences transversales, comme la gestion financière, des connaissances juridiques, ou encore une connaissance des enjeux RH.



Un incubateur de start-up est un lieu où les jeunes entreprises peuvent bénéficier d'un accompagnement pour leur développement et d'un environnement favorable pour s'implanter sur le marché sportif. L'incubateur apporte aux start-ups des savoir-faire techniques qui leur permettent de développer leur activité. Ces savoir-faire peuvent être liés à la création de contenu, au développement de jeux vidéo, à la création de plateformes d'échanges, etc. Les start-ups bénéficient également d'un accompagnement pour la mise en place de leur stratégie de communication, pour leur développement commercial, etc. Un incubateur apporte également aux start-ups des ressources financières pour leur permettre de se développer. Enfin, il met en place des partenariats avec des investisseurs pour faciliter la levée des fonds. Les apports en ressources peuvent être aussi humains et matériels. Les start-ups peuvent en effet bénéficier d'un accompagnement pour la recherche de talents, pour la recherche de partenaires, etc. Elles peuvent également profiter de mise à disposition de locaux pour développer leur activité.



Un fond d'investissement est un groupe d'investisseur.euse.s qui mettent en commun leurs fonds pour investir dans des entreprises en démarrage dans un domaine. Ces fonds d'investissement offrent une aide précieuse aux start-ups en apportant des connaissances et des ressources pour les accompagner dans leur développement. Les investisseur.euse.s des fonds ont généralement une grande expérience dans l'industrie sportive et peuvent aider les start-ups en fournissant des conseils et en partageant leur vision sur les tendances à venir du marché, les opportunités de croissance et les meilleures manières de travailler. Ils peuvent également offrir un accès à des réseaux de contacts et des partenariats pour aider les start-ups à se développer. En plus de ces connaissances, les fonds d'investissement apportent également des fonds pour les start-ups. Ces fonds peuvent être utilisés pour financer des projets de recherche, des campagnes de marketing, des achats de matériel ou tout autre dépense nécessaire pour que l'entreprise puisse se développer.

Derniers acteurs :

Concernant les joueur.euse.s ils ne forment pas de structure organisée à part entière (bien que nous voyions apparaître des groupements coordonnés de supporters, pour la Kcorp ou bien encore Vitality), et ces structures n'ont pas vocation à être gérées de manière professionnelle dans un avenir proche.

Il n'est pas exclu, avec l'évolution du secteur de l'esport, que des emplois à temps plein soient utiles pour la gestion des structures de supporters. La présentation suggérée n'est donc pas applicable à cette catégorie. Les joueur.euse.s professionnel.le.s indépendant.e.s ainsi que les médias indépendants (nous incluons par exemple les caster indépendants) étant des individus sans structure, la présentation ne s'applique donc pas à eux. Enfin concernant les acteurs publics ou bien encore les universités, leur fonctionnement n'est pas orienté autour de l'esport mais se positionne par rapport à cette industrie.

Cependant nous souhaitons expliquer en quelques lignes les attributions de trois métiers qui ont trait à l'esport dans les universités, le grand public n'ayant pas forcément une bonne visibilité sur ceux-ci :

Les autres métiers prioritaires :

- **L'Enseignant.e/Chercheur.euse** est un.e expert.e qui enseigne et mène des recherches pour améliorer les compétences des étudiants et comprendre les enjeux de sa spécialité de recherche. Selon sa spécialité il.elle peut enseigner des cours sur la stratégie, la psychologie, la gestion d'équipe et d'autres disciplines. Il.Elle peut alors utiliser l'esport dans ce cadre, et à travers ce prisme particulier donné par sa discipline. L'esport offre de nombreux potentiels de recherche que l'enseignant.e/chercheur.euse peut explorer.
- **Le.La Directeur.trice de programme** est responsable de la planification, de la mise en place et de la gestion des programmes d'études et des activités. Il.Elle travaille avec les enseignant.e.s, les entraîneur.euse.s et les administrateur.trice.s pour développer des programmes d'études qui préparent les étudiant.e.s à l'entrée dans le monde professionnel. Son expertise pédagogique peut alors être employée à créer un environnement propice au développement de cours et d'activités centrés sur l'esport.
- **L'Entraîneur.euse Universitaire** est responsable de la direction et de la supervision des équipes universitaires. Il.elle planifie les séances d'entraînement, élaborent des stratégies de jeu et supervisent les matchs. Il.elle travaille également avec les joueur.euse.s pour améliorer leur technique, leur psychologie et leur condition physique. Il.elle est souvent impliqué.e dans la recherche de talents et le recrutement de nouveaux joueur.euse.s pour l'équipe universitaire. Cette expertise peut donc être mise au service du développement d'un esport universitaire.

Les compétences & attributions des métiers de l'esport

La première partie de ce rapport, basée sur les nombreux entretiens réalisés avec une grande diversité d'acteurs de l'esport, a permis une catégorisation très large, sinon exhaustive, des métiers de l'esport. La partie à venir va reprendre ces métiers en y associant les compétences inhérentes. L'objectif est de fournir rapidement une compréhension des enjeux portés par chaque métier afin d'aider l'écosystème à normaliser les attributions et les intitulés d'un poste donné. Il est en effet important pour un secteur donné d'employer un vocabulaire qui revêt la même signification pour tous les acteurs qui le composent.

Ici encore nous insistons sur le fait que ces fiches de poste sont dans une logique de suggestion et non de prescription auprès des professionnels de l'esport. Nous souhaitons, tout comme pour les visualisations précédentes, offrir des outils faciles d'accès et d'usage afin que leur utilisation se répande facilement et puisse bénéficier au plus grand nombre. Enfin ces descriptions ont aussi pour vocation d'aider les personnes voulant s'insérer sur le marché de l'esport à identifier les métiers les plus en adéquations avec leurs compétences, ou bien d'identifier les compétences que ces personnes doivent développer pour atteindre le poste visé.

Présentation des métiers des équipes :

	MANAGER
HEAD COACH	Planifier et organiser des entraînements et des matchs
	Analyser la performance
	Maîtriser les mécaniques du jeu considéré et les stratégies qui en découlent
	Gérer une équipe
	Communiquer

	RÉCOLTER DES DONNÉES
ANALYSTE D'ÉQUIPE	Maîtriser les analyses statistiques
	Utiliser les outils vidéo pour analyser des performances
	ANALYSER DES DONNÉES
	Maîtriser les outils d'analyse de données
	Analyser les performances
	Maîtriser les indicateurs clés de performance (KPI) des jeux considérés
	Visualiser des données
	MANAGER
	Encadrer les équipes et les joueur.euse.s
	Maîtriser les mécaniques du jeu considéré et les stratégies qui en découlent
	Communiquer
	Identifier les forces et les faiblesses des joueur.euse.s et des équipes

SOIGNER PRÉVENIR LES BLESSURES PSYCHOLOGIQUES

PERFORMANCE PSYCHOLOGIST	Maîtriser les principaux concepts et méthodes de la psychologie sportive
	Maîtriser les techniques d'entraînement mental
	Analyser la performance
	Accompagner les processus de résolution de problèmes et de prise de décision
	Analyser les processus mentaux
	Accompagner la gestion du stress et de la récupération mentale

PLANIFIER	
HEAD OF ESPORTS	Définir la stratégie globale du club en matière d'esport
	Encadrer les équipes et les joueur.euse.s
	Développer des partenariats et trouver des sponsors

SOIGNER PRÉVENIR LES BLESSURES PHYSIQUES	
PHYSICAL TRAINER	Maîtriser l'anatomie et la physiologie humaine
	Créer des entraînements physiques pour les sportifs
	Maîtriser les techniques d'entraînement et de conditionnement physique
	Analyser la performance
	Mettre en place des méthodes de récupération

REPÉRER	
SCOUT	Rechercher les joueur.euse.s potentiels pour les équipes
	Suivre les performances des joueur.euse.s cibles
	Préparer les entretiens et les tests pour les joueur.euse.s sélectionné.e.s
	S'implanter dans les communautés esports considérées
	Maîtriser les mécaniques des jeux considérés et les stratégies qui en découlent

ENCADRER ET GÉRER DES TALENTS	
AGENT DE TALENT	Créer et entretenir un réseau de contacts important dans l'esport
	Rencontrer régulièrement les clients et joueur.euse.s pour développer leur carrière
	Négocier les contrats au nom des client.e.s
	Trouver de nouvelles opportunités de revenus pour les client.e.s

CUISINER	
CHEF.FE DE CUISINE	Maîtriser la conception de plats
	Elaborer des menus en fonction des besoins nutritionnels des athlètes
	Travailler en équipe et respecter un budget

NOURRIR	
DIETICIAN & NUTRITIONIST	Maîtriser les principes de la nutrition
	Accompagner les besoins nutritionnels des sportifs
	Planifier des régimes alimentaires
	Identifier les besoins nutritionnels des sportifs pour différents objectifs
	Analyser la performance
	Implémenter des méthodes d'évaluation des besoins nutritionnels

SOIGNER PRÉVENIR LES BLESSURES PHYSIQUES	
SPORT MEDICINE PHYSICIAN	Maîtriser les principes de la médecine sportive
	Maîtriser les techniques de récupération des blessures et des maladies courantes chez les sportifs
	Analyser la performance
	Prévenir et de traiter les blessures et les maladies
	Maîtriser les règles et réglementations de la médecine dans la pratique sportive

Présentation des métiers des médias :

PRÉSENTER	
COMMENTATEUR. TRICE DE JEU	Couvrir l'action des matchs sports en direct
	Maîtriser les mécaniques du jeu considéré et en parler de manière fluide
	Commenter et aider les spectateur.trice.s à suivre le jeu
	Présenter et animer en direct

GÉRER LES INFRASTRUCTURES	
DIR. TECHNIQUE	Gérer l'infrastructure technique nécessaire pour produire un événement en direct
	Résoudre les problèmes techniques avant et pendant l'événement
	Mettre en place l'éclairage, le son, les outils de production, etc.
	Mettre en place la technologie d'un événement en direct de A à Z

PRÉSENTER	
PRÉSENTATEUR. TRICE	Présenter et animer en direct
	Communiquer de manière claire et concise

	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Expliquer les actions en temps réel
	Travailler en équipe

CRÉER DU CONTENU

STREAMER / VIDEO MAKER	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Créer du contenu vidéo
	Maîtriser les spécificités des plateformes de streaming
	Présenter et animer en direct
	Communiquer clairement

PRÉSENTER

DESK ANALYST	Analyser entre les matchs en direct
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Décortiquer les stratégies de haut niveau de manière compréhensible pour les spectateur.trice.s
	Insister sur les éléments que les spectateur.trice.s doivent prendre en compte en priorité
	Expliquer les enjeux des prochains matchs

PRÉSENTER

DESK HOST	Animer les analyses et les discussions avant et après les matchs
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Poser des questions pertinentes et diriger une conversation de manière fluide
	Travailler avec une équipe de production

RETRANSCRIRE

CINÉMATOGRAPHER / CAMERA OPERATOR	Maîtriser les équipements vidéo
	Capter des images immersives de l'événement
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Retranscrire l'atmosphère de l'événement
	Travailler en équipe

PRÉSENTER	
COLOR CASTER	Fournir des analyses stratégiques lors de matchs esports en direct
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Analyser les décisions et les moments-clés de chaque match
	Présenter et animer en direct

SUPERVISER	
BROADCAST DIRECTOR	Surveiller la production d'une diffusion en direct
	Coordonner tous les autres départements pour offrir la meilleure expérience de diffusion possible
	Maîtrise des enjeux de la diffusion en direct
	Maîtriser les spécificités des plateformes de streaming
	Prendre des décisions rapides lors des directs
	Gérer les rediffusions

CRÉER	
GRAPHISTE DE PRODUCTION	Préparer des visuels pour améliorer l'expérience de visionnage
	Préparer les packs graphiques dans le logiciel de production avant chaque événement
	Travailler en collaboration avec les producteurs pour charger les graphiques pendant la diffusion en direct
	Créer des portfolios de design varié comprenant des graphiques statiques et animés

RETRANSCRIRE	
GRAPHIC OPERATOR / LIVE GFX	Maîtriser les logiciels de graphisme
	Gérer les éléments visuels pour contextualiser et clarifier l'information lors de la diffusion
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Travailler en équipe
	Prendre des décisions rapides lors des directs

PLANIFIER	
PROD. EN CHEF	Gérer l'ordre du jour pendant la diffusion en direct
	Ajuster les temps de diffusion en cas de retard

	<p>Préparer les segments de contenu et d'autres matériaux pour la diffusion</p>
	<p>MANAGER</p>
DIR. DE TALENTS ON-AIR	<p>Soutenir les commentateurs, présentateurs et analystes d'un événement</p>
	<p>Gérer leurs horaires lors des jours de répétition et de diffusion, et fournir des feedback si nécessaire</p>
	<p>Sélectionner les talents on-air pour chaque événement</p>
	<p>Négocier leurs tarifs journaliers et les autres détails de leur contrat</p>
	<p>PRODUIRE</p>
PROD. VIDÉO	<p>Organiser la production de vidéos</p>
	<p>Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général</p>
	<p>Travailler en équipe et respecter les budgets et les délais impartis</p>
	<p>MONTRER</p>
IN-GAME OBSERVER	<p>Capturer les moments clés à l'aide de la caméra en jeu</p>
	<p>Maîtriser les jeux esport considérés et de chaque carte utilisée</p>
	<p>Raconter une histoire en choisissant où la caméra se concentre</p>
	<p>Maîtriser le mode spectateur de chaque jeu esport considéré</p>
	<p>Savoir sur quel.le joueur.se se concentrer à tout moment</p>
	<p>MONTRER</p>
REPLAY OPERATOR	<p>Capturer des séquences de jeu lors de matchs esports en direct</p>
	<p>Communiquer avec les responsables du spectacle pour capturer du contenu qui correspond à leur vision</p>
	<p>Rechercher de possibilités de relecture partout où cela est possible</p>
	<p>Maîtriser les logiciels de replay et de gestion du direct</p>
	<p>Maîtriser les enjeux de la diffusion en direct</p>
	<p>SOUTENIR</p>
SET ASSISTANT	<p>Communiquer avec le département de production</p>
	<p>Travailler en équipe</p>
	<p>Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général</p>
	<p>Gérer les imprévus</p>
	<p>Assister les joueur.euse.s et les équipes.</p>

EDITEUR. TRICE	MANAGER
	Superviser la rédaction
	Diriger les rédacteur.trice.s et les pigistes pour couvrir les sujets qui correspondent au contenu éditorial
	Encadrer les rédacteur.trice.s dans tous les aspects du journalisme
	CONNAÎTRE
Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général	

RÉDAC. EN CHEF	ECRIRE
	Maîtriser les enjeux de la rédaction et l'édition
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	MANAGER
Gérer une équipe de rédacteur.trice.s et respecter les délais impartis	

FEATURES WRITER	GÉRER LES ENJEUX JOURNALISTIQUES
	Rédiger des articles de fond
	Créer et présenter des histoires pour les lecteur.trice.s
	Repérer des angles d'histoire intéressants
Maîtriser la communication écrite	

FEATURES WRITER	GÉRER LES ENJEUX JOURNALISTIQUES
	Rédiger des articles de fond
	Créer et présenter des histoires pour les lecteur.trice.s
	Repérer des angles d'histoire intéressants
Maîtriser la communication écrite	

NEWS WRITER	GÉRER UN RÉSEAU
	Créer et entretenir un réseau dans l'industrie pour obtenir des exclusivités
	GÉRER LES ENJEUX JOURNALISTIQUES
	Couvrir l'actualité de l'esport
	Maîtriser les enjeux de l'éthique journalistique
Maîtriser la communication écrite	

AGENT DE TALENT	MANAGER
	Communiquer et négocier
Suivre les performances des créateur.trice.s de contenu et élaborer des plans de développement	

	Gérer des contrats et des relations avec les créateur.trice.s de contenu
	GÉRER DES PROJETS
	Coordonner les campagnes marketing
	Maîtriser les jeux esport considérés et l'environnement esport en général
	Gérer plusieurs projets et personnes simultanément
	ENCADRER ET GÉRER DES TALENTS
	Créer et entretenir un réseau dans l'esport
	Rencontrer régulièrement les client.e.s pour développer leur carrière
	Négocier des contrats au nom des client.e.s
	Trouver de nouvelles opportunités de revenus pour les client.e.s
	GÉRER UNE STRATÉGIE MARKETING UNE RELATION LONGUE AVEC DES INFLUENCEURS
	Gérer des comptes client.e.s
	Maîtriser les enjeux des plateformes de streaming et des réseaux sociaux
	Coordonner la planification et l'exécution d'une campagne d'influenceurs
	Gérer un roster d'influenceur.euse.s
	Trouver des accords de marque pour les talents

Présentation des métiers des organisateur.trice.s

	GÉRER LES COMPÉTITIONS
ADMIN. DE TOURNOI	Gérer l'expérience de compétition dans un événement
	Gérer le respect des règles dans les compétitions esports
	Maîtriser le jeu et ses règles de compétition
	GÉRER LES COMPÉTITIONS
	Gérer les équipes et travailler avec la production pour assurer un spectacle sans accroc

	PRENDRE DES DÉCISIONS
ARBITRE	Prendre des décisions en situation de pression
	Maîtriser les règles de compétition de son jeu
	Assumer les décisions prises
	Gérer les problèmes techniques et la tricherie

	CRÉER LES INFRASTRUCTURE D'UN ÉVÈNEMENT
ARCHI TECTE RÉSEA U	Concevoir et planifier les réseaux informatiques
	Mettre en place et gérer les équipements réseaux

	Assurer la sécurité des données transitant sur le réseau
	Optimiser les performances du réseau
	Suivre et résoudre les problèmes réseaux
	GÉRER LES INFRASTRUCTURES D'UN ÉVÈNEMENT
TECHNICIEN.NE	Installer, configurer et dépanner les équipements informatiques
	Effectuer les maintenances préventives des équipements
	Former les utilisateurs sur l'utilisation des équipements
	Suivre les inventaires et les commandes de pièces de rechange
	Résoudre les problèmes techniques
	CRÉER LES INFRASTRUCTURES D'UN ÉVÈNEMENT
LIGHT / SOUND ENGINEER	Concevoir et mettre en place de systèmes d'éclairage et de sonorisation
	Régler les éclairages et sons pour obtenir la meilleure qualité possible
	Entretien des équipements d'éclairage et de sonorisation
	Coordonner les technicien.ne.s pour garantir une bonne synchronisation des éclairages et des sons
	Suivre les commandes d'équipements pour les prochains événements
	CRÉER LES INFRASTRUCTURES D'UN ÉVÈNEMENT
ING. SYSTÈME	Concevoir, déployer et maintenir des systèmes informatiques
	Élaborer des stratégies de sauvegarde et de reprise après sinistre
	Gérer la capacité des systèmes
	Mettre en place des procédures de sécurité
	Résoudre les problèmes techniques
	GÉRER UN ÉVÈNEMENT
RESPONSABLE D'ÉVÈNEMENTS	Gérer la mise en place d'un événement sportif
	Définir la stratégie et les exigences de l'événement
	Rester calme sous la pression et planifier à l'avance
	GÉRER UN ÉVÈNEMENT
RUNNER	Faire le lien entre les équipes de joueur.euse.s et l'équipe d'organisation
	S'assurer que les besoins des joueur.euse.s sont satisfaits en temps voulu

	Gérer les questions et les problèmes liés à l'événement
	GÉRER UN ÉVÈNEMENT
DIR. DES COMPÉTITIONS	Créer des tournois esports dans leur ensemble
	Travailler avec les éditeurs de jeux, les équipes de production et les salles de spectacle pour créer une expérience de qualité pour les fans et les joueur.euse.s
	GÉRER UNE STRATÉGIE MARKETING
CHARGÉ.E DE MARKETING D'ÉVÈNEMENTS	Créer des stratégies de marketing pour augmenter la diffusion et la participation
	Mettre en place des campagnes de marketing et maintenir une liste de diffusion
	Maîtriser les jeux sport considérés et l'environnement sport en général
	MANAGER
	Travailler en collaboration avec les équipes internes pour la création de contenu
	TRADUIRE
TRADUCTEUR. TRICE	Assurer la communication efficace entre les différentes équipes et les joueur.euse.s lors d'événements internationaux
	Traduire les informations importantes en temps réel
	Garantir que toutes les parties concernées comprennent les informations cruciales.

Présentation des métiers des prestataires de services

	FOURNIR LES SUPPORTS SPÉCIFIQUES
APPAREL PROVIDER	Fournir des vêtements spécifiques pour le confort et les performances des joueur.euse.s
	FOURNIR LES SUPPORTS SPÉCIFIQUES
FACILITES PROVIDER	Offrir des salles de bootcamp ou de salles de jeux en réseau, comme les franchises de bars de jeux

	FOURNIR LES SUPPORTS SPÉCIFIQUES
HARDWARE SUPPLIER	Créer des contrôleurs et d'équipements spécifiques (claviers, souris, casques, etc.)

	FOURNIR LES SUPPORTS SPÉCIFIQUES
INSURANCE PROVIDER	Fournir des assurances pour couvrir les risques liés aux activités esports.

	FOURNIR LES SUPPORTS SPÉCIFIQUES
SOFTWARE SUPPLIER	Développer des plateformes en ligne pour la gestion de tournois ou l'entraînement

Présentation des métiers des formateur.trice.s & chercheur.euse.s

	ENSEIGNER
ENSEIGNANT.E - CHERCHEUR.EUSE	Construire un programme d'enseignement sur l'esport
	Assurer la responsabilité du programme pédagogique, de la méthode d'enseignement et de la qualité de l'enseignement
	Répondre aux besoins des parties prenantes tout en intégrant les résultats de la recherche dans le développement du programme pédagogique
	Soutenir le développement de l'apprentissage en ligne et des environnements d'apprentissage virtuels
	Savoir utiliser les technologies éducatives de manière appropriée dans les domaines d'apprentissage liés aux esports
	Assurer la responsabilité de l'enseignement adapté aux études académiques des esports
	FAIRE DE LA RECHERCHE
Initier des travaux de recherche sur l'esport	
Mener des programmes de recherche utiles pour augmenter les connaissances sur le secteur de l'esport	
Développer une expertise dans l'esport	
Créer et entretenir un réseau avec l'industrie pour maintenir à jour ses	

	connaissances
	Répondre aux besoins de formation de l'industrie des sports
	CRÉER ET GÉRER UN PROGRAMME D'ENSEIGNEMENT
DIR. DE PROGRAMMES	Gérer le département sports d'une université ou d'un collège
	Collaborer avec l'équipe pédagogique
	Gérer les budgets et la stratégie de recrutement
	Maîtriser les jeux sport et l'environnement sport en général
	Gérer la création de programmes
	FORMER
ENTRAÎNEUR.EUSE UNIVERSITAIRE	Encadrer une équipe sport compétitive dans une université ou une école
	Organiser les entraînements et les scrim
	Aider les joueur.euse.s pour améliorer leur jeu
	Maîtriser les jeux sport considérés et l'environnement sport en général

Suggestion de filières universitaires de formation

De la même manière que nous avons présenté les fiches de poste, nous suggérons maintenant une présentation inédite pour ces métiers, en organisant leur présentation en fonction des filières de formation qui peuvent développer les compétences évoquées.

Il est ici encore important de rappeler le caractère suggestif et non prescriptif. Nous n'affirmons nullement que l'accès à ces métiers impose obligatoirement de suivre telle ou telle formation. De même nous ne suggérons pas que les recruteurs doivent exiger impérativement un diplôme de telle ou telle filière pour un métier donné.

Nous souhaitons également affirmer que la plupart des compétences, de l'aveu même des personnes interrogées, sont transversales ou non spécifiques à l'esport. Par ailleurs, beaucoup de parties prenantes de l'esport rappellent le caractère incertain des carrières dans ce secteur, et insistent sur l'importance d'avoir un diplôme et des compétences qui peuvent être valorisés dans d'autres secteurs d'activités.

Enfin nous savons que l'écosystème sportif est constitué d'un grand nombre de personnes autodidactes ou n'ayant pas suivi des cursus classiques. Nous insistons donc sur le fait qu'un diplôme n'est pas un gage de qualité mais un indice de la maîtrise de certaines compétences. La diversité des profils et des parcours est une chance et une force de l'écosystème sportif et une raison de sa résilience. Cette particularité est donc pleinement souhaitable et doit être encouragée. Nous rappelons à toute fins utiles que les entreprises qui performant le mieux et survivent le plus longtemps sont celles qui emploient la plus grande diversité de profils, basée sur les expériences et les compétences plutôt que uniquement sur les diplômes ou les cooptations.

Enfin il est tout à fait possible que certaines filières soient capables de développer les compétences d'un métier qui ne soit pas indiqué. Cela tient au fait que nous avons indiqué le cœur des formations pour plus de clarté, mais que certaines compétences puissent être développées à la marge. Ainsi une filière science de gestion peut éventuellement développer des compétences en comptabilité / gestion ou en communication/marketing. Il existera toujours des zones grises dans les attributions et les compétences développées par les universités de même qu'il y aura toujours des similarités d'enseignement entre deux filières (transversalité des enseignements).

	ORGANISATEUR.TRICE.S
	Chargé.e de marketing d'événements
	TRANSVERSAL
COMMUNICATION / MARKETING	Brand Manager
	Directeur.trice de campagne
	Directeur.trice de la stratégie créative
	Head of Licensing
	Marketing Manager
	Directeur.trice de la communication interne
	Directeur.trice de la stratégie de communication
	Directeur.trice du marketing numérique
	Digital Marketer
	Head of Product / Advertising
	SEO Manager

	Social Media Optimizer
	Traffic Manager
	TRANSVERSAL
COMPTA / GESTION	Comptable
	Directeur.trice financier
	Finance Manager
	Analyste financier
	Directeur.trice du chiffre d'affaires
	TRANSVERSAL
DROIT	Conseiller.ère juridique
	ORGANISATEUR.TRICE.S
EVENEMENTIEL	Administrateur.trice de tournoi
	Directeur.trice des compétitions
	Responsable d'événements
	Runner
	Chargée de marketing d'événements
	DÉVELOPPEUR.EUSE.S
INFORMATIQUE	Artiste
	Designer
	Programmeur.euse
	Balancing Manager
	Ingénieur.e en logiciels
	Software Architect
	Analyste
	Data Engineer
	Développeur.euse spécialisé.e

ORGANISATEUR.TRICE.S
Architecte réseau
Ingénieur.euse Système
Technicien.ne
TRANSVERSAL
Développeur.euse Web
Responsable informatique
Directeur.trice de la technologie
Designer d'interface utilisateur (UI)
Ingénieur.e Back-End
Ingénieur.e Front-End
AI Engineer
Analyste qualité (QA)
Chercheur.euse en expérience utilisateur (UX)
Développeur.euse d'applications
Directeur.trice d'ingénierie
Ingénieur.e DevOps
Software Delivery Manager
Spécialiste de l'assistance technique

ORGANISATEUR.TRICE.S
Light / Sound Engineer
TRANSVERSAL
Community Manager
Directeur.trice artistique
Content Coordinator
Creative Director
Monteur.euse vidéo
Content Writer
Content / Post / Video Editor
Copywriter
(3D) Graphic Designer

JOURNALISME / MULTIMÉDIA

JOURNALISME / MULTIMÉDIA**VALORISATEUR.TRICE.S**

Commentateur.trice de jeu

Directeur.trice technique

Présentateur.trice / Animateur.trice

Streamer / Video Maker

Desk Analyst

Desk Host

Cinematographer / Camera Operator

Color Caster

Broadcast Director

Graphics Producer

Graphic Operator / Live GFX

Producteur.trice en chef

Producteur.trice vidéo

Directeur.trice de talents on-air

In-Game Observer

Replay Operator

Set Assistant

Editeur.trice

Rédacteur.trice en chef.fe

Features Writer

News Writer

Agent de talent

ORGANISATEUR.TRICE.S**LANGUES
ÉTRANGÈRES**

Traducteur.trice

MATHÉMATIQUES STATISTIQUES	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Analyste d'équipe
	DÉVELOPPEUR.EUSE.S
	Analyste
	Data engineer
	TRANSVERSAL
Analyste	

MÉDECINE	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Physical Trainer
	Dietician & Nutritionist
	Sport Medicine Physician

PSYCHOLOGIE	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Performance Psychologist
	Physical Trainer
	FORMATEUR.TRICE.S
	Entraîneur.euse universitaire

RESSOURCES HUMAINES	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Scout
	Agent de talent
	TRANSVERSAL
	Directeur.trice des ressources humaines
	Coordinateur.trice RH
	Gestionnaire RH
	Directeur.trice de la diversité, de l'équité et de l'inclusion
	Training / Mobility Manager
	Recruteur.euse

SCIENCES DE	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Head Coach
	Head of Esports

	Analyste d'équipe	
	DÉVELOPPEUR.EUSE.S	
	Product Lifecycle Manager / Game Producer:	
	Responsable des licences	
	ORGANISATEUR.TRICE.S	
	Administrateur.trice de tournoi	
	TRANSVERSAL	
SCIENCES DE GESTION	PDG	
	Directeur.trice général.e des opérations	
	Gestionnaire de projets	
	Directeur.trice de compte	
	Directeur.trice du développement commercial	
	Directeur.trice des ventes	
	Associé.e aux ventes	
	Business Developer	
	Brand Manager	
	Directeur.trice de la réussite client	
	Product Manager	
	Responsable des partenariats	
	Country Manager	
	Esports Lead	
	Customer Service Rep	
	VALORISATEUR.TRICE.S	
	Directeur.trice de talents on-air	
		TRANSVERSAL
	SECRÉTARIAT	Executive Assistant
		Responsable de bureau
	COMPÉTITEUR.TRICE.S	

STAPS	Head Coach
	Head of Esports
	Analyste d'équipe
	Performance Psychologist
	Physical Trainer
	Dietician & Nutritionist
	Sport Medicine Physician
	FORMATEUR.TRICE.S
	Entraîneur universitaire

MISC	COMPÉTITEUR.TRICE.S
	Chef.fe de cuisine
	DÉVELOPPEUR.EUSE
	Responsable universitaire
	FORMATEUR.TRICE.S
	Enseignant.e - Chercheur.euse
	Directeur.trice de programme
	ORGANISATEUR.TRICE.S
	Arbitre
	TRANSVERSAL
	Apparel Provider
	Facilities Provider
	Hardware Supplier
	Insurance Provider
Software Supplier	

Retour sur les entretiens avec les acteurs de l'écosystème.

Quelles vont être les grandes tendances des années qui viennent concernant la structuration de l'écosystème sportif ? Quelles vont être les grands enjeux ? Quelles seront les compétences recherchées et désirées ? Quel vont être les métiers en tensions ? Les nouveaux entrants ?

C'est pour répondre à toutes ces interrogations que nous avons conduit des entretiens avec des représentants de tout l'écosystème sportif. Nous avons cherché à être le plus large possible et à prendre en compte le plus de voix possibles. Ce sont au total une cinquantaine de personnes qui ont répondu à nos questions. Plus de trente heures d'entretiens ont été analysées et sont restituées ci-après. Ce sont des discussions riches d'enseignement que nous avons voulu rendre le plus fidèlement possible. Il n'a pas été facile de synthétiser l'entièreté des entretiens, mais nous espérons sincèrement que les personnes interrogées se retrouveront dans les éléments rapportés, que nous avons voulu les plus proches des discussions que nous avons eues avec eux.

Quatre grands thèmes se sont dégagés des entretiens :

1. **L'avenir** : comment les acteurs de l'esport perçoivent leur avenir ?
2. **Les dangers** : quels sont les grands dangers à éviter pour l'avenir du esport ?
3. **Les compétences** : quelles seront les compétences recherchées dans les années à venir
4. **La formation** : comment les acteurs du esport abordent l'implication croissante des universités et des écoles privées dans l'esport ?

Quel avenir pour l'esport ?

Concernant le développement de l'écosystème dans les prochaines années, l'un des premiers axes de développement identifié par les interviewés est l'intensification de la structuration par le biais des compétitions, amateurs comme semi professionnelles. Beaucoup appellent les éditeurs à investir dans la scène compétitive pour attirer plus de spectateur. trice.s et créer un engouement autour de l'esport. Un joueur de FIFA indique:

“Il faut qu’EA essaie de faire en sorte de faire un peu plus de diffusion, [crée] un peu plus d’engouement autour de la scène pour que les gens puissent suivre et que ce soit agréable pour eux.”

Les entretiens avec les éditeurs de jeux ont mis en lumière une volonté mais aussi une nécessité de développer l'écosystème localement. L'un des éditeurs interrogé a ainsi opéré un virage en 2020 en confiant la gestion de ses ligues phares, à son QG à Berlin et se concentrant sur le développement de ligues plus locales. C'est ce que confirme effectivement un représentant en question :

“Depuis 2020 on a changé notre approche à l'esport en interne. Ce qui se passe c'est que nos ligues porte-étendards, nos divisions [principales] sont gérées par notre QG esport européen qui est à Berlin désormais. Mais on est consulté, on sait ce qui se passe, parce que forcément on est sur le terrain mais on n'est pas décisionnaire et par contre, ce qui est en dessous [de la ligue majeure en France], c'est des trucs sur lesquels on est amené là à avoir la main.”

D'autres travaillent déjà avec les acteurs locaux pour développer les compétitions à la base :

“On travaille énormément avec les acteurs locaux pour développer au maximum ce qu'on appelle le grass root. C'est-à-dire le tissu local de compétitions. On essaye de rester au plus proche de ce tissu local.”

Un éditeur répond aussi :

“Il faut qu'on ait une compétition portée en bas et qui se développe.”

Il est important pour eux de soutenir les événements organisés par des tiers, mais également de favoriser l'émergence de compétitions à un niveau plus local, comme les ligues universitaires car :

“Cela permet non seulement de découvrir de nouveaux talents, mais également de créer un lien plus fort entre les joueur.euse.s et la communauté.”

Enfin, au-delà de l'intensification des compétitions professionnelles, un autre enjeu qui se dégage est celui de la structuration de la partie amateur de l'esport. Les structures considèrent qu'il est important de développer cette partie pour générer un vivier de joueur.euse.s et de staff. Comme le soulignent un des interviewés :

“Pour moi l'objectif de l'esport reste de se structurer déjà sur la partie, on va dire amatrice du secteur parce que sans partie amatrice, aujourd'hui, l'esport ne continuera pas.”

Une des réponses à ce besoin de structuration du circuit amateur peut venir de l'émergence de lieux physiques pour jouer et s'entraîner. Loin d'être en concurrence, les entreprises qui vont permettre de «quadriller» le territoire seront nécessaires dans les

années qui viennent. Ainsi le co-fondateur d'une entreprise qui met à disposition du matériel à Lyon déclare :

“Pour moi, personne n’est concurrent. On a tous du travail à faire, on a un secteur qui est en pleine structuration. Je peux pas parler de concurrence quand on a un secteur qui n’est même pas fini d’être construit, donc on est tous des maçons de l’esport.”

Cette absence de concurrence permettra peut-être d’ouvrir des salles d’esport de taille moyenne, équipées de 20 à 30 machines, afin de doter de lieux physiques les villes de tailles intermédiaire et petite pour aider les clubs locaux que ce soit au niveau matériel ou au niveau des infrastructures pour réunir leurs membres.

Les éditeurs mettent également en avant les outils qu’ils développent pour faciliter la création de compétitions à destination du circuit amateur comme le souligne un autre représentant :

“Si tu viens sur [notre jeu] et que tu veux créer ta compétition, tu as un système de compétitions automatisées qui est mis en place dans le jeu. Ça permet d’utiliser nos serveurs, nos arbres de tournois...”

Cette multiplication de structures va poser une question concernant les modèles de financement de l’écosystème. Pour les médias spécialisés, cette inquiétude ne se pose pas spécialement. Ils possèdent déjà un modèle similaire à celui du sport traditionnel, basé sur la monétisation des audiences auprès de marques en étant sponsors d’une équipe ou lors de compétitions, comme le soulignent des représentants d’un média esportif :

“L’avenir de l’esport est plutôt radieux. La croissance est là, les audiences se développent, il y a un soutien de l’État. Il y a la perspective des JO qui arrive. Il y a des gros investissements internationaux. Notamment l’Arabie Saoudite qui va permettre d’injecter de l’argent.”

Le modèle économique de l’esport pour le reste des parties prenantes, et notamment les équipes, reste toutefois précaire. Il y a ainsi une prise de conscience de la nécessité de financer correctement le secteur pour en assurer sa croissance. Cela passe aujourd’hui par la diversité des modèles économiques explorés. Les entreprises cherchent à créer des modèles alternatifs en rupture avec ce qui existe déjà, pour créer de nouvelles synergies avec les équipes et acteurs déjà en place. Comme le souligne le créateur d’une entreprise d’esport en réalité virtuelle :

“Notre modèle est un peu un OVNI. Nous on défriche un nouvel esport avec déplacement physique et VR [...] Loin de se concurrencer, ces modèles peuvent aussi coexister [...] Ça veut pas dire que l’esport classique va mourir. De même que l’on voit naître un esport mobile, ce qui était impensable il y a quelques temps, c’est pas pour ça qu’on a arrêté LoL et CS :GO.”

Afin de pérenniser les structures, les acteurs déjà en place recommandent aussi de systématiser les processus pour rendre l’esport plus professionnel. Il y a un appel à tous les acteurs qui souhaitent entrer dans le secteur de l’esport de se renseigner sur les acteurs existants et de les rencontrer pour discuter de leurs projets. Selon un organisateur d’évènements :

“N’importe qui, s’il est pas du secteur et qu’il a des ambitions ou des envies de rentrer. La première chose à faire, c’est se renseigner sur qui sont les acteurs, qui fait quoi, et aller les rencontrer et aller discuter.”

Ces nouveaux modèles passeront peut être par des nouveaux usages comme l’introduction de la blockchain dans l’esport. Bien qu’exploratoire, il peut y avoir un fort potentiel d’innovation dans ce domaine. C’est ce que confirme un interviewé :

“Ce qui est sûr c’est que l’économie de la Blockchain participe à l’économie de l’esport ne serait-ce que pour les montants investis, avec les crypto et autres. Après les usages dans le web 3 ont voit apparaître des initiatives sur les NFT etc. mais ça

reste exploratoire et bien malin qui pourra dire ce que seront les usages du web 3 dans l'esport. Ce qui est sûr c'est que c'est un terrain propice à l'innovation qui, à la différence du sport, est relativement digitalisés, donc on peut imaginer plein de choses en termes de fantasy league, de NFT, etc."

L'investissement des marques non endémiques qui cherchent à utiliser l'esport comme levier de reconnaissance peut aussi offrir une opportunité pour les structures en recherche de financement mais aussi les individus en recherche de reconversion pour les carrières qui peuvent parfois être courtes ou incertaines dans ce secteur, particulièrement pour les joueur.euse.s professionnels. Un joueur FIFA ajoute ainsi :

"J'aime bien le marketing et je me vois bien travailler pour un grand groupe par exemple d'une marque non endémique qui cherche à utiliser l'esport pour se faire connaître et toucher sa cible."

Pour aider à surmonter ces défis, les interviewés sont toutefois unanimes dans le rôle que doit jouer l'État. *"L'État doit mettre autour de la table."*, affirment-ils, ils renchérissent en évoquant aussi le fait que le domaine de l'esport est plus grand que celui de la seule compétition d'esport :

"Il va falloir que les instances de l'État se réveillent parce que notre milieu ce n'est pas que le jeu vidéo, c'est les réseaux sociaux, c'est l'accès à l'information, c'est la technologie, c'est l'événementiel, c'est l'économie, c'est la communication, c'est la création."

Il est à noter que les lignes bougent actuellement, notamment grâce à des associations telles que France Esports, dont l'un des représentants souligne que :

"Quand je demande un rendez-vous dans n'importe quelle mairie pour parler esport, j'ai un rendez-vous"

Cela démontre à l'évidence que les pouvoirs publics se saisissent de plus en plus de ces enjeux-là, voyant dans l'esport une pratique plus grande qu'une simple compétition de jeux vidéo.

Ainsi c'est la reconnaissance de l'esport comme pratique socio-culturelle. Cette reconnaissance sera un enjeu dans les années à venir. Pour que l'esport soit reconnu par le grand public, il est nécessaire de mieux le faire connaître mais aussi d'accompagner les parents pour les joueur.euse.s professionnels. Ainsi, un responsable esport d'une équipe professionnelle affirme :

"C'est important pour les parents de comprendre ce que cela représente et de les aider à gérer les études et les matchs."

Les structures de l'écosystème mettent en avant l'importance de la valeur humaine dans l'esport. Selon un représentant d'un éditeur de jeu :

"C'est un moyen de parler de valeurs humaines, importantes et connexes à celles du sport."

L'esport semble donc être aussi un vecteur de valeurs comme le fair-play, le respect, et la solidarité, qui sont étroitement liées à celles du sport traditionnel. Ce peut être aussi un lieu d'apprentissage de compétences transférables, comme le leadership et la prise de décision. Comme le souligne un coach:

"Je vais prendre l'exemple d'un jeu où on joue à 5 comme Counter Strike. [...] la personne qui lead aujourd'hui, ça doit être un meneur d'hommes. C'est-à-dire qu'il y a 4 personnes autour de lui, c'est un peu comme le capitaine dans une équipe de foot ou d'un chef d'entreprise. Si on peut faire un peu le parallèle, dans le sens où si cette personne-là ne va pas

dans la bonne direction et ne prend pas les bonnes décisions, on ne le suivra pas. Donc c'est une compétence qui s'apprend à travers le jeu. ”

C'est ce que notent par exemple des représentants de la mission locale lorsqu'ils affirment :

“En faisant toutes ces activités-là, on développe des compétences” et si on prend l'esport en tant que tel, on va plutôt identifier des compétences : de la concentration, de la régularité, de la pratique, le fair-play et autre, donc c'est autant de soft skills”.

La pratique de l'esport peut avoir aussi un intérêt pour atteindre une jeunesse qui ne se déplace pas pour des événements institutionnels comme en témoigne l'expérience d'un événement organisé par eux :

“L'idée c'était de dire qu'on le vend comme un événement esport. C'est l'ingénierie du prétexte. Il y a 50 ans on faisait des terrains de basket. Maintenant on fait des jeux vidéo”.

Cela montre que l'esport peut être utilisé pour attirer les jeunes et les intéresser à des sujets qui les concernent, comme les métiers liés aux jeux vidéo et à l'esport, mais aussi pour des actions sociales, avec des exemples dans les centres sociaux des quartiers prioritaires :

“On utilise le mot social gaming chez nous pour dire tout ce qui est action sociale par le jeu vidéo”.

Cette compréhension que l'esport peut être une porte d'entrée à du lien social ou à d'autres pratiques, les fédérations sportives l'ont bien compris. Les responsables de fédérations sportives interrogés ont tous souligné l'importance de l'esport dans l'avenir de leurs pratiques. Ils ont notamment mis en avant le modèle “du virtuel au réel”, où les enfants peuvent faire, selon un des responsables interrogés, “des stages mi sport, mi esport”.

Pourtant des réticences peuvent subsister, notamment vis-à-vis de l'opposition entre pratique encadrée du jeu vidéo et pratique physique réelle. Certains responsables de clubs demeurent “ouverts sur ce sujet et très enthousiastes”, ne voyant pas nécessairement l'esport comme une pratique concurrente.

Les fédérations sportives ont également déclaré qu'elles ne sont pas spécialement orientées vers la pratique compétitive, mais plutôt vers la pratique loisir comme le confie l'un des interviewés, représentant d'un club omnisport :

“Nous, c'est uniquement de la pratique loisir, on n'est pas du tout sur de la pratique compétitive, on n'est pas une fédération délégataire, on est une fédération affinitaire omnisports. On développe, on est proactif, sur les activités innovantes, dont fait partie l'esport, qui pour la plupart des clubs est vraiment une activité qui va permettre d'attirer les jeunes puisque dans le sport, dans la majorité des sports il y a une déperdition assez conséquente entre l'âge de 16 à 20 ans.”

Pour cela, les fédérations sportives ont évoqué la mise en place de différentes initiatives pour intégrer l'esport dans leurs pratiques. Ainsi une fédération expérimente la mise en place de deux types de compétitions au sein de son réseau, l'une orientée loisir, et une professionnelle avec cash prize. Une autre réfléchit à une intégration de la pratique dans ses clubs. Les fédérations sportives ont également souligné l'engouement croissant pour l'esport en France et à l'international comme l'indique une personne interrogée :

“Quand on voit l'engouement galopant pour, je dirais la filière esportive aujourd'hui, en tout cas dans notre pays et à l'international, à fortiori. Force est de constater que certainement à l'intérieur de nos populations déjà licenciés, nous

avons des gamers, le fait de rajouter cette activité esportive au sein des murs des clubs sera un plus.”

Enfin il est à noter que des expérimentations naissent en partenariat avec des chercheur.euse.s pour évaluer la possibilité d'utiliser l'esport comme un terrain de développement des compétences à destination des sportifs. Nous pouvons imaginer ainsi que l'esport peut avoir des bénéfices sur la coordination, la lecture du jeu, la compréhension de la stratégie, c'est-à-dire principalement dans le développement de fonctions exécutives... Ces intuitions sont en cours d'exploration au sein d'universités comme Aix-Marseille Université.

Quels dangers à éviter ?

Outre les axes de développement identifiés par les acteurs de l'esport, les entretiens ont mis en lumière les craintes du secteur. De nombreux points de vigilance ont été soulevés et doivent être pris en compte pour que l'esport français puisse être pérenne.

Le premier danger fait échos aux éléments soulevés précédemment concernant le modèle économique des structures. Comme l'a déclaré le dirigeant d'une structure, il est important de :

“Trouver un système pour mieux rémunérer les équipes parce que les marques ou les équipes dépensent beaucoup d'argent, les salaires ne sont pas petits non plus et ils ont du mal un peu à se retrouver gagnant que ce soit en visibilité et en cash.”

“On ne va pas se mentir on manque cruellement de moyens dans les structures aujourd'hui en France.”

Ajoute un autre, confiant ses craintes sur la viabilité au long terme de sa structure. Cette crainte est par ailleurs renforcée par la difficulté à trouver des sources de financement stables et durables.

Un autre dirigeant de structure insiste :

“En LFL, c'est des structures plus restreintes parce qu'on va dire que le problème après, c'est un problème de marché, parce que les équipes en LFL sont des équipes qui ne travaillent pas avec les marques réellement et ne développent pas quelque chose qui apporte une valeur ajoutée aux marques.”

Tant que les marques non endémiques ne trouveront pas un intérêt prouvé à investir dans l'écosystème esportif, il est probable que les financements resteront anecdotiques.

“Le contexte économique et le contexte environnemental font que l'esport est en train de changer et c'est soit la bulle éclate, soit il y a une grosse transformation.”

Résume ainsi le président d'une équipe esportive. En effet le modèle actuel des équipes semble être communément admis par l'ensemble des acteurs comme n'étant pas viable:

“On n'est pas rentable. Aujourd'hui en France, c'est quasiment personne qui est rentable, en Europe, j'ai discuté avec G2, ils sont rentables, mais c'est une brand qui est européenne. C'est pas du tout le même niveau de structuration.”

Ajoute le cofondateur d'une autre équipe.

La recherche de sources alternatives de financements va donc être très importante dans les années qui viennent. Une solution proposée par une personne travaillant dans une entreprise de paris sportifs est de :

“Faire rentrer une nouvelle source de financement qui serait les paris sportifs”.

Ces interrogations concernant le modèle économique se posent aussi du fait de la question de la propriété intellectuelle des jeux esports qui appartient aux éditeurs. Même les médias, qui possèdent un modèle plus robuste que les équipes, s'interrogent sur cette question mais aussi celle des droits de diffusion.

“Le principal média c'est Twitch qui diffuse gratuitement, et qui donne juste des droits publicitaires et des PI (propriétés

intellectuelles) qui appartiennent aux éditeurs, qui ne versent pas d'argent aux équipes [...] le nerf de la guerre, c'est les droits de diffusion."

Interrogés sur la question, les éditeurs semblent prendre en compte ces questions :

"D'un point de vue stratégique, je pense que le nerf de la guerre, ça va être cette notion de propriété intellectuelle versus, comment démocratiser ?"

Pourtant, pour certains acteurs de l'écosystème, les éditeurs ne semblent pas prendre la mesure du rôle qu'ils doivent jouer dans cette structuration, un représentant d'une équipe déclare ainsi :

"Et est-ce que l'éditeur fait des choses pour permettre un esport français de se développer ? Pas directement."

Cette crainte s'exprime aussi sur la gestion et le nombre de tournois. Ainsi la baisse du nombre de tournois physiques est également un enjeu pour les joueur.euse.s professionnels et les équipes d'esport. Comme l'a déclaré un joueur professionnel :

"Avant on jouait souvent, 2 week-ends sur 3 on avait une compétition sur les deux jours donc c'était assez intense. On avait un tournoi physique c'est-à-dire que l'on voyageait de pays en pays, on était qualifié tous les mois, il y avait beaucoup de tournois. Maintenant on est sur un rythme de 4 tournois majeurs dans l'année et, souvent depuis le covid, uniquement en online."

Ce désengagement de certains éditeurs pour leurs jeux est d'autant plus inquiétant pour les équipes et joueur.euse.s, que ceux-ci ont déjà fait face à des situations de ce genre. Ils s'inquiètent de la durée de vie fluctuante des jeux et de la capacité des éditeurs à contrôler la scène compétitive. Cela peut causer des incertitudes pour les joueur.euse.s et les équipes qui ont construit leur carrière sur un jeu en particulier. Comme l'a déclaré un joueur professionnel :

"Par exemple Fortnite on ne sait pas, dans peut-être deux ans ça va être fini, Starcraft y en a des gens qui ont fait leur carrière dessus et du jour au lendemain ils n'avaient plus rien. Overwatch aussi"

Les stratégies d'implication sont en effet très différentes d'un éditeur à l'autre, et ces derniers en sont conscients :

"La crainte éventuelle pour nous, c'est qu'un compétiteur soit particulièrement actif sur un évènement et que nous on soit absent."

Ces différences d'implication proviennent aussi de la difficulté de structurer une scène compétitive, notamment en offrant un spectacle cohérent, abordable et appréciable pour le public. Comme le reconnaissent les acteurs du secteur, il y a une nécessité :

"De s'adapter à ceux qui assistent à une compétition pour la première fois. Je pense qu'on a vraiment la nécessité de rendre simple ce qui est compliqué. Il y a un travail sur l'expérience de diffusion."

Un éditeur le souligne :

"L'esport entre 2016 et 2019 sur [le jeu de l'éditeur] était tourné sur le plaisir des joueurs et ils ne pensaient pas aux viewers. Donc les circuits dans le design et le tracé ne prenaient pas en compte les joueurs. C'était fouillis, compact, tu

comprendais peu ce qu'il se passait. Tous les circuits se ressemblent.

Depuis 2019, ils ont donc travaillé à repenser leur jeu en fonction de l'expérience de visionnage plutôt que de l'expérience de jeu. Toutes ces scènes, aux calendriers multiples et fonctionnements propres créent une autre incertitude, notamment pour les médias spécialisés qui doivent naviguer en fonction du bon vouloir des éditeurs qui gèrent leurs compétitions :

“Il est très peu organisé [le calendrier] sur un long terme avec des sorties de calendrier, de publications,... Parce que la plupart du temps on réagit à un calendrier qui ne nous est pas annoncé.”

Enfin toujours sur cette expérience de spectateur, se pose la question des mises à jour du jeu, une nécessité pour garder un attrait pour les joueur.euse.s, mais qui entraîne aussi des questionnements pour les spectateur.trice.s qui ne suivent pas assidûment la scène compétitive du jeu.

“Ce qui est compliqué c'est que nos jeux sont mis à jour régulièrement toutes les deux semaines par exemple, il y a des refontes.”

La mise à jour régulière des jeux peut ainsi causer des difficultés pour organiser les compétitions.

Un autre aspect qui pourra poser problème dans les années à venir est le manque de cursus possible pour concilier études et sport. Les joueur.euse.s et les équipes soulignent qu'il y a actuellement peu de cursus ce qui peut freiner des carrières par le refus des parents. Les joueur.euse.s qui veulent entrer dans le monde de l'esport peuvent faire face à des difficultés pour convaincre leur famille de les soutenir dans cette voie. Comme l'a déclaré un responsable dans une équipe esport :

“Il y a beaucoup de joueurs qui veulent venir chez nous mais qui ne veulent pas en parler à leurs parents, donc du coup nous on ne prend pas ce genre de joueur et certains joueurs qui veulent arrêter l'école, nous on est contre”.

Cet aspect-là est pourtant bien connu de l'enseignement supérieur qui est habitué à encadrer des sportif.ve.s, artistes ou musicien.ne.s de haut niveau. Les universités, mais aussi l'enseignement secondaire pourraient être en mesure d'accompagner la carrière des joueur.euse.s.

Cette difficulté est aussi présente à des niveaux plus amateurs, un représentant d'une association déclare ainsi :

“Moi les équipes en MNT. Ils sont en école et ils ont minimum quatre scrim's par semaine. Un scrim c'est au minimum 3h on va dire et ils font de la solo queue en plus donc c'est comme si tu leur rajoutais une deuxième journée de travail alors que ce sont des étudiants. Mais sauf qu'ils n'ont pas cette conscience, ils n'ont pas cet encadrement”.

Si les jeunes s'épuisent ainsi, même au niveau amateur, c'est parce que l'écosystème sportif est saturé. Pour les joueur.euse.s, mais aussi pour tous les métiers :

“Il y a très peu de jobs dans l'esport, je pense que ça, c'est quelque chose qui est important de savoir.”

Glisse un dirigeant de structure et la plus grande crainte des acteurs sportif reste que le marché ne grandisse pas suffisamment pour pouvoir absorber la masse d'individus voulant s'y investir. Cette crainte est aussi issue des inquiétudes qui peuvent exister quant aux stratégies de développement de l'écosystème qui pourrait entraîner une perte de diversité des petits acteurs.

“Soit on développe tous les petits acteurs qui existent et qui souhaitent se développer, soit on prend que les gros et on développe les gros c'est possible aussi. J'avoue que j'ai tendance à penser que, en tout cas, à l'heure actuelle, c'est plus

facile et plus serein de développer un petit peu tout le monde”

Déclare un représentant de France Esports. Les organisateur.trice.s sont également d'accord sur le fait qu'il est nécessaire d'aider les gros acteurs, mais il est également important de ne pas négliger les petits acteurs pour maintenir un maillage qui permet la croissance de tous.

Pour qu'il y ait une croissance stable, notamment du circuit amateur, il faudra aussi s'attaquer aux questions de l'encadrement juridique:

“On a un cadre légal pour l'esport amateur qui est tellement large et facile où il y a presque rien qui fait qu'au final, on peut tout promettre et ne rien promettre à des personnes et c'est un petit peu le Far-West.”

Déclare un responsable d'équipe qui rappelle qu'il y a de forts enjeux liés à la réglementation et à la protection des joueur.euse.s, notamment en termes de :

“Négligence sur les lois, les règles, les milieux, comment on traite la jeunesse.”

Enfin l'une des grandes inquiétudes concerne la manière dont l'esport s'implantera dans les pratiques sociales, et s'il deviendra une pratique socialement acceptée à l'instar du sport ou des pratiques culturelles. Cela passera sûrement par un positionnement des fédérations sportives. Certaines fédérations ne considèrent pas l'esport comme une activité sportive de haut niveau, comme le souligne cette citation :

“L'esport a peut-être encore cette connotation, peut-être par méconnaissance, de ne pas être une activité sportive de haut niveau.”

Cela peut être lié au fait que l'esport est encore perçu comme une activité récréative plutôt que comme une activité sportive sérieuse. Il appartient aussi aux chercheur.euse.s de travailler à déconstruire cette représentation.

“Ce qui est très compliqué c'est d'arriver à convaincre les élus.”

Insiste un responsable de fédération sur ces questions.

Il y a également un enjeu financier :

“Des financements on aimerait bien mais on n'est pas en capacité [...] donc financer de l'activité dans les clubs c'est impossible”.

Enfin, il semble que les fédérations considèrent l'esport comme une activité complémentaire plutôt qu'affiliative, ce qui pourrait faciliter le développement de l'esport comme une pratique annexe à celle du sport des fédérations et non comme une pratique à part entière, risquant par la même occasion d'empêcher de développer son identité propre ainsi que ses propres valeurs.

Enfin, le fossé générationnel est évoqué avec :

“Les parents [...] qui n'arrivent plus à communiquer avec leurs petits-enfants, avec leurs enfants, parce qu'ils ne comprennent pas les mots qui sont dedans. Internet, discord, Twitch.”

Il est donc important de prendre en compte cette difficulté de communication intergénérationnelle dans l'industrie de l'esport, qui peut être un vecteur d'entre-aide générationnelle, comme évoqué précédemment ou au contraire créateur d'une fracture entre

ces générations.

Enfin un autre élément à prendre en compte sont les enjeux d'inclusivité et de RSE pour les années qui viennent. Il est surprenant de constater que dans les entretiens effectués, cette question ne se soit pas présentée, et ne soit pas apparue comme un enjeu de premier plan. Ces questions sont peut-être moins présentes du fait de la pression économique et de l'impératif de survie à court terme des structures sportives qui tentent dans un premier temps de pérenniser leur modèle. Il est important cependant de constater que de nombreuses associations et initiatives sont initiées pour une meilleure représentativité des minorités, des personnes en situation de handicap, des femmes, ou bien encore pour prendre en compte les enjeux écologiques et sociétaux qui traversent toutes les industries, l'esport y compris.

Quelles seront les compétences recherchées ?

Afin de contribuer au développement de l'esport et d'éviter les dangers identifiés précédemment, les acteurs de l'esport considèrent que les profils qui viendront renforcer l'écosystème devront travailler sur trois grands axes.

Le premier concerne les expériences et l'investissement dans la pratique sportive, qu'elle soit universitaire, amateur ou professionnelle :

“Je n'arrête pas de le répéter depuis 10 ans dans l'esport, j'ai recruté 95% de mon staff dans les assos”

Dit sans détour un directeur d'équipe esportive.

L'expérience passée est unanimement reconnue par les personnes interrogées comme un critère discriminant pour plusieurs raisons. La première est de pouvoir présenter des réalisations à des futurs employeurs, aussi minimales soient-elles. Cela est d'autant plus important pour tous les métiers artistiques et médiatiques. Des graphistes et monteurs vidéo interrogés insistent sur la nécessité de développer son « Book », son identité visuelle et artistique afin de se démarquer et de justifier de la maîtrise des logiciels. Cela passera donc par des réalisations pour des associations, des équipes etc.

Par ailleurs, l'investissement de manière bénévole et sur le long terme montre l'appétence pour le milieu et la volonté d'être au fait des dernières actualités. Ainsi, le graphiste d'une équipe esport insiste sur le fait que cette appétence est cruciale, notamment dans une logique d'appropriation des codes. Il affirme donc que :

“Si t'as pas la passion de ce que tu veux raconter, t'auras pas l'énergie pour aller chercher tous les codes et te les accaparer.”

Celui-ci insiste sur la capacité à être opérationnel immédiatement lors d'un recrutement. La temporalité des structures sportives sont en effet plus courtes que des entreprises classiques, du fait notamment d'un modèle économique qui se cherche toujours. Une personne capable de s'investir directement du fait de son expérience sera donc toujours un avantage pour les recruteurs.

Les expériences doivent ensuite être accompagnées de connaissances spécifiquement liées à l'esport :

“Il faut un minimum d'acculturation.”

Déclare ainsi une personne affiliée à France Esports.

En effet il n'existe pas un esport mais des sports, chaque jeu esport possède ses propres codes, ses propres règles et sa communauté qui diffèrent des autres jeux. Une connaissance de ces spécificités est toujours importante pour faire face aux défis spécifiques de chaque scène compétitive.

Quelques compétences spécifiques à ce milieu sont aussi nécessaires pour exercer certains métiers, comme la connaissance des règles d'administration d'un tournoi en particulier, mais les entretiens révèlent que les acteurs de l'esport perçoivent leur domaine d'activité comme très similaire à d'autres industries, que ce soit de l'évènementiel pour les tournois, le journalisme pour les médias spécialisés ou encore le sport pour les équipes professionnelles. C'est ce que dit en substance une personne travaillant dans un média sportif :

“L'esport est un secteur qui emploie tous types de métiers. Cela va des techniciens aux admins pour les tournois, aux journalistes, aux réalisateurs, aux commentateurs, aux commerciaux, aux responsables marketing, aux graphistes. Il n'y a rien de tout ça qui soit exclusif à l'esport, à part le rôle d'administrateur de tournoi, qui nécessite une expertise sur tel ou tel jeu. Le reste, c'est plus des métiers qu'on retrouve sur l'entertainment de manière générale donc on recrute en fonction

de nos besoins.”

Il y a ainsi une instance très forte dans la nécessité d’acquérir et de développer dans les années qui viennent des compétences transversales ou propres à un autre secteur d’activité et d’établir un transfert de ces dernières à l’environnement sportif. Les compétences évoquées sont multiples. Par exemple, les acteurs de l’écosystème sportif estiment que les compétences entrepreneuriales sont cruciales, comme le souligne un éditeur :

“Savoir bien prioriser, prendre des décisions stratégiques, savoir s’entourer de partenaires, savoir driver les partenaires, leur donner une vision cohérente”

Ces questions sur l’entrepreneuriat sont d’ailleurs d’actualité au sein d’établissements d’enseignement supérieur, comme Aix-Marseille Université qui s’attache à créer des ponts avec le monde socio-économique.

Le marketing et les compétences en communication sont également cruciales. Un éditeur note l’importance de ces domaines dans les métiers propres au développement de la scène compétitive de leur côté :

“La composante marketing est importante, la gestion de projet / mercatique, c’est quand même important [...] Si t’as aucune compétence marketing c’est quand même compliqué [...] c’est un gros plus pour savoir comment engager les communautés autour de tes projets.”

La vente de visibilité entre aussi dans ces enjeux, comme l’explique le directeur.trice d’une structure sportive :

“En parallèle, le club, c’est une partie compétitive et c’est une partie de communication parce que nous, ce qu’on vend, c’est de la visibilité et donc si il faut la vendre, il faut savoir la fabriquer. Il faut savoir la créer, il faut savoir innover sur le sujet.”

Cet impératif de création et de vente fait que l’interlocuteur ajoute :

“Ce que je recherche actuellement en priorité, ce sont des Products Content Manager, donc des Community Manager plus plus.”

La gestion des relations humaines, et la capacité à travailler en groupe sont elles aussi importantes. Les notions telles que :

“L’empathie, l’écoute, le recul, l’assertivité nécessaire pour gérer des personnalités différentes en termes de milieu social, différentes en termes de background académique, en termes de profil psychologique.”

Sont obligatoires pour un secteur qui comme le sport attire des populations hétérogènes et met en relation des individus liés par un intérêt commun.

Pour certains acteurs, tels que les joueur.euse.s et les joueuses ou les personnes qui font des métiers en lien avec le public comme des Host, l’amélioration et la gestion de son image est un thème important. Un joueur professionnel explique ainsi :

“J’aimerais bien essayer d’apprendre à faire moi-même mes vidéos, différent montages visuels [...] si on veut les diffuser et les décliner sur TikTok, Insta ce n’est pas le même format mais par exemple faire des condensés c’est quelque chose que je ne sais pas faire à l’heure actuelle et c’est hyper important de faire un résumé des clips et des highlights”.

Cette gestion de son image et de sa notoriété s’imbrique dans une réflexion plus large de gestion de sa carrière. Que ce soit acquérir des compétences utiles pour son profil comme apprendre une langue étrangère “c’est toujours un objectif d’être bilingue” ou un changement de carrière ou de poste, la jeunesse et l’instabilité de l’écosystème font que les personnes qui travaillent dans ce milieu gardent à l’esprit la nécessité de prévoir l’après.

Beaucoup identifient aussi le besoin de développer les compétences des métiers qu'ils considèrent comme clés et liées à l'esport. Selon les propos d'un des intervenants :

“Les métiers les plus importants de l'esport au-delà de manager et de coach, c'est tout ce qui va faire grandir les joueur.euse.s et la structure, donc c'est la communication, community manager, chargée de com. ça va être responsable des réseaux. Quelqu'un pour le marketing qui va être là pour essayer de trouver des sponsors, peut-être pour les joueur.euse.s directement.”

Certains mentionnent également que les acteurs du multimédia, tels que les monteurs vidéo et les régisseurs, joueront un rôle clé dans la valorisation des joueur.euse.s et de l'équipe. A travers les différentes interviews menées auprès de start-ups et d'incubateurs dans l'esport, il ressort aussi que les compétences en développement informatique sont très recherchées pour répondre aux besoins des entreprises. Les responsables commerciaux et les professionnels du marketing sont également nécessaires pour faire la promotion de l'esport. Comme le souligne un des interviewés interrogé sur les métiers qui seront en tension dans les années qui viennent :

“Des programmeurs, des datas scientists, c'est sans fin. Aujourd'hui c'est compliqué en IT. Travailler dans le secteur de l'esport c'est un atout parce que ça leur plaît. Aujourd'hui j'ai besoin dans ma structure d'avoir des gens rompus à ces méthodes-là, pour pouvoir avancer sur ce sujet.”

C'est en apportant ces compétences à l'écosystème que les structures se professionnaliseront encore et développeront des activités pérennes.

“Nos méthodes de recrutement, c'est très empirique évidemment, mais on ne va pas forcément chercher les profils particuliers, on va plutôt aller chercher les gens motivés”

Explique ainsi un organisateur d'évènements. L'absence de processus clairs de recrutement basés sur une identification des besoins de la structure peut mener dans certains cas à des dysfonctionnements.

Enfin d'autres compétences qui pourraient être nécessaires dans un avenir proche sont les compétences d'encadrement, notamment du fait du positionnement des fédérations sportives qui commencent à inclure l'esport dans leurs stratégies de développement.

“Donc plus, aujourd'hui, on arrive à diversifier le portefeuille d'activités d'un club plus il est capable aussi de répondre présent face à la concurrence d'autres entités sportives.”

Annonce une personne d'une fédération sportive, qui ajoute que :

“En fait, à l'échelle du club, notre idée, c'est effectivement de faire monter en compétences des enseignants professionnels, diplômés d'État (DE), diplôme d'État supérieur (DES) [...] à partir du moment où on a pour le coup un vivier d'enseignants professionnels, déjà diplômé avec un DE, DES. La partie encadrement pédagogique, la construction d'une séance avec thématique principale, objectif technico tactique, physique, mental, ça, ce sont déjà des acquis, mais l'idée c'est d'arriver à familiariser vraiment l'enseignant professionnel, à la réinjection de ce savoir-faire-là pédagogique mais appliqué justement à l'enseignement, entre guillemets, stratégique technique sportive.”

L'implication des fédérations sportives dans l'écosystème esportif et leurs positionnements vis-à-vis de la pratique sera sans doute aussi un bassin de recrutement important du fait de leur ancrage territorial et du nombre de clubs et de licenciés impactés. Selon leur stratégie et leurs ambitions de nombreux besoins seront à satisfaire prochainement, principalement dans les domaines de la formation et l'encadrement ainsi que dans l'acculturation de ces encadrants aux spécificités esportives.

Quelles seront les formations à valoriser ?

La question qui se pose désormais est celle de la nécessité d'avoir des dispositifs de formation et d'enseignement, que ce soit des structures/établissements spécialisés dans le domaine de l'esport ou bien des cursus plus classiques dont l'esport serait une composante.

La question est d'autant plus d'actualité que les besoins en formations pour les métiers de l'esport se font sentir de manière plus prégnante, notamment dans la recherche d'un modèle économique viable, et que les deux modèles d'éducation commencent à s'implanter sur le territoire.

Le sentiment général qui se dégage des entretiens tend vers une préférence pour les formations générales avec une appétence pour l'esport plutôt que de se spécialiser dans un cursus esport. Comme le dit un interviewé directeur esport :

“En fait, pour moi, il ne faut pas faire des études pour travailler dans l'esport. Il faut faire des études classiques avec une appétence esport”.

Un autre interviewé ajoute :

“Pour travailler dans l'esport t'as pas besoin d'être formé à l'esport, t'as besoin d'être formé à un secteur en particulier qu'ensuite tu peux adapter à l'esport.”

Beaucoup reconnaissent en effet que la plupart des métiers de l'esport ne sont pas spécifiques à ce secteur mais peuvent se retrouver :

“Dans d'autres secteurs d'activité notamment dans les secteurs du sport et des médias [...] On identifie soit des fonctions qu'on retrouve traditionnellement dans la majorité des entreprises comme les fonctions RH, Finance, Market, SI etc soit des fonctions plus liées au sport “traditionnel” et aux métiers du média.”

Il est donc important pour une grande majorité des professionnels de l'esport de se concentrer sur :

“Un cursus classique avec des appétences pour l'esport, avec des options, avec des formations, ça peut être management, ça peut être de la communication, de l'événementiel”.

Un autre conclut :

“Moi j'avoue que ma perspective là-dessus, à titre individuel, c'est un domaine comme le sport, comme la télévision, comme le monde des médias. Moi, j'aurais vraiment tendance à encourager les jeunes à avoir une formation scolaire forte dans un domaine de prédilection et ensuite de postuler à ces postes-là”.

Certains cursus sont d'ailleurs considérés comme particulièrement pertinents pour les métiers liés à l'esport. Les formations STAPS en font partie et les connaissances et les compétences acquises dans ces domaines peuvent être directement appliquées dans les métiers liés à l'esport du fait de la très grande diversité des enseignements pratiqués.

Un autre exemple est ce directeur esport qui déclare que :

“[Son école] a été un très bon apprentissage pour moi car cela m'a appris à travailler en mode projet, à respecter les délais et à suivre un projet.”

Il est important aussi de développer les compétences en management et en coaching, car ces domaines manquent souvent de formations spécifiques. Là aussi nous pouvons citer la filière STAPS, dont les enseignements offrent les compétences à ces métiers. Pour les compétences en management, il est crucial de gérer efficacement les personnes et de comprendre les différents profils individuels. Le directeur.trice ajoute ainsi :

“Je pense qu’il faut développer le management parce que finalement il y a énormément de personnes à gérer même un petit côté psychologie parce que finalement il y a énormément de personnes à gérer, énormément de profils différents quand on voit les joueur.euse.s ils n’ont pas tous la même résistance au stress”.

D’autres ont une perspective différente et considèrent qu’en l’absence de cursus spécifiques pour l’esport, il est plus important de valoriser l’expérience plutôt que les diplômes ou les qualifications selon eux :

“Dans le milieu de l’esport, comme il n’y a pas vraiment de formation, etc. Il n’y a aucun attachement au diplôme parce que c’est l’expérience qu’on va valoriser.”

Cette vision peut être considérée comme une alternative à la question des diplômes, mais il est important de noter qu’elle n’est pas représentative de la majorité des personnes concernées par l’esport. Il existe aussi des avis divergents quant à la pertinence d’un cursus esport, bien que ceux-ci changeront peut être à mesure que l’écosystème esportif grandira et se professionnalise.

Certains, comme le déclare un professionnel de l’industrie esport, préfèrent une école généraliste plutôt qu’une école spécialisée dans l’esport :

“C’est intéressant justement que les écoles s’y mettent parce qu’on a eu une première vague très tôt de “pseudo école” sans pour autant avoir un corps enseignant qui a peut-être une certaine expertise, et cetera.”

Cependant, il est important de connaître le domaine de l’esport et son environnement pour pouvoir intégrer l’utilisateur final dans son propre métier, comme le souligne un autre :

“Ce que je vais valoriser en premier, c’est son expertise technologique pour pouvoir construire la plateforme qu’on va avoir besoin chez Fnatic par exemple, pour faire une plateforme de e-learning. Et le 2e aspect que je vais regarder, c’est savoir si il a déjà une première connaissance du jeu vidéo et de l’esport. Est-ce qu’il y a une habitude de consommation de ces types de contenu pour pouvoir aussi penser ça vis-à-vis de l’utilisateur final.”

Comme le précise un autre professionnel :

“Ma conclusion c’est non, c’est effectivement, il y a une expertise spécifique qui est de connaître les jeux et de connaître cette industrie, connaître les acteurs. Mais en fait les compétences dont on a besoin pour développer cet univers ne sont pas spécifiques à l’esport, c’est vraiment des compétences qui sont transversales.”

L’idée d’une école spécialisée dans l’esport soulève des interrogations chez de nombreux experts du domaine. Certains d’entre eux estiment que cela pourrait donner une fausse impression aux étudiants quant aux opportunités de carrière dans ce secteur en constante évolution. Ils soutiennent que suivre un cursus spécifique en esport peut donner l’illusion aux étudiants qu’ils pourront accéder directement à des postes ou des fonctions chez des acteurs importants du secteur, alors que cela n’est pas nécessairement le cas. Une personne nous confie ainsi :

“Les étudiants ne se rendent pas compte que l’obtention d’un diplôme en esport ne garantit pas automatiquement un emploi chez des entreprises leaders du secteur. En fait, ces écoles et formations spécialisées ne sont absolument pas

nécessaires. Des écoles de commerce, en se concentrant sur l'esport, peuvent également offrir des opportunités pour travailler dans ce domaine en constante évolution.”

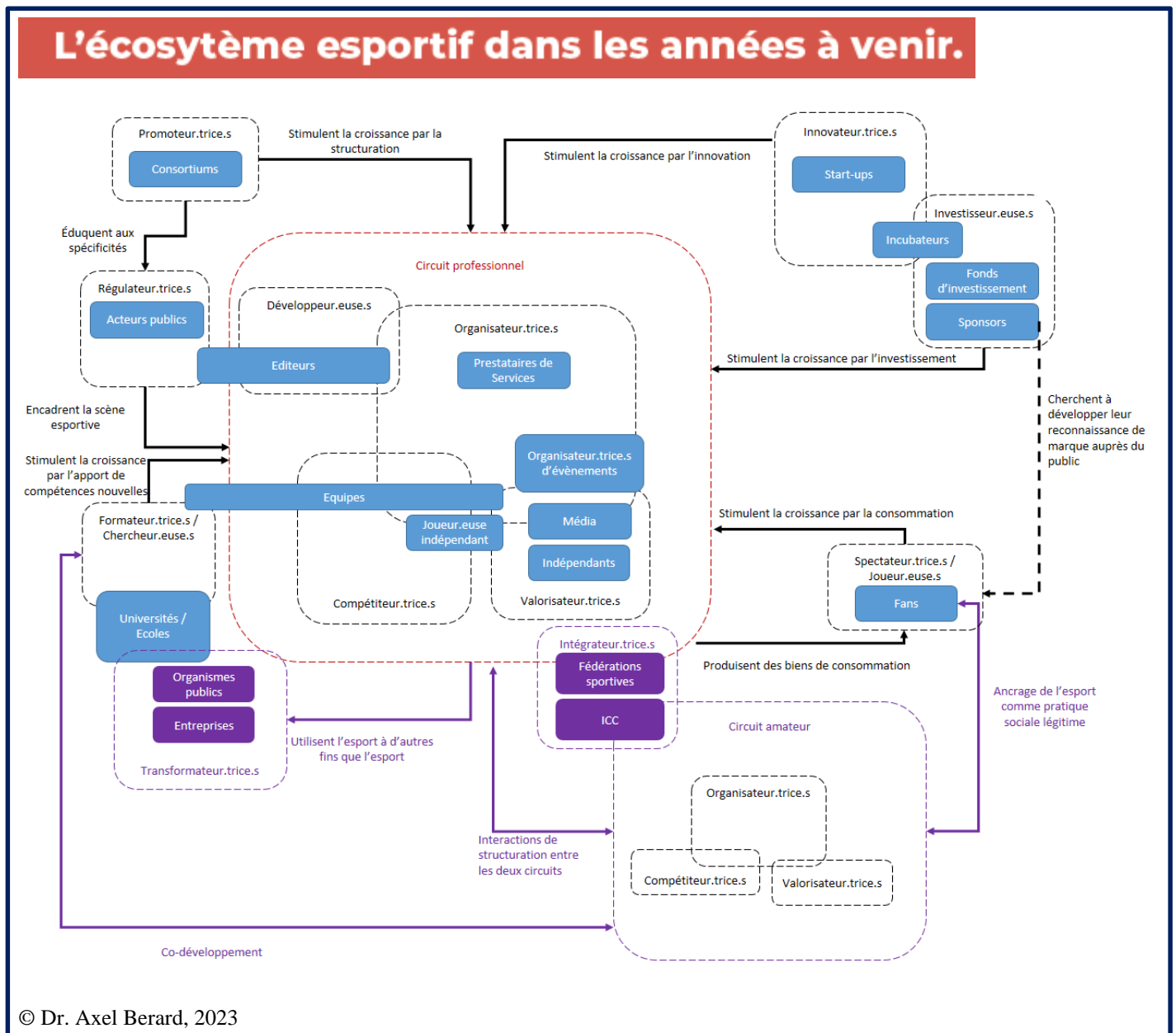
Beaucoup partagent cette crainte, rappelant qu'en 2021 le nombre d'ETP créés par l'esport était de 650 pour toute la chaîne de valeur. Il est toutefois à noter qu'il y a certes aujourd'hui une interrogation de l'écosystème sur la pertinence des écoles spécialisées esport, mais que beaucoup reconnaissent que les acteurs majeurs encore présents aujourd'hui essaient de tendre vers des formations qui peuvent être valorisées dans d'autres secteurs comme l'évènementiel, le sport ou les jeux vidéo de manière plus globale.

La principale conclusion qui émerge des entretiens effectués est que les professionnels de l'esport recommandent aux personnes souhaitant travailler dans leur industrie de :

- Se former sur des compétences spécifiques et valorisables qui pourront venir être utiles au développement d'une structure dans l'esport.
- S'investir au cours de leur parcours académique dans l'écosystème. Que ce soit des associations, des stages ou du bénévolat, les professionnels insistent sur la valeur d'un profil acculturé aux enjeux des structures sportives qui peut être rapidement opérationnel. Par ailleurs l'écosystème étant relativement restreint, les rencontres et le réseau sont deux éléments cruciaux pour persister dans cette voie.
- Enfin ils rappellent que l'esport n'est pour l'instant pas en capacité d'absorber toutes les personnes qui souhaitent y participer. Il faut donc être à la fois réaliste sur ses chances d'intégrer le milieu mais aussi préparer des plans de secours afin de ne pas être précaire. Cela passe, selon eux, essentiellement en s'assurant que les études poursuivies soient valorisables dans d'autres contextes.

Une visualisation de l'écosystème pour les années à venir.

Comme l'ont évoqué les personnes interrogées, nous comprenons que l'écosystème sportif va faire face à de nombreux défis, mais aussi voir de nouveaux métiers et de nouveaux acteurs apparaître à mesure qu'il se développe, se professionnalise et se diffuse auprès du grand public. C'est dans un souci d'intégration de ces nouveaux acteurs que nous suggérons une amélioration de la représentation de l'écosystème présentée en début de ce travail.



Comme nous pouvons le constater, un grand nombre d'éléments se trouvent inchangés dans cette nouvelle représentation. Nous voyons cependant apparaître trois grands ensembles qui manquaient dans la première visualisation, plus simplifiée. Nous proposons deux nouveaux :

- Les **transformateur.trice.s** sont les acteurs qui vont utiliser l'esport à d'autres fins que son usage principal qui est le jeu en lui-même. Ainsi nous avons trois grands types de structures qui vont entrer dans cette catégorie.
 - o Les organismes publics qui voient dans l'esport un moyen d'atteindre d'autres objectifs. Cela peut par exemple être les missions locales qui utilisent l'esport pour aider à la réinsertion professionnelle, ou bien encore les

associations qui utilisent l'esport pour créer un lien entre des populations.

- Les seconds sont les entreprises qui peuvent voir dans l'esport un moyen de recrutement. Celles-ci se basent en effet sur les travaux des universitaires pour détecter des compétences développées par la pratique sportive. Elles peuvent aussi utiliser l'esport à des fins de cohésion des équipes, dans un cadre plus ludique.
 - Enfin les derniers acteurs entrant dans cette catégorie seront certainement les établissements du secondaire et de l'enseignement supérieur, avec le développement de la recherche de l'esport comme terrain d'étude. Bien que la littérature scientifique soit encore très peu développée, un grand nombre de recherches sont à entreprendre ouvrant un nouveau champ d'étude. De la même manière que l'industrie du sport peut être prise pour exemple pour développer et exemplifier des connaissances, celle de l'esport pourrait servir de cas d'étude pour des notions non sportives. Ainsi, il ne sera pas surprenant à l'avenir de prendre l'exemple de la finale des LEC en 2023 à Montpellier pour parler des notions ayant trait au management événementiel, ou bien d'évoquer la gestion des joueurs professionnels pour parler de notions de comportement organisationnel et de psychologie de la performance.
- Les **intégrateurs** sont les organismes qui veulent s'inscrire dans la pratique de l'esport en plus de leur activité principale, souvent dans une logique de produit d'appel à leur pratique initiale. Ce sont donc des acteurs non-endémiques qui commencent à s'implanter ou à minima construire une stratégie d'implantation pour les années qui viennent.
- Comme l'évoquent les fédérations sportives en entretien, il y a une problématique forte dans l'attraction et la rétention des licenciés en clubs, notamment sur la tranche des 16-25 ans. Or l'esport est à l'inverse une pratique assez ancrée dans les habitudes de cette tranche d'âge. Les fédérations voient donc dans l'esport un moyen d'attirer les personnes pour inciter à venir régulièrement dans les lieux physiques, créant des habitudes mais aussi des opportunités pour pratiquer d'autres activités. Il est donc probable que prochainement nous assistions à une implication de plus en plus forte des fédérations dans la pratique de l'esport. Les stratégies possibles sont pléthores et peuvent impacter grandement le dynamisme de l'écosystème.
 - De la même manière les ICC, industries culturelles et créatives, peuvent voir dans l'esport le même levier de développement que les fédérations sportives. Nous pouvons ainsi penser aux expérimentations qui ont eu lieu dans certains cinémas en France pour diffuser la finale du championnat français de League of Legends.

Quels seront les nouveaux métiers de l'esport ?

Il est toujours difficile de prédire l'avenir et d'affirmer avec conviction que l'écosystème esportif évoluera dans telle ou telle direction. Bien évidemment des projections existent, nous pouvons ainsi citer les différents rapports de Newzoo qui prédisent une croissance constante du marché de l'esport. Toutes les analyses semblent en effet confirmer que l'économie de l'esport ne peut être amenée qu'à croître. Le marché est encore jeune, la pratique est répandue, le pouvoir d'achat des spectateur.trice.s est en augmentation à mesure que ceux-ci vieillissent et entrent dans la vie active, etc. Cependant une croissance économique ne nous indique nullement quels vont être les besoins en compétences ni les nouveaux métiers des années à venir. Pour cela nous devons revenir aux propos tenus par les personnes interrogées et comprendre les différents enjeux et scénarios évoqués pour comprendre comment les emplois liés à l'esport pourraient évoluer.

Bien évidemment nous pouvons commencer par **les nouveaux métiers qui vont avoir un intérêt pour les structures**. Répondant à des problématiques nouvelles ou des besoins nouveaux, il est difficile de les nommer tous, car ceux-ci n'existent pas encore. Nous pouvons ainsi imaginer que si la réalité virtuelle prend une place plus importante dans les habitudes des spectateur.trice.s et du grand public, de nouveaux métiers liés à la promotion, ou la valorisation de compétitions peuvent s'envisager. De même le déploiement de l'intelligence artificielle aura peut-être un intérêt pour des structures esportives et des postes seront dédiés à son utilisation et son incorporation. Toutes les innovations peuvent potentiellement avoir un rôle dans la structuration de l'écosystème, et il convient de garder un œil ouvert sur celles-ci.

Par ailleurs, **d'autres métiers qui n'existent pas dans l'écosystème esportif mais existent ailleurs** vont peut-être s'inviter dans les années qui viennent. Ainsi les spécialistes des capacités oculo-motrices peuvent venir éventuellement renforcer à la marge les performances des joueur.euse.s de la même manière que le font actuellement les data analyst ou bien encore les psychologues de la performance. **Ces ajouts sont**, dans la taxonomie que nous avons présentée précédemment sur les visualisations des métiers par structure, **des métiers utiles**. C'est-à-dire que ceux-ci ne peuvent venir qu'en dernière étape de la structuration des entités esportives. Ces métiers créent la différence marginale qui permet de gagner en compétitivité. Il est donc fort probable que les nouveaux métiers qui n'existent pas encore apparaissent dans un premier temps dans les structures les plus développées de l'écosystème esportif et ne représenteront des recrutements que de l'ordre de la dizaine en France.

Les potentiels de recrutement et d'employabilité les plus forts se trouvent ailleurs, concomitamment à la croissance de l'écosystème esportif dans son ensemble et de ses sources de financement. Puisque les métiers de l'esport sont très nombreux, comme nous avons pu le constater précédemment, **il n'est donc nul besoin d'imaginer de nouveaux métiers**. De la même manière que pour le monde sportif, ou les entreprises du numérique, **une maturation de l'écosystème et un meilleur financement de celui-ci va nécessiter une plus grande professionnalisation**, une plus grande expertise et une plus grande répartition des fonctions au sein des structures. Cependant cette maturation nécessite des investissements volontaires et continus afin d'atteindre la taille critique qui permet à l'esport d'être auto-suffisant. **Le nombre d'emplois créés au sein des structures existantes, ou la création de nouvelles structures sur le territoire sont totalement tributaires des politiques volontaristes des acteurs publics** et des participations des acteurs privés non endémiques. Il est difficile de prévoir le bassin d'emplois qui sera créé dans le futur. Cependant nous pouvons constater que le nombre des métiers peut être très élevé au sein des structures. De nouvelles équipes, de nouveaux évènements sur le territoire, de nouveaux médias entraîneraient mécaniquement les besoins en emplois et en compétences. Plus les financements pour ceux-ci seront abondants, plus les emplois créés seront importants.

En outre, **l'arrivée de nouveaux acteurs peut être potentiellement génératrice de nouveaux emplois**. Dans la catégorie des innovateur.trice.s, les start-ups créent des emplois en répondant à un besoin de l'écosystème. L'intensité des recrutements et des

créations d'entreprises est cependant conditionnée à la taille du marché sportif en France, et donc tributaire des investissements faits par le public et le privé. Ici aussi les potentialités peuvent être grandes mais difficiles à estimer du fait que les financements sont dépendants des volontés des acteurs nommés.

Les intégrateurs représentent, dans les nouveaux entrants, un fort potentiel de croissance, avec en premier lieu les fédérations sportives. Comme nous l'avons souligné précédemment, les fédérations sportives commencent à se positionner vis-à-vis de la pratique sportive et à dessiner une stratégie pour le long terme. Les contours que prendront ces stratégies définiront à l'avenir les besoins en compétences. Les fédérations sportives sont déjà implantées sur tout le territoire, ont l'habitude d'organiser des tournois et possèdent de nombreux formateur.trice.s dans leurs clubs. Si les fédérations décident désormais de former et d'encadrer une pratique amateur ou compétitive de l'esport au sein de leur club, **il est indéniable que les besoins en compétences et en recrutement seront importants.** Il faudra en effet former les formateur.trice.s, créer un écosystème d'accompagnement et de mise à jour des connaissances autour de la pratique sportive et de son encadrement. Il faudra aussi éventuellement accompagner la mise en place et la gestion de circuits compétitifs internes aux fédérations. Il est encore une fois irréaliste d'avancer des nombres et des métiers de manière précise. Cependant les expérimentations envisagées au sein de certaines fédérations laissent optimiste l'observateur extérieur. **Des actions volontaires sont en train de servir de terrain d'exploration et, si celles-ci se concrétisent, conduiront à de nombreux recrutements.**

Enfin des besoins en compétences et en structuration importants seront indéniablement présents grâce au développement du circuit amateur. De la même manière que l'esport professionnel, les associations et équipes amateurs vont avoir besoin d'individus formés correctement à prendre en charge les responsabilités de chaque structure. Or **un circuit amateur dynamique est aussi générateur d'emplois** de manière indirecte, dans la massification des tournois locaux et régionaux, dans la multiplication des besoins d'encadrement etc. Par ailleurs l'impact social, difficilement quantifiable d'un point de vue économique, doit être inclus dans les bénéfices portés par le développement d'un écosystème amateur. **C'est un ensemble de valeurs qui peut être transmis grâce à l'esport amateur** et qui nécessite aussi un accompagnement, notamment des acteurs politiques locaux qui ont un rôle central dans cette structuration, par des apports financiers, matériels et légaux.

L'esport à l'horizon 2030 : éléments de projection.

L'estimation quantitative à l'horizon 2030 du secteur de l'esport est **particulièrement ardue**, notamment en raison de sa relative nouveauté et de l'incertitude quant à la structuration actuelle de la filière. Les acteurs du marché sont actuellement confrontés à des défis importants en termes de croissance et de développement, rendant extrêmement difficiles des projections à 10 ans. De plus, **l'absence de données et d'études scientifiques, en particulier sur le secteur amateur, complique encore davantage l'évaluation** de l'ampleur de ce phénomène et sa future évolution. Enfin, **la définition même de l'esport peut parfois varier entre les estimations** entraînant ainsi une modification du périmètre d'analyse, ce qui impacte l'évaluation du secteur.

Sur la base de cette mise en garde, et pour initier une projection de l'évaluation de la taille du marché de l'esport et de son évolution, nous nous sommes appuyés sur les principales analyses économiques mobilisées par les acteurs de l'esport, à savoir les rapports Newzoo, le rapport PIPAME et les rapports de France Esports. Nous souhaitons cependant apporter une nuance au rapport Newzoo en nous basant sur les travaux de Ahn et collaborateurs (2020) qui discutent la méthodologie et les résultats de l'étude en suggérant que celle-ci sous-évalue grandement la taille du marché de l'esport comme nous allons le discuter ci-après. En effet, comme l'expliquent Ahn et al. (2020), Newzoo extrait principalement les chiffres d'affaire du marché à partir de sources liées aux événements et aux médias, tels que les ventes de billets et les parrainages. De plus, leur méthodologie exclut également tous les revenus des éditeurs en direct aux consommateurs, i.e: ventes de jeux physiques, achats intégrés dans le jeu, etc. Les seuls revenus d'éditeur inclus dans les calculs de Newzoo sont les "Frais d'éditeur", s'élevant à "95,2 millions de dollars en 2019". Les auteur.trice.s concluent ainsi que «...l'approche de Newzoo peut être analogue à la mesure de l'industrie du football américain en ne comptant que les ventes en stade ; méthodologiquement cohérente, mais restrictive.. »

La méthodologie de calcul d'Ahn et collaborateurs (2020) propose une valorisation bien supérieure à celle de Newzoo (24,9 Mds de dollars en 2019 contre 1,1 Mds de dollars estimés par Newzoo) et crée des difficultés quant à son utilisation dans le présent rapport. En effet la vérification des données utilisées et la validation de celles-ci dans l'inclusion du calcul de la taille totale du marché de l'esport (notamment auprès des professionnels de l'esport) nécessiterait un travail de recherche à part entière, travail de recherche, qui à notre connaissance, n'a pas encore été mené et demeure nécessaire pour valider une estimation qui est en rupture par rapport aux autres estimations proposées pour le secteur. La différence de magnitude entre les deux estimations invite à la prudence et sans remettre en question ces travaux, **le consortium décide d'attendre et de voir comment la communauté esportive s'approprie cette nouvelle méthode d'évaluation avant de l'utiliser dans ses estimations.**

La méthodologie proposée inclut tous les revenus d'éditeurs liés aux jeux d'esports. Cela comprend les ventes de copies physiques ou de téléchargements initiaux (les revenus attribuables au premier achat d'un jeu), les ventes de microtransactions (les revenus attribuables aux achats in-game effectués par les consommateurs, y compris ceux provenant à la fois des achats cosmétiques (les «skins») et des achats améliorant le gameplay (les «contenus téléchargeables», ou «DLC»)), et les revenus d'abonnement (les revenus attribuables aux paiements récurrents effectués par les consommateurs aux éditeurs de jeux pour un accès continu aux jeux ou services d'esport). De plus, la méthodologie inclut également les prix des tournois, les salaires des joueurs et des streamers, ainsi que les revenus de contenu vidéo de jeu de streaming d'esport (GVC).

Comme le rappellent les auteur.trice.s « Pour être clair, les conclusions de cet article ne suggèrent pas que les rapports et les statistiques publiés par Newzoo (2020) sont méthodologiquement incohérents ou incorrects. » C'est pourquoi nous utiliserons l'estimation de Newzoo. Cette méthodologie étant majoritairement acceptée par l'ensemble des parties prenantes de

l'esport, nous la prendrons comme base de travail, tout en rappelant prudemment que **la valorisation proposée par Newzoo semble en deçà de sa taille réelle en regard des activités qui sont directement liées à l'esport** et qui ne sont pas incluses dans l'estimation.

Les mises en garde étant posées, nous allons donc désormais tenter de nous projeter à l'horizon 2030. Pour cela, nous allons dans un premier temps estimer le marché de l'esport français pour ensuite estimer de quelle manière ce marché se traduit en terme d'ETP et de répartition géographique.

Pour estimer la taille du marché français, nous avons d'abord tenté d'évaluer la croissance de l'écosystème français grâce aux données de France Esports. Cette croissance permettra de projeter pour l'horizon 2030 la taille des revenus à disposition pour 2020 grâce à l'étude Newzoo. Une fois que nous aurons proposé un ordre de grandeur pour la taille du marché esportif français à l'horizon 2030, nous nous baserons sur les données de l'étude PIPAME pour proposer une estimation du nombre d'emplois créés pour cette taille de marché et leur répartition sur le territoire.

Selon les données fournies par le rapport Newzoo, le marché mondial de l'esport devrait connaître une croissance significative entre 2020 et 2025, passant de 996 millions de dollars à 1,8662 milliards de dollars, soit une augmentation de 87%. Newzoo estime en 2022 que le marché mondial de l'esport représente 1,384 Mds de dollars. Cette tendance semble similaire en France comme nous pouvons le constater avec les données des Baromètres de l'esport publiées par France Esports : entre 2018 et 2022 le nombre de fans et de spectateurs est passé de 5,1 millions à 9.5 millions, soit une croissance de 86 %, comme nous pouvons le constater dans le graphique n°1 qui regroupe les données disponibles de France Esports sur cette période.

Depuis 2018, France Esports publie des statistiques sur les pratiquants et consommateurs d'esports. Les indicateurs les plus pertinents pour nos analyses sont le nombre de fans/consommateurs car la définition proposée par France Esports est la même que celle de Newzoo qui inclut une nuance dans l'intensité de consommation de l'esport professionnel:

Esports Enthusiasts: Les personnes qui regardent de l'esport professionnel plus d'une fois par mois.

Occasional Viewers: Les personnes qui regardent de l'esport professionnel moins d'une fois par mois.

Il est à noter que France Esports a commencé à proposer une telle distinction depuis 2020 en décomptant les consommateurs qui ont regardé une compétition moins d'une fois par mois ou plus d'une fois par mois. La figure ci-après compile les deux catégories quand la figure suivante montre l'évolution du nombre de personnes ayant regardé de l'esport plus d'une fois dans le mois.

Tableau tiré des données de France Esports

Evolution du nombre de Fans/Spectateurs entre 2018 et 2022

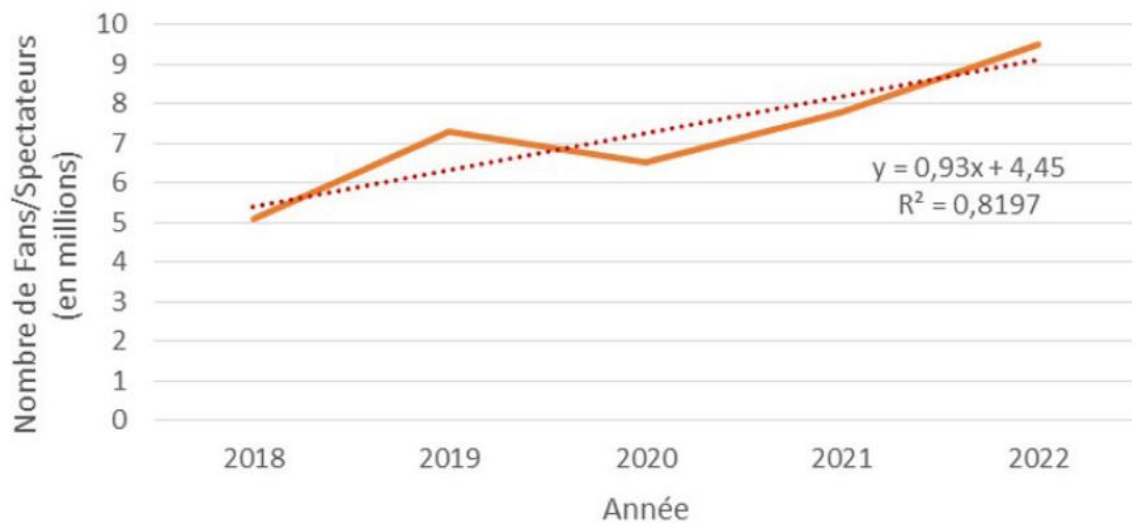
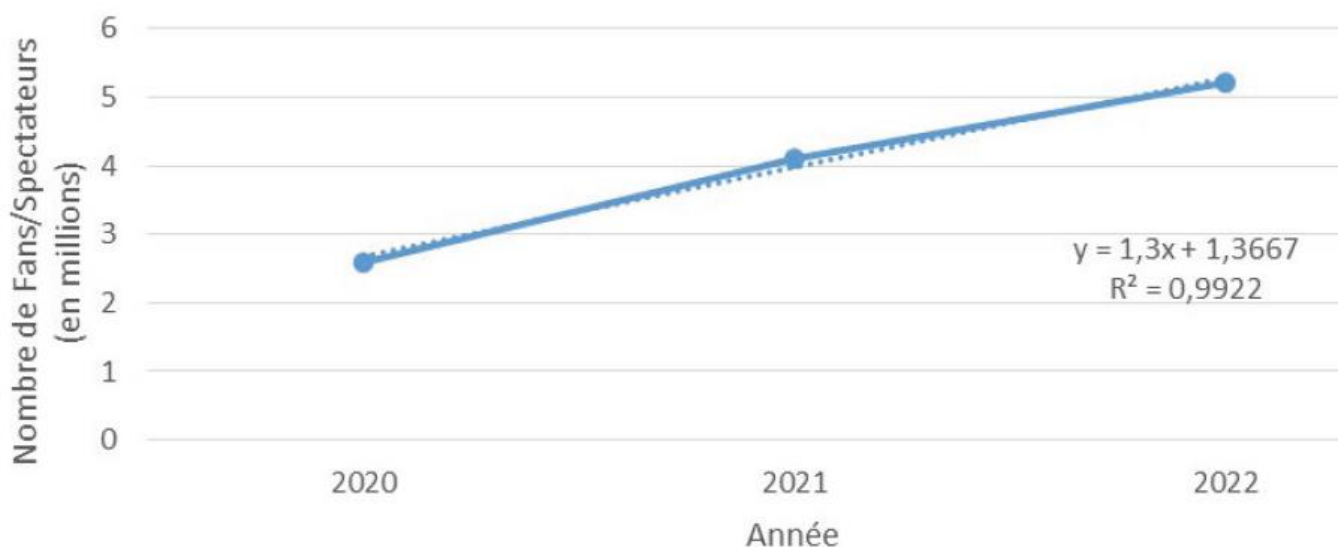


Tableau tiré des données de France Esports

Evolution du nombre de Fans/Spectateurs entre 2020 et 2022 ayant regardé une compétition plus d'une fois par mois



Le consortium souhaite insister sur le fait que le peu de données disponibles et le peu de recul temporel (données fiables depuis 2018 voire 2020 pour un décompte plus précis entre les différents types de spectateurs/fans) rend toute projection extrêmement imprécise et aléatoire. Les modèles et chiffres proposés ne sont en aucun cas présentés comme des vérités mais comme, au mieux, des ordres de grandeur. Malgré le peu de données disponibles et le potentiel biais issu de la crise sanitaire, nous proposons une courbe de tendance linéaire pour estimer le nombre de consommateur sport en 2030. Nous soulignons le fait que d'autres secteurs économiques ont des évolutions différentes d'une simple croissance linéaire, il pourrait en être de même pour le secteur de l'esport, et des réévaluations seront nécessaires à mesure que de nouvelles données seront disponibles.

Cette estimation donnerait un ordre de grandeur d'environ 16,54 millions de spectateurs/fans en 2030. Le nombre de personnes ayant regardé plus d'une fois dans le mois un spectacle d'esport représentait, par rapport au nombre total de fans, respectivement 40%, 52% et 54% en 2020, 2021 et 2022.

Nous proposons donc d'estimer à 50% du total du nombre de spectateurs/fans le nombre de personnes qui regardent plus d'une fois dans le mois un spectacle d'esport, soit 8,252 millions de personnes et qui correspondrait donc à la définition exacte de Newzoo d' « esport enthusiast ». Le choix de 50% semble cohérent aux vues de l'évolution constatée et pourrait être même une sous-évaluation de la proportion puisqu'en 2021 et 2022 elle dépassait 50%. Cette proportion devra être observée dans les années à venir afin d'effectuer les ajustements nécessaires.

Tableau tiré de Newzoo (2022)

High Level Data 2022

Population	747.2M
Online Population	663.5M
Esports Awareness	450.1M
Games Live Streaming Audience	172.8M
Esports Enthusiasts	31.6M
Esports Revenues	\$ 345.3M
Annual Revenue/Enthusiast	\$ 10.93

Newzoo propose ainsi un revenu par « esport enthusiasts » de 10,93\$ pour le marché européen. Enfin le rapport de la PIPAME se base sur les estimations de Goldman Sachs qui valorise le marché mondial de l'esport en 2022 à 2,96Mds de dollars et fournit des informations supplémentaires sur l'état du marché de l'esport dans certains pays d'Europe. En France, le chiffre d'affaires estimé de l'esport s'élevait à 50 millions d'euros en 2019, avec 650 équivalents temps pleins et 189 joueurs professionnels. Les métiers considérés par l'étude concernent les équipes professionnelles, les organisateurs de compétitions, les diffuseurs de contenus et les acteurs multi-maillons qui interviennent sur plusieurs activités des précédents acteurs.

L'étude PIPAME, par manque de données n'inclue pas les annonceurs/sponsors, les éditeurs ou tout autre acteur de l'écosystème. Il est donc probable que le nombre d'ETP estimé par l'étude soit sous-évalué. L'étude PIPAME fournit aussi quelques chiffres pour des voisins européens. Ainsi au Royaume-Uni, le chiffre d'affaires était estimé à 70 millions d'euros en 2019, avec 1234 équivalents temps pleins. En Espagne, le chiffre d'affaires estimé était de 21 millions d'euros en 2019, avec 800 équivalents temps pleins et 270 joueurs professionnels.

Points de vigilance sur les différents rapports et les différentes études à disposition:

La méthodologie d'évaluation de France Esports est calibrée et dirigée spécifiquement dans le but d'évaluer le nombre de spectateurs d'esport en France. Cet indicateur est important car l'étude Newzoo évalue que chaque Fan/spectateur en Europe qui regarde plus d'une fois par mois de l'esport dépense 10,93\$. Il convient donc d'utiliser le nombre de spectateurs issus des

données de France Esports plutôt que ceux de Newzoo car ceux-ci sont spécifiques à la France, au contraire de l'étude de Newzoo.

L'étude PIPAME propose une première estimation du marché en France expliquant que la France « affiche un niveau d'activité modeste mais encourageant avec un chiffre d'affaires en 2019 estimé à 50 M € » et de détailler en fonction des acteurs de l'esport et de leur contribution à l'écosystème. L'étude se base cependant sur 35 questionnaires en ligne et 29 entretiens semi directifs et possède donc des limites quant à sa capacité à prévoir l'évolution du marché.

Le travail de Newzoo est à ce jour le travail le plus abouti pour offrir une estimation chiffrée du marché de l'esport et des habitudes de dépenses des spectateurs d'esport bien que l'approche mondiale risque d'occulter les spécificités du marché français. Nous nous baserons donc autant que possible sur le baromètre de France Esports et nous utiliserons les estimations de Newzoo et de la PIPAME pour tenter de quantifier, avec précaution, les estimations pour le futur.

Plusieurs scénarios vont donc éclore de la discussion entre les données recueillies par Newzoo, France Esports et l'étude PIPAME. Tout d'abord sur la valorisation du marché de l'esport en France :

L'étude PIPAME évalue à 50M d'euros en 2019 le marché français. Le périmètre de calcul inclut pour rappel les équipes professionnelles dont une partie des recettes est issue de la vente de merchandising, les diffuseurs de contenus dont les revenus sont concomitants du nombre de spectateurs tout comme pour les organisateurs d'évènements et les acteurs multi maillon.

Ainsi il semble légitime de supposer que la croissance du nombre de spectateurs aura un impact sur les revenus générés par l'industrie dans son ensemble. Ici aussi une simplification se pose, et nous proposons une évolution linéaire parallèle à celle du nombre de consommateurs, une croissance d'1% du nombre de spectateurs entrainerait une croissance d'1% du chiffre d'affaire de l'esport.

Dans la réalité d'autres facteurs devraient être analysés comme les revenus générés par chaque type de consommateur, le pouvoir d'achat, l'âge moyen, la capacité de déplacement pour se rendre à des évènements physiques, l'arbitrage entre les évènements proposés, l'augmentation de la dépense moyenne des spectateurs pour l'esport, etc. ce qui entrainerait l'introduction d'un facteur multiplicatif plutôt qu'une évolution linéaire.

Si l'on se base sur les chiffres de croissance donnés par France Esports du nombre de consommateurs d'esport entre 2019 (date d'estimation de la taille du marché par la PIPAME) et 2022, nous avons une croissance de 30%, passant de 7,3 à 9,5M de consommateurs. Si l'on estime que le marché a crû de la même manière nous pourrions considérer que l'esport français peut être valorisé à 65M d'euros en 2022.

Si l'on se base sur le nombre de spectateurs/fans estimés par France Esports en 2022, et qui regardent de l'esport au moins une fois par mois, soit 5,2M de personnes, qui relèvent de la définition de l'esports enthusiasts de Newzoo, et que nous multiplions par le revenu qu'ils génèrent en Europe (qui est le niveau de granularité maximal disponible par Newzoo), nous obtenons un revenu estimé du marché de l'esport à 56,836M de dollars soit environ 52,76M d'euros en 2022.

Les entretiens effectués auprès des acteurs de l'esport ainsi que les discussions avec les chercheurs en esport suite à ces estimations tendent à positionner la valorisation de l'écosystème français entre ces deux valorisations, bien qu'aucun acteur ne se risque à donner des chiffres exacts tant le périmètre d'évaluation est difficile à délimiter et la quantification complexe.

Afin d'offrir une base de réflexion sur le nombre de métiers en jeu à l'horizon 2030, nous allons proposer trois scénarios de valorisation de l'écosystème :

- Un scénario « **prudent** » qui estime le marché français à 52,76M d'euros en 2022 issus du revenu généré par les 5,2 M d'esport enthusiasts recensés par l'étude de France Esports selon les estimations de Newzoo. Cette prudence vient du

fait que les discussions avec les acteurs de l'esport estiment que l'évaluation de la PIPAME en 2019 était en deçà de la réalité. Une augmentation de 2,76M d'euros en 3 ans serait faible en regard du potentiel de croissance de l'esport mais cela permet de borner à gauche la taille du marché de l'esport français.

- Un scénario « **réaliste** » qui part de la valorisation déduite de l'étude de la PIPAME, à savoir une valorisation à 65M d'euros en 2022. Cette estimation est jugée réaliste car plusieurs professionnels et chercheurs spécialistes de l'esport en France interrogés sur le chiffre de 50M en 2019, ou sur le chiffre de 65M aujourd'hui estiment qu'il y a certainement une sous-évaluation de la taille du marché, notamment du fait d'un périmètre parfois jugé trop restrictif sur les métiers à prendre en compte (ainsi les sponsors, les éditeurs et d'autres acteurs ne sont pas comptabilisés), mais qu'il s'agit d'une estimation donnant une idée réaliste de la taille du marché.
- Enfin un scénario « **intermédiaire** » qui serait une moyenne des deux premières estimations et valoriserait donc l'écosystème à 58,88M d'euros en 2022.

ESTIMATIONS DE LA TAILLE DU MARCHÉ DE L'ESPORT EN 2022		
SCÉNARIO PRUDENT	SCÉNARIO INTERMÉDIAIRE	SCÉNARIO RÉALISTE
52,76M d'€	58,88M d'€	65M d'€

En se référant de nouveau à la courbe de tendance linéaire déduite des données fournies par France Esports entre 2018 et 2022, nous pouvons estimer la tendance de croissance pour 2030 qui serait de 53% entre 2022 et 2030. Nous aurions ainsi un nombre de Fans/Spectateurs estimé à 16,54 millions de personnes. Ici encore nous prenons pour hypothèse que la croissance du nombre de spectateurs et celle du marché de l'esport suivent la même évolution. Si l'on applique cette croissance de 53% à nos trois scénarios nous avons donc une estimation de la taille de l'écosystème esportif en France à l'horizon 2030 compris entre 80,72M et 99,45M d'euros, avec une moyenne qui se situerait à 90,09M d'euros, comme résumé dans le tableau suivant :

ESTIMATIONS DE LA TAILLE DU MARCHÉ DE L'ESPORT À L'HORIZON 2030		
SCÉNARIO PRUDENT	SCÉNARIO INTERMÉDIAIRE	SCÉNARIO RÉALISTE
80,72M d'€	90,09M d'€	99,45M d'€

Si l'on reprend les chiffres de l'étude la PIPAME qui compare le nombre d'ETP et la taille du marché de l'esport en France, au Royaume-Uni et en Espagne, nous pouvons constater que la France a une moyenne de 13 ETP par million de CA, tandis que le Royaume-Uni a une moyenne de 17,6 ETP par million de CA et que l'Espagne a une moyenne de 29,6 ETP par million de CA.

Appliqué à nos trois scénarios qui estiment la taille du marché de l'esport en France en 2030 et en supposant que la productivité restera constante entre 2022 et 2030 à raison de 13 ETP par million de CA, nous suggérons que le nombre d'ETP dans l'esport professionnel sera compris entre 1050 et 1293 ETP en 2030 avec un scénario intermédiaire qui se situerait aux alentours de 1172 ETP. Ici aussi nous attirons sur le fait qu'une productivité constante entre 2022 et 2030 est une estimation simplifiée de la réalité. De nouveaux outils, de nouveaux usages, de nouvelles méthodes de gestion, une autre répartition du temps de travail, etc. auront nécessairement un impact sur la productivité et le nombre d'emplois générés.

En utilisant les chiffres de répartition fournis par le rapport de la PIPAME, nous pouvons estimer la répartition de ces ETP pour chacun des scénarios dans le tableau suivant :

RÉPARTITION	SCÉNARIO PRUDENT	SCÉNARIO INTERMÉDIAIRE	SCÉNARIO RÉALISTE
52% d'équipes professionnelles	546 ETP	610 ETP	672 ETP
18% des organisateurs de compétitions	189 ETP	211 ETP	233 ETP
17% diffuseurs de contenus	179 ETP	199 ETP	220 ETP
13% multi-maillons	137 ETP	152 ETP	168 ETP

En utilisant les données de l'étude PIPAME sur la répartition des acteurs de l'industrie de l'esport en France, il est possible de faire une estimation grossière de la répartition géographique pour chacun des scénarios prévus en 2030, en supposant que la répartition demeure inchangée.

RÉPARTITION	SCÉNARIO PRUDENT	SCÉNARIO INTERMÉDIAIRE	SCÉNARIO RÉALISTE
IDF > 50%	> 525 ETP	> 586 ETP	> 646 ETP
Centre-Val de Loire (5%-10%)	53 – 105 ETP	59 – 117 ETP	65 – 129 ETP
Le Grand-Est (5%-10%)	53 – 105 ETP	59 – 117 ETP	65 – 129 ETP
PACA (5%-10%)	53 – 105 ETP	59 – 117 ETP	65 – 129 ETP
Auvergne-Rhône-Alpes (5%-10%)	53 – 105 ETP	59 – 117 ETP	65 – 129 ETP
Autres régions < 5%	< 53 ETP	< 59 ETP	< 65 ETP

Ces premières estimations sont cependant à nuancer fortement du fait de l'état actuel de l'écosystème esportif qui n'est pas encore mature. Ainsi de nombreux acteurs, comme ceux identifiés dans les parties précédentes du présent livrable, des stratégies de positionnement et des politiques volontaristes peuvent avoir une forte influence à la fois sur la taille du marché esportif français, sur le nombre d'emplois créés et sur la répartition géographique de ces emplois. L'étude PIPAME dans sa répartition des métiers n'inclue pas par exemple les métiers de la formation ou de l'enseignement, décrits dans l'étude FUTUReSPORT, qui prendront peut être une part plus grande les années à venir. De plus elle ne peut prévoir les politiques publiques locales qui peuvent avoir une influence sur la répartition géographique. Il est donc fort à parier que le nombre d'ETP sera plus important dans les années qui viennent et que leur répartition géographique variera par rapport à celle présentée ici.

L'étude PIPAME liste ainsi des opportunités de développement pour l'écosystème, que nous avons aussi identifiées et décrites lorsque nous avons interrogé les acteurs de l'esport professionnel et dont les propos sont retranscrits dans les parties précédentes. Pour rappel voici un résumé des thématiques identifiées à la fois par l'étude PIPAME et le rapport FUTUReSPORT:

L'étude PIPAME et les opportunités de développement pour l'écosystème :

- Le rapprochement du monde sportif et esportif avec un engagement plus fort de la part des clubs et un positionnement à long terme sur l'intégration de la pratique au sein des fédérations.
- La structuration de l'écosystème amateur, avec la création de tournois, d'équipes, de formations, de clubs etc. La création éventuelle d'un système de fédération et de licences à l'instar des fédérations sportives.
- L'intégration aux événements sportifs, tels que les JO de Paris 2024.
- Des synergies avec d'autres domaines, comme le divertissement, pour créer des lieux hybrides.
- Le rapprochement avec le monde culturel.
- L'usage de nouvelles technologies.
- Le développement de l'esport sur mobile.
- L'ouverture des paris en ligne.

A ces leviers identifiés par la PIPAME, le consortium FUTUReSPORT identifie aussi :

- Le développement de l'esport en entreprise comme pratique sociale (à l'instar du sport en entreprise) et comme outil de recrutement (comme révélateur de l'acquisition de compétences utiles à l'entreprise).
- Le développement de l'esport étudiant à travers des initiatives en université et écoles privées pour la création de clubs et de tournois internes et inter-écoles.
- L'utilisation de l'esport comme un outil de lien social, avec des initiatives comme celles des missions locales de la région PACA qui utilisent l'esport à la fois comme outil d'attraction pour les événements mais aussi comme d'un support pour créer du lien avec les bénéficiaires.
- Le volontarisme des politiques publiques pour l'accueil et le développement d'un écosystème amateur et professionnel aura un impact fort sur la répartition géographique des emplois liés à l'esport. Nous pouvons prendre pour exemple l'initiative du gouvernement de faire en 2023 de la région Provence Alpes Côtes d'Azur une terre d'esport. Nous suggérons que ce choix va très probablement conduire à un changement dans la répartition géographique identifiée par l'étude PIPAME de 2019 et nous invitons les lecteur.trice.s à suivre de près les initiatives qui vont se mettre en place dans la région dans les années qui viennent.

Enfin des questions se posent sur le périmètre de prise en compte de la valorisation de l'esport. Nous avons noté dans les méthodologies de calcul des exclusions ou des inclusions de plusieurs pans de la chaîne de valeur de l'esport qu'il conviendra d'interroger dans le futur. A titre d'exemple, l'achat de matériel pour la pratique de l'esport (PC compétitif, souris, chaise, casque,...) doit-il être inclus dans la valorisation du marché de l'esport ? Si oui doit-il être inclus de manière totale ou partielle? Beaucoup d'activités à la marge de l'écosystème devront être analysées dans les années qui viennent afin d'établir une méthodologie de valorisation robuste qui inclura de la manière la plus précise possible l'intégralité de la chaîne de valeur de l'esport professionnel et amateur.

Une question plus difficile encore que celle de la valorisation de l'écosystème professionnel demeure celle de l'évaluation du poids économique que représentera l'esport amateur dans les années à venir. Il n'existe à notre connaissance aucune valorisation de la taille du marché de l'esport amateur et nous enjoignons les chercheurs et chercheuses à se saisir de cette question. Nous pouvons essayer d'approximer prudemment la taille de l'écosystème en observant le secteur le plus proche de l'esport, à savoir l'écosystème sportif. La CDES rendait ainsi son rapport sur la taille du marché du sport en France en 2018, l'estimant à 11,69Mds d'euros pour le sport professionnel. Le rapport estime ensuite que la taille du sport associatif représente

entre 5,2 à 10,1 Mds d’euros. Ainsi la part du sport associatif pèse entre 44,4% (scénario dit “bas” dans le rapport) à 86,3% (scénario dit “haut” dans le rapport) du poids du sport professionnel selon les scénarios étudiés, ce qui veut dire que le marché du sport pèserait entre 16,89Mds et 21,7Mds d’euros en 2018. Nous suggérons que l’esport en 2030 se partagera de la même manière que le sport. Les politiques et volontés de structuration s’inspirent en effet beaucoup du sport traditionnel dans l’esport. Il est cependant tout à fait envisageable que l’écosystème esportif parvienne à se structurer d’une manière inédite et que les modèles de prévision doivent être repensés. Nous proposons donc de penser le partage de la valeur du marché de l’esport de la même manière que le sport. Cela reste sans doute un choix critiquable mais le peu de données actuelles ne permet pas de faire d’autres choix.

L’évaluation de la taille du marché de l’esport présentée précédemment avec les trois scénarios se basait uniquement sur une évaluation de l’esport professionnel.

Comme l’esport associatif représentera entre 44,4% et 86,3% du poids de l’esport professionnel selon nos hypothèses. Nous suggérons le tableau suivant en fonction des trois scénarios proposés précédemment:

	<i>SCÉNARIO PRUDENT</i>	<i>SCÉNARIO INTERMÉDIAIRE</i>	<i>SCÉNARIO RÉALISTE</i>
Esport professionnel	80,72M d’€	90,06 d’€	99,4M d’€
Esport associatif (scénario bas: 44,4%)	35,84M d’€	40M d’€	44,13M d’€
Esport associatif (scénario haut: 86,3%)	69,66M d’€	77,72M d’€	85,78M d’€
TOTAL (SCÉNARIO BAS)	116,56M d’€	130,06M d’€	143,53M d’€
TOTAL (SCÉNARIO HAUT)	150,38M d’€	167,78M d’€	185,18M d’€

Ces estimations se basent uniquement sur un parallèle avec le monde du sport. Les caractéristiques et la maturité de l’écosystème esportif diffèrent grandement de celui du sport. Les politiques publiques, les investissements privés, le développement de nouveaux usages, l’introduction de nouveaux supports, ou encore l’appropriation de l’esport par les entreprises, les organismes publics, les fédérations sportives et les associations auront un impact fort sur la taille et la valorisation de l’écosystème amateur. Le nombre de personnes concernées par l’esport pourrait varier grandement d’autant plus que, traditionnellement, plusieurs personnes se partagent un ETP dans le monde associatif. Ainsi dans le monde du sport, 116 000 ETP étaient répartis pour 5,2 Millions de personnes, soit 45 personnes par ETP. Ce sont donc potentiellement des milliers de personnes qui seront concernées par l’esport amateur à l’horizon 2030.

L’investissement des clubs sportifs est un sujet central pour les années qui viennent, et peut là aussi avoir un fort impact dans la structuration de l’esport. De plus, il s’agirait d’une nouvelle source de création d’emplois, en plus de l’esport professionnel, dans lequel les clubs ne sont pas engagés ou de l’esport associatif. Ainsi si 1% des clubs de football, de tennis, de basketball, de handball et des clubs omnisport (Soit les fédérations qui ont participé aux interviews du livrable FUTURESPORT) en France investissent dans l’esport, cela représentera un total de 300 clubs. Si l’expérience fonctionne bien, ce chiffre pourrait atteindre 5% des clubs de ces fédérations soit 1500 clubs. En termes d’ETP, il est difficile de fournir une estimation précise car cela dépend du niveau d’investissement de chaque club et de la structure organisationnelle de ceux-ci. Toutefois, il est probable

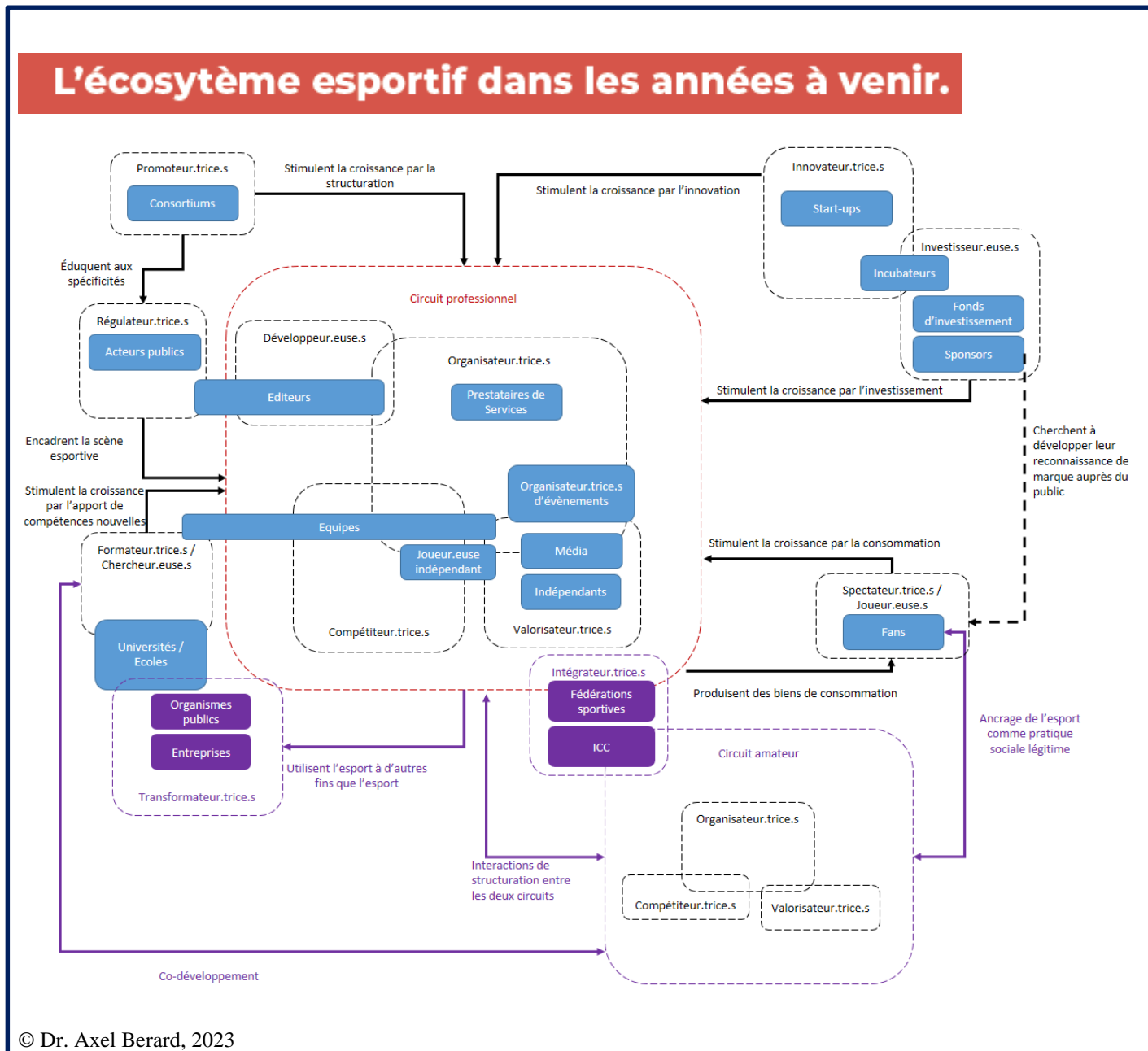
que chaque club aura besoin d'encadrants et de formateurs pour diriger et encadrer l'esport au sein du club. De la même manière toutes les structures connexes aux fédérations sportives, à savoir faisant partie des mouvements sportifs, des politiques sociales, politiques culturelles,... auront potentiellement un besoin en compétences sportives que ce soit de manière ponctuelle ou de manière plus permanente.

Résumé :

Le potentiel d'emplois créés dans l'écosystème sportif professionnel et amateur dépend de plusieurs facteurs clés. Un facteur est l'investissement public dans ce domaine en particulier. Les gouvernements peuvent décider d'allouer des fonds pour soutenir le développement de l'esport, selon des logiques sociales, culturelles, économiques ou encore dans un objectif de redynamisation du territoire, ce qui peut se traduire par la création d'emplois directs et indirects dans des secteurs tels que l'organisation de compétitions, la production de contenu, ou encore la formation de joueurs professionnels. Un autre facteur qui peut influencer le nombre d'ETP créés est le positionnement stratégique des fédérations sportives. Certaines fédérations peuvent choisir de reconnaître l'esport comme une pratique sportive à part entière et donc de l'intégrer à leur offre de disciplines sportives. Cela peut entraîner la création de nouveaux emplois dans le domaine de la formation, de l'arbitrage, de la gestion de compétitions, etc. L'investissement privé est également un facteur clé pour le développement de l'esport et la création d'emplois. Les entreprises peuvent décider d'investir dans des start-ups spécialisées dans l'esport ou dans des équipes professionnelles. Cette croissance peut entraîner la création d'emplois dans des domaines tels que le marketing, la communication, la gestion de projets ou encore le développement de plateformes en ligne. Les innovations peuvent elles aussi avoir un impact sur les emplois du fait de nouveaux usages, de nouvelles pratiques et de nouveaux modes de consommation. Par ailleurs on voit aussi se développer des pratiques de loisir sportif marchand. C'est-à-dire des structures qui utilisent l'esport sous une forme différente du circuit professionnel ou amateur classique. A cet égard nous pouvons citer Esports Virtual Arena, qui est une entreprise d'esport en VR qui s'est implantée sur le territoire et propose un esport de loisir marchand. Enfin, l'appropriation de l'esport par différents acteurs, tels que les entreprises, peut également avoir un impact sur le nombre d'ETP créés. Par exemple, certaines entreprises peuvent décider d'utiliser l'esport comme levier de politiques RH voir RSE au même titre que le sport est aujourd'hui mobilisé (attractivité, conditions de travail, culture d'entreprise et lien social, développement de compétences, communication, etc.). Enfin l'acceptation de l'esport en tant que pratique sociale est également importante. Plus l'esport sera considéré comme une pratique normale et acceptable, plus il y aura de possibilités pour créer des emplois dans ce domaine.

Résumé & conclusion

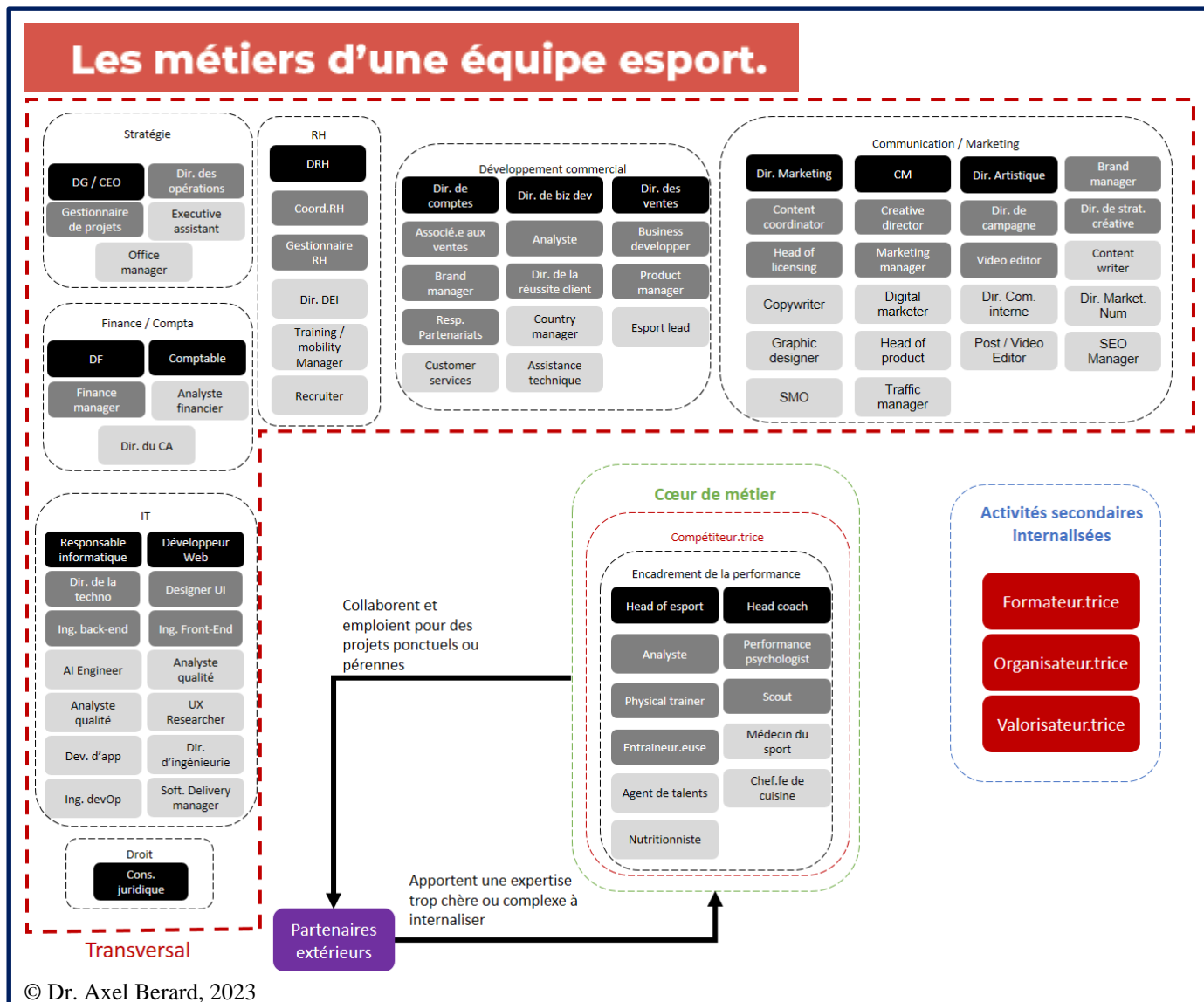
Tout au long de ce document, le consortium FUTUReSPORT s'est attaché à recueillir les paroles des acteurs de l'esport professionnel. Ces discussions nombreuses ont permis d'identifier des enjeux forts pour les années qui viennent. Nous assistons ainsi à une nouvelle phase de la structuration de l'écosystème esportif français qui nous a conduits à repenser la visualisation de celui-ci de la manière suivante :



© Dr. Axel Berard, 2023

Cette visualisation permet non seulement de voir la richesse de l'écosystème mais aussi de comprendre les interdépendances des acteurs entre eux, ainsi que les nombreuses attributions qui peuvent échoir à une structure donnée. Nous avons ensuite proposé pour chaque structure de l'écosystème une visualisation qui permet d'identifier facilement les métiers

nécessaires à sa structuration avec en plus de cela une suggestion sur les métiers prioritaires à cela.



Ces visualisations structurelles ainsi que les propositions de priorité des recrutements ont vocation à aider les structures existantes et futures à se positionner afin de viser une structuration qui se veut la plus raisonnée et pérenne possible. **Nous invitons donc tous les acteurs de l'esport à se saisir de ces outils et à les utiliser sans modération.**

Nous avons ensuite identifié les compétences et attributions de chacun de ces métiers dans des tableaux que nous avons voulus les plus synthétiques possibles. Ces outils sont à destination des personnes souhaitant travailler dans l'esport qui peuvent ainsi comparer leurs compétences et leurs désirs avec une description réaliste des métiers qu'ils ou elles pourraient viser. Cela s'adresse aussi aux recruteurs dans l'esport et aux structures sportives pour **contribuer**, une fois encore humblement, **à la normalisation et la généralisation des métiers et de leurs fonctions** afin d'offrir une base de travail commune à cet écosystème.

Toujours dans cette logique **nous avons identifié pour chacun de ces métiers des filières de formation à même de développer les compétences nécessaires.** Il ne s'agit pas ici d'affirmer que tel métier doit provenir de telle filière, qu'un diplôme est gage de qualité du profil ou bien qu'il est nécessaire de faire ces études pour travailler dans l'esport.

Les professionnels de l'esport, plus qu'ailleurs, proviennent de parcours très différents et **l'écosystème esportif français est riche de cette diversité**. La diversité de profils, de formation et de parcours est une grande force de l'écosystème esportif et il faut la maintenir car c'est elle qui lui offre sa grande plasticité et sa résilience face à l'incertitude.

Les universités peuvent être une chance et une aide précieuse pour développer des compétences précises et accompagner le développement de l'esport par des activités de recherche essentielles à ce stade.

Il ne faut pas mettre de côté **l'importance de développer son réseau, de multiplier ses expériences et de mettre à jour ses connaissances dans l'esport** pour rendre son profil attractif dans un univers qui est encore extrêmement compétitif et dont les emplois restent encore relativement rares.

Enfin, les entretiens effectués avec les représentants d'acteurs de l'esport français ont permis de comprendre que les années qui viennent vont voir leur lot à la fois de chances et de défis. De chances car cela représente **un nouveau secteur économique dans lequel la France peut être un leader européen**. Le pays possède les compétences, les infrastructures et les volontés pour devenir un lieu de référence pour l'esport mondial. Il s'agit donc d'une filière en pleine croissance, qui porte des enjeux de recrutement et d'employabilité à fort potentiel.

Une chance aussi parce que **l'esport**, et plus particulièrement l'esport amateur, **est porteur de valeurs, de lien social et peut, à l'instar du sport amateur, devenir un creuset d'échanges et de mixités**.

Une chance enfin parce que **l'esport est une pratique sociale et culturelle en développement**, et son accompagnement en tant qu'industrie créative est une réponse aux nouveaux usages et aux nouveaux centres d'intérêts de la population.

Mais il s'agit aussi d'un défi car il devient apparent que de nombreux acteurs doivent se positionner clairement vis-à-vis de l'esport pour lui permettre d'atteindre la maturité nécessaire pour que ces externalités positives, qu'elles soient sociales, économiques ou culturelles, puissent se voir.

Les acteurs publics, et notamment au niveau local et régional doivent se saisir de manière volontaire de ces questions. Ils doivent soutenir et encourager les initiatives locales pour permettre le maillage du territoire. Ce n'est que par une plus grande coopération avec eux, que les acteurs de l'esport pourront révéler leur plein potentiel.

Les fédérations sportives doivent elles aussi se positionner vis-à-vis de cette pratique. L'esport n'est ni un remplaçant ni un concurrent, mais une pratique complémentaire à celle du sport.

Un constat sans appel se dégage de cette étude. **Les années qui viennent vont être riches pour l'esport français**. Les acteurs traditionnels travaillent avec les nouveaux entrants qui réalisent l'importance d'accompagner l'écosystème dans son entièreté. **Ce n'est qu'en multipliant les actions de coopération entre acteurs publics, sportifs, esportifs, économiques, sociaux et de l'enseignement et de la recherche, que nous réussissons à faire face aux défis qui s'annoncent** pour cette filière et faire de l'esport français un esport de premier plan.

De nombreux chantiers ont été identifiés sur l'enseignement, la formation, la recherche, le développement de l'esport amateur, la structuration de l'esport professionnel, la coopération entre les parties prenantes, etc.

Les auteurs et les autrices de cette étude invitent toutes les bonnes volontés à se saisir de ces questions pour aider l'esport français à être à la hauteur de ses ambitions.

Nous espérons que le présent livrable a été à la hauteur des enjeux qu'il représentait au début de sa création, et qu'il servira de base à de nombreuses initiatives.

Bibliographie

Une liste de sources secondaires est à disposition des lecteurs voulant approfondir le sujet de l'esport. Merci de contacter Dr. Axel Berard : axelberard@hotmail.fr

Sources utilisées :

100 JOBS in Esport : <https://100jobsinesports.Com/>.

Ahn, J., Collis, W., & Jenny, S. (2020). The one billion dollar myth: Methods for sizing the massively undervalued esports revenue landscape. *International Journal of Esports*, 1(1), Article 1 : <https://www.ijesports.org/article/15/html>

Besombes, N. (2020a). Chronologie de l'esport : https://www.france-esports.org/wp-content/uploads/2020/01/France-Esports_Chronologie.pdf

Besombes, N. (2020b). Ecosystème de l'esport : https://www.france-esports.org/wp-content/uploads/2020/01/France-Esports_Ecosysteme.pdf

Besombes, N. (2020c). Les jeux esport : https://www.france-esports.org/wp-content/uploads/2020/01/France-Esports_JeuxEsports.pdf

Etude PIPAME (2021) : *Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport*.

France, E. (2019) : *Infographie: Etude Economique de l'Esport en France*.

France, E. (2022). Baromètre de l'esport - 2022 : <https://www.france-esports.org/wp-content/uploads/2022/10/France-Esports-Barometre-2022-Info-graphie.pdf>

Jenny, S. E., Gawrysiak, J., & Besombes, N. (2021): *Esports.edu: An Inventory and Analysis of Global Higher Education Esports Academic Programming and Curricula*.

Masségli, D. (2019) : *Communication du groupe de travail sur l'e-sport*.

Rapport européen Laurence Farreng—CULT-PR-73148. (2022).

Scholz, T. M., & Nothelfer, N. (2022): *Research for CULT Committee: Esports—Background analysis*.

Scott, M. J., Summerley, R., Besombes, N., Connolly, C., Gawrysiak, J., Halevi, T., Jenny, S. E., Miljanovic, M., Stange, M., Taipalus, T., & Williams, J. P. (2021): *Foundations for Esports Curricula in Higher Education. Proceedings of the 2021 Working Group Reports on Innovation and Technology in Computer Science Education*, 27–55. <https://doi.org/10.1145/3502870.3506566>

Stratégie Nationale Esport 2020-2025. (2020).



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Contacts

[Dr. Christophe Bourdin : christophe.bourdin@univ-amu.fr](mailto:christophe.bourdin@univ-amu.fr)

[Dr Axel Bérard : axelberard@hotmail.fr](mailto:axelberard@hotmail.fr)