xerfi | Research

Le marché du e-sport

Perspectives de croissance, jeu concurrentiel et enjeux pour les différents acteurs à l'horizon 2018

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché du e-sport. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Téléchargez immédiatement cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6CSO19

Flavien Vottero
Directeur d'études
Xerfi France

xerfi Research

Le marché du e-sport

Perspectives de croissance, jeu concurrentiel et enjeux pour les différents acteurs à l'horizon 2018

Edition Juillet 2016
120 pages

Éternelle niche ou futur *sport business* ?

Le e-sport est plus que jamais sous le feux des projecteurs. Chaînes de télévision (TF1, Canal+), sites de pari en ligne (PMU) et fabricants de consoles (Microsoft, Sony) ont ainsi multiplié les initiatives pour se positionner sur ce marché. Des décisions justifiées par des promesses alléchantes : tournois attirant des milliers de spectateurs, base élevée de pratiquants, cible jeune et attractive pour les annonceurs. Mais les revenus issus du e-sport restent encore bien modestes à côté des compétitions traditionnelles du *sport business*. Et son écosystème demeure pour le moins balbutiant. Alors que les éditeurs de jeux vidéo entendent reprendre la main sur les organisateurs de tournois en transformant le e-sport en un véritable spectacle, les fabricants de consoles veulent s'imposer comme des acteurs clés pour accélérer la démocratisation de la pratique du e-sport. Dès lors, **quels sont les acteurs les mieux armés pour s'imposer ? Quelles sont les réelles perspectives de croissance du marché d'ici 2018 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et nos scénarios prévisionnels exclusifs à l'horizon 2018**
  Taille du marché du e-sport, chiffres clés du e-sport en France, 3 scénarios d'évolution du marché à moyen terme.
- **Toutes les clés pour comprendre le marché du e-sport**
  Écosystème et modèle économique du e-sport, distinguer pratique récréative et compétition professionnelle, principaux jeux vidéo et compétitions de e-sport, etc.
- **Comprendre l'enjeu du e-sport pour les annonceurs et décrypter les initiatives**
  Les *millennials* : un public jeune qui nécessite des stratégies commerciales spécifiques, essor des agences de communication dédiées au e-sport, nouvelles formes de *sponsoring* dans le e-sport : réseaux sociaux, placement de produits, starification des joueurs et des commentateurs, etc.
- **Le panorama des forces en présence et les évolutions du jeu concurrentiel**
  État des lieux complet de l'écosystème du e-sport en 2016, positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 15 acteurs clés, mise en valeur des bonnes pratiques des opérateurs, analyse prospective du jeu concurrentiel (groupements stratégiques, opérateurs dominants, nouveaux entrants, potentiels exclus, etc.), etc.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

NOS PREVISIONS

Xerfi a établi 3 scénarios d'évolution pour le marché du e-sport à l'horizon 2018 : 1/ une croissance exponentielle des revenus générés (notamment en matière de droits TV et de billetterie) en raison de l'élargissement de la base de fans transformant l'e-sport en un spectacle à part entière digne du sport business ; 2/ l'e-sport attire de nouveaux annonceurs qui sponsorisent les tournois et les joueurs afin de cibler les *millennials* mais reste cantonné à un jeune public ; 3/ la bulle du e-sport se dégonfle, à l'instar du poker en ligne.

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHESE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. COMPRENDRE LE MARCHÉ

1. **QU'EST-CE QUE LE E-SPORT ?**
   - Entre pratique récréative et compétition professionnelle
   - Les principaux jeux vidéo de e-sport
   - Les principales compétitions de e-sport
2. **L'ÉCOSYSTÈME ET LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DU E-SPORT**
   - Les principales sources de revenus du e-sport : *sponsoring*, billetterie, droits de retransmission, publicité issue du *streaming*, etc.
   - Les territoires de création de valeur au sein de la filière du e-sport
   - Les principaux acteurs du e-sport
3. **LA PROFESSIONNALISATION DU E-SPORT**
   - L'évolution du cadre juridique en France

2. LE MARCHÉ DE L'E-SPORT

1. **LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ**
   - Les principaux déterminants du marché du e-sport
2. **LE MARCHÉ DU E-SPORT JUSQU'EN 2016**
   - L'historique du e-sport
   - Les chiffres clés du e-sport dans le monde
   - La taille du marché du e-sport dans le monde
   - Les chiffres clés du marché du e-sport en France
   - La taille du marché du e-sport en France et comparaison avec d'autres compétitions sportives (Ligue 1 et Ligue 2 de football, Tour de France, Pro A de Basket, compétition hippique, poker en ligne, etc.)
   - L'évolution du *cash prize* des compétitions de e-sport
   - L'évolution des audiences des compétitions de e-sport
3. **LES SCÉNARIOS D'ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU E-SPORT**
   - Scénario 1 : Le e-sport se démocratise et s'impose comme un spectacle
   - Scénario 2 : Le e-sport attire les annonceurs mais reste confidentiel
   - Scénario 3 : Une bulle à l'image du poker en ligne

3. LE E-SPORT ET LE *SPONSORING*

1. **LES *MILLENNIALS* : UNE CIBLE COMMERCIALE PRISÉE**
   - Les 15-35 ans : *aficionados* du e-sport qui sont autant de futurs consommateurs potentiels pour les marques
   - Une cible commerciale réfractaire à la publicité ?
   - Le *sponsoring* et la publicité : unique moyen pour monétiser l'audience du e-sport (étude de cas de la stratégie de PayPal dans le e-sport)
2. **LES STRATÉGIES DES ANNONCEURS**
   - Les différents modes de *sponsoring* dans le e-sport : les équipes, les joueurs, les tournois
   - Les enjeux de la publicité sur les sites de *streaming* du e-sport : entre publicité ciblée et logiciel antipub
   - La starification des joueurs et des commentateurs : placement de produits, *brand content* et publicité sur les réseaux sociaux
3. **LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION DANS LE E-SPORT**
   - Les principaux annonceurs dans le e-sport en 2016
   - L'émergence d'agences de communication dédiées au e-sport
   - Quelle place sur le marché pour les acteurs traditionnels de la communication ?

4. L'ÉCOSYSTÈME DU E-SPORT

1. **LE JEU CONCURRENTIEL À MOYEN TERME**
   - Les forces, faiblesses et avantages concurrentiels des différents groupements stratégiques
   - Vers une bataille entre éditeurs de jeux vidéo et organisateurs de compétitions de e-sport
   - Les fabricants de consoles de jeux vidéo au cœur de l'écosystème futur du e-sport

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché du e-sport. Selon Xerfi, deux profils d'intervenants sont les mieux placés pour capter la majorité de la valeur : les éditeurs (Activision Blizzard, Tencent – Riot Games) qui ont la mainmise sur les jeux vidéo et peuvent donc facilement organiser des compétitions de e-sport. Les diffuseurs (sites de *streaming* comme Twitch-Amazon ou YouTube Gaming, chaînes de télévision dont TF1) peuvent quant à eux capter les revenus publicitaires.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les principaux acteurs au sein de l'écosystème du e-sport. Parmi ceux-ci : l'intégration verticale, comme Activision Blizzard, afin de se positionner tout au long de la chaîne de valeur du e-sport (création de jeu, organisation d'événements et diffusion), la mise en place de partenariats, à l'image de Microsoft qui cherche à s'imposer au cœur de l'écosystème e-sport grâce à sa plateforme *Xbox Live*.

2. LES ÉDITEURS DE JEUX VIDÉO DE E-SPORT

- Le panorama des principaux éditeurs et de leurs jeux vidéo e-sport
- Les enjeux et axes de développements des opérateurs : le e-sport comme relais de croissance, création de filiales dans le e-sport, diversification dans l'organisation de compétitions e-sport
- Les fiches d'identité des principaux acteurs : Activision Blizzard ; Tencent – Riot Games ; Electronic Arts ; Ubisoft

3. LES FABRICANTS DE CONSOLES DE JEUX VIDÉO

- Le panorama des principaux fabricants
- Les enjeux et axes de développement des opérateurs : les fabricants de consoles rattrapent leur retard depuis 2015, développement d'une plateforme pour organiser des tournois de e-sport (*Xbox Live Tournament Platform*)
- Les fiches d'identité des principaux acteurs : Microsoft ; Sony

4. LES ORGANISATEURS DE COMPÉTITIONS DE E-SPORT

- Le panorama des principaux organisateurs
- Les enjeux et axes de développement des opérateurs : promoteurs privés *vs* associations publiques, développement des compétitions sur console, réussir à monétiser l'audience
- Les fiches d'identité des principaux acteurs : Turtle Entertainment - Electronic Sport League ; Major League Gaming ; Oxent ; Glory 4 Gamers ; International e-Sports Federation ; LanAlliance ; Lyon eSport

5. LES ÉQUIPES PROFESSIONNELLES DE E-SPORT

- Le panorama des principales équipes en France
- Les principales équipes au niveau mondial selon le *cash prize*
- Les enjeux et axes de développements des opérateurs : des structures dédiées à la gestion de la carrière des e-sportifs, de nouvelles équipes affiliées à des clubs de football professionnel

6. LES MÉDIAS

- Les enjeux et axes de développement des opérateurs : *streaming* sur Internet ou diffusion à la télévision
- Les fiches d'identité des principaux acteurs : Webedia ; TF1

LES PRINCIPAUX GROUPES ET ENTREPRISES CITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- ACTIVISION BLIZZARD
- AMAZON
- ASUS
- AUCHAN
- BBC
- BENQ
- BIG BEN INTERACTIVE
- CANAL+
- CAPCOM
- CLOUD9
- COCA-COLA
- COMCAST
- ECLYPSIA
- ELECTRONIC ARTS
- ELECTRONIC SPORT LEAGUE
- ESPN
- E-SPORTS FEDERATION
- EVIL GENIUSES
- FC VALENCE
- FNATIC
- GAMELOFT
- GFUEL
- GLORY 4 GAMERS
- GOOGLE
- GROSBILL
- HTC
- INTEL
- INVICTUS GAMING
- L'ÉQUIPE 21
- LANALLIANCE
- LGD GAMING
- LYON E-SPORT
- M6
- MAJOR LEAGUE GAMING
- MANCHESTER UNITED
- MICROSOFT
- MILLENIUM
- MONSTER ENERGY
- NATUS VINCERE
- NEWBEE
- NINTENDO
- O'GAMING TV
- OLYMPIQUE LYONNAIS
- OMAKÉ BOOKS
- ORANGE
- OXENT
- PESPI
- PMU
- PSG
- RAZER
- RED BULL
- RIOT GAMES
- SAMSUNG
- SCHALKE 04
- SFR
- SK TELECOM T1
- SONY
- TEAM AAA
- TEAM AAA
- TEAM LDLC.COM
- TEAM SECRET
- TENCENT – RIOT GAMES
- TF1
- TWITCH
- UBISOFT
- VALVE
- VICI GAMING
- VITALITY
- WEBEDIA
- WEST HAM
- YOUTUBE GAMING

(*) Liste non exhaustive

WEB

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, **COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

❶ Rentrez **le code 6CSO19** dans la barre de recherche pour la retrouver

❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire

❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le sport business**
  6SME49 – Avril 2016
- **L'industrie du jeu vidéo en France**
  5COM13 – Juillet 2015

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises

BON DE COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6CSO19 / XR

Le marché du e-sport

Perspectives de croissance, jeu concurrentiel et enjeux pour les différents acteurs à l'horizon 2018

INFORMATIONS CLIENT

Nom :
Prénom :
Fonction :
Société :
Adresse :
Code postal :
Ville :
Adresse email :
Téléphone :
TVA Intra :
N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/07/2017 (TVA 5,5%).

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	**1 600,00 € HT**	**2 000,00 € HT**
1 688,00 € TTC	1 688,00 € TTC	2 110,00 € TTC
☐	☐	☐

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :