

E-Sport : Webedia investit la TV linéaire

Le groupe Webedia lancera le 1er décembre prochain la première chaîne de télévision française consacrée à l'e-sport. Baptisée ES1, elle sera produite et diffusée par le groupe depuis ses studios à Levallois-Perret, et diffusera 30 heures d'inédits par semaine.

- **Webedia, numéro 1 de l'e-sport en France**

Depuis déjà plus d'un an, Webedia consolide sa domination, sur le marché français de l'e-sport : gestion du PSG e-sport Club, production d'émissions pour beIN Sport, rachat de Millenium en 2014, du site jeuxvideo.com, de l'agence Bang Bang Management et de la société Oxent. Le groupe a même inauguré en 2015 l'e-sport Arena à Levallois, un espace dédié à ces compétitions de jeux vidéo. Webedia s'est également associé à La Française des Jeux, pour lancer cette année trois compétitions officielles dédiées au sport électronique : la « FDJ Masters League » réservée aux professionnels, la « FDJ Open Series » et le « FDJ Gaming Tour » pour les amateurs. La verticale est complète.



La création de la première chaîne de télévision française consacrée à 100% à l'e-sport s'inscrit donc dans une logique de continuité de la part du groupe. Jusqu'à présent, seules des web TV (telles que Ogaming, Eclipsia, Millenium TV ou encore ESL TV) diffusaient en continu des contenus de e-sport, dont certains en direct. La nouvelle chaîne diffusera une programmation unique en France, incarnée par des personnalités de référence de l'e-sport, tels que des journalistes, des consultants, des influenceurs, des pro-gamers etc... Quatre types de programmes seront proposés : des magazines inédits, des sessions de jeux en compagnie de champions et joueurs français, des compétitions transmises en direct ou en différé et des documentaires exclusifs, dont le premier sera consacré à la place des femmes dans l'e-sport. Par ce premier sujet et les thématiques de ES1, on comprend déjà la volonté et l'ambition de la chaîne de « *fédérer l'ensemble du secteur français de l'e-sport, en lui donnant accès à une audience élargie, et de collaborer avec les organisateurs de compétitions ainsi qu'avec les producteurs de référence du marché comme O'Gaming, Armateam, GamersOrigin ou encore Zqsd* » selon des déclarations de Bertrand Amar, initiateur du projet au sein de Webedia.

Premier opérateur partenaire de l'e-sport en France, Orange diffusera en avant première cette nouvelle chaîne qui sera en premier lieu disponible pour tous ses abonnés sur le canal 142 de la TV d'Orange, avant de rejoindre un bouquet payant de l'opérateur. Dès le mois de janvier, les adeptes et les curieux pourront retrouver la chaîne sur les offres d'autres opérateurs tel que Bouygues Telecom.

- **Un marché en plein essor économique**

Ce phénomène en plein expansion mondiale provient initialement de la Corée du Sud, où il est né vers la fin des années 1990. En Asie, il remplit déjà des stades entiers sur des titres comme *Starcraft* ou *League of Legends*. Des millions de spectateurs assistent à ces

compétitions de jeu vidéo où se rencontrent des joueurs provenant du monde entier, générant un véritable marché de la retransmission, de l'organisation de compétitions, du sponsoring et de la publicité.

Mais l'e-Sport se développe à grande vitesse dans le reste du monde. En 2016, il a généré 500 millions de dollars de chiffre d'affaires, et pourrait doubler d'ici 2018, dépassant le milliard de dollar, selon une étude de Deloitte pour le ministère de l'Economie français. De son côté la France se positionne encore en retrait par rapport au reste du monde avec des revenus estimés entre 30 et 40 millions d'euros en 2016.

Il y aurait environ 148 millions de joueurs dans le monde et 144 millions d'amateurs d'e-sport, ce qui représente une audience importante pour les marques spécialisées dans le jeu vidéo ou souhaitant atteindre ce public de niche. *« Depuis que des sponsors s'y intéressent, cela permet plus d'événements, avec plus de moyens, des équipes qui se professionnalisent, plus de spectacle. Le streaming génère aussi ses revenus propres via des pré-rolls et autres publicités, rendant ce modèle économique rentable »*, souligne Cédric Page de Webedia. Si de grandes marques comme Coca-Cola ou Red Bull soutiennent déjà des tournois, d'autres marques comme Orange choisissent de se positionner sur l'équipement, aux côtés d'autres marques spécialisées comme Acer ou Sandisk.

Par ailleurs, Orange - qui était aussi déjà sponsor de l'équipe Millenium de Webedia - est également le principal annonceur de la e-ligue 1 depuis janvier 2017, renommée Orange e-ligue 1. L'e-sport gagne donc du terrain non seulement en audience, mais de plus en plus auprès des marques qui y voient des opportunités de plus en plus conséquentes. Le directeur sponsoring d'Orange précise d'ailleurs : *« Il faut garder la tête froide, nous pensons que l'eSport est là pour durer, nous en sommes aux prémices. Cette stratégie autour de l'eSport est un des pans de la stratégie d'Orange autour de la fibre, l'eSport vient parfaitement illustrer cette promesse auprès d'un public plus jeune »*.

Témoignant de ce succès montant auprès du grand public, la discipline a été ajoutée aux Jeux asiatiques de 2022 qui auront lieu en Chine. En France, Tony Estanguet, le coprésident du comité de candidature Paris 2024, s'est montré favorable à l'entrée de certains jeux vidéo au programme des JO 2024, lors d'une interview à l'Associated Press, en août dernier. Dans l'hexagone, de plus en plus de crédits sont d'ailleurs accordés à cette discipline qui se structure progressivement. L'année dernière avait été créée, sous le patronage de la secrétaire d'Etat au numérique Axelle Lemaire, l'Association France e-sport, qui met en avant la reconnaissance du secteur, notamment comme discipline à part entière.

• **D'autres chaînes françaises investissent dans l'e-sport**

L'e-sport est déjà bien présent sur les écrans français. Des émissions ou programmes dédiés sont déjà diffusés sur des chaînes spécialisées tels que beIN e-sport ou ELeague sur SFR Sport. D'autres chaînes généralistes s'intéressent petit à petit au phénomène, comme TF1 qui propose des contenus autour du gaming et des retransmissions de e-sport sur le site MyTF1 via TF1 XTRA. Enfin, d'autres chaînes françaises diffusaient déjà des contenus traitant de l'e-sport telles que La chaîne L'Équipe (dont certains contenus sont produits par Webedia), Canal+ avec Canal Esport Club et C8 avec Esport European League lancée en septembre dernier. Cette dernière émission, présentée par Capucine Anav, a cependant généré des audiences décevantes pour sa

première : 41 000 téléspectateurs et seulement 1.4% de part d'audience. Reste donc à savoir si dans une dynamique globalement positive pour l'e-sport la nouvelle chaîne ES1 saura convaincre le public français.