



# DÉVELOPPEMENT DE L'E-SPORT

Plan de développement et de communication

Arthur CHAILAN - Quentin DEREUMETZ -  
Yoann ESCLASSAN - Hélène POTIER



# SOMMAIRE

- 1** Analyse de la situation actuelle

---

- 2** Définition de l'objectif

---

- 3** Définition des cibles

---

- 4** Axes de communication et messages

---

- 5** Outils et techniques de communication

---

- 6** Les offres

## ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE

- 36 000 pratiquants réguliers en France en 2021 pour Eleven Table Tennis,
- 50 millions d'euros de chiffre d'affaire pour l'esport en France en 2019,
- 29 millions d'euros d'investissement dans l'esport en 2019,



# DÉFINITION DE L'OBJECTIF



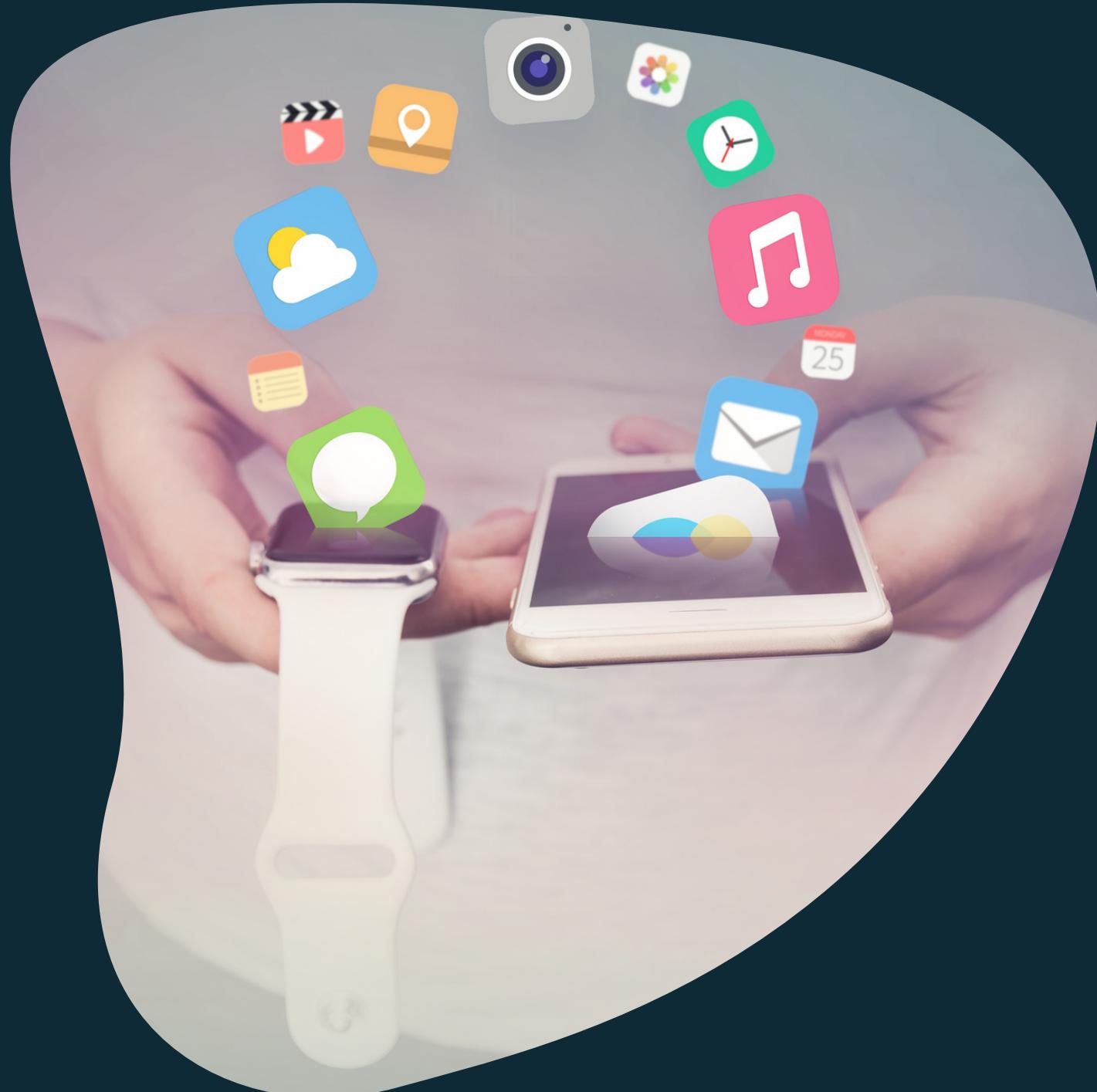
- Passer de 36k joueurs à 100k en 1 an.
- Développer la pratique du e-sport et du tennis de table en parallèle.

## DÉFINITION DES CIBLES

- CE de grosses entreprises pour qu'il équipent les salles de pause de casques pour que les salariés essaient et se convertissent en futurs acheteurs. Les salariés de ces entreprises sont majoritairement des CSP + qui pourront s'équiper.
- Les BDE d'écoles supérieur afin de faire connaître le jeu aux étudiants déjà tournés et connaisseurs d'e-sport ou non afin de les inciter à choisir ce jeu et les fidéliser.
- Les pratiquants actuels d'e-sport qui ne connaissent pas encore le jeu.
- Les fans de e-sport déjà présents sur les plateformes de streaming ou de gamins (achat ou location de jeux vidéos).



# AXES DE COMMUNICATION & MESSAGES



- Toute nouvelle discipline Olympique : un sport de loisir qui entre dans le monde de la compétition de haut niveau
- L'e-sport nécessite un entraînement, une stratégie et une réelle performance des joueurs.
- L'e-sport est une activité physique intense que l'on peut pratiquer à domicile assez facilement.
- L'e-sport est quelque chose de physique et intense : casser les préjugés
- L'e-sport est une discipline multi sexe : chez les 15-34 ans, les femmes sont presque aussi nombreuses que les hommes dans la pratique du gaming

## OUTILS ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Un partenariat avec un youtubeur ou un streameur : permet de gagner davantage en visibilité, en notoriété et en gain potentiel d'acheteur.

Nous pensons donc à **Arif « Doigby » Akin** qui est commentateur eSport, organisateur de tournoi, coach eSport, animateur radio et possède Followers Twitch : 1,3 million d'abonnés sur Twitch et 1,28 million sur Youtube

Nous avons pensé à utiliser des jeunes joueurs et joueuses de tennis de table pour promouvoir comme la jeune joueuse **Prithika Pavade**, le pongiste **Emmanuel Lebesson** ou encore le numéro 1 français, **Simon Gauzy**

Exemple de contenu :

Créez des bande-annonces de vos jeux pour donner envie aux joueurs de se le procurer, puis pourquoi pas donnez des conseils et astuces afin de les guider dans l'avancement de leur progression.

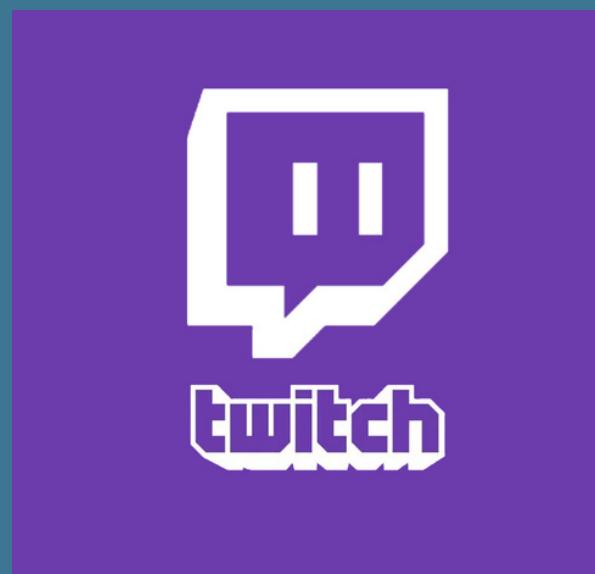


## OUTILS ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Être présent sur des chaîne de game e-sport :

Twitch : service de streaming vidéo en direct et de VAD exploité par Twitch Interactive1 et lancé en juin 2011. Le site se concentre principalement sur la diffusion en direct de jeux vidéo y compris des compétitions d'e-sport puis se diversifie sur d'autres contenus

MGG TV : ES1 : chaîne de télévision française dédiée au sport électronique lancée en 2018 par Webedia. Il s'agit en France de la première chaîne dédiée à cette pratique compétitive du jeu vidéo.



## OUTILS ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Tiktok : moyen d'être au plus proche de sa communauté et de s'adresser à une audience plus jeune. Pour vous donner une idée : Ubisoft partage des vidéos de fail des joueurs ainsi que des "memes" où les utilisateurs peuvent facilement s'identifier et montrer le côté un peu plus "humain" d'Ubisoft.



Instagram : toucher directement les personnes qui démontrent de l'intérêt pour le sport grâce aux hashtags. Créer des lives et IGTV avec des influenceurs du milieu du gamin e-sport



Reddit : une plateforme qui cible directement les gamers et qui est utile pour étudier la manière dont vos joueurs jouent à vos jeux vidéos, nous ne parlons pas assez de cette plateforme alors qu'elle est très utile pour le partage d'informations. Cette plateforme vous permet également d'établir la conversation avec des personnes qui démontrent un intérêt particulier pour le gaming, et bien évidemment ce média donne la possibilité de leur demander des feedbacks et de répondre à toutes leurs questions.



## OUTILS ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Événement :

**Z event** : 4 Mars 2016

Evènement le plus rentable (2021) en termes de dotations : 10 068 177€

EN 2020 : 5 724 377€

Lieu : Twitch

**Gamers Assembly** : Depuis 2000 Premier évènements E-sport en France

Lieu : Futuroscope puis Parc des expositions de Poitiers

Participants :

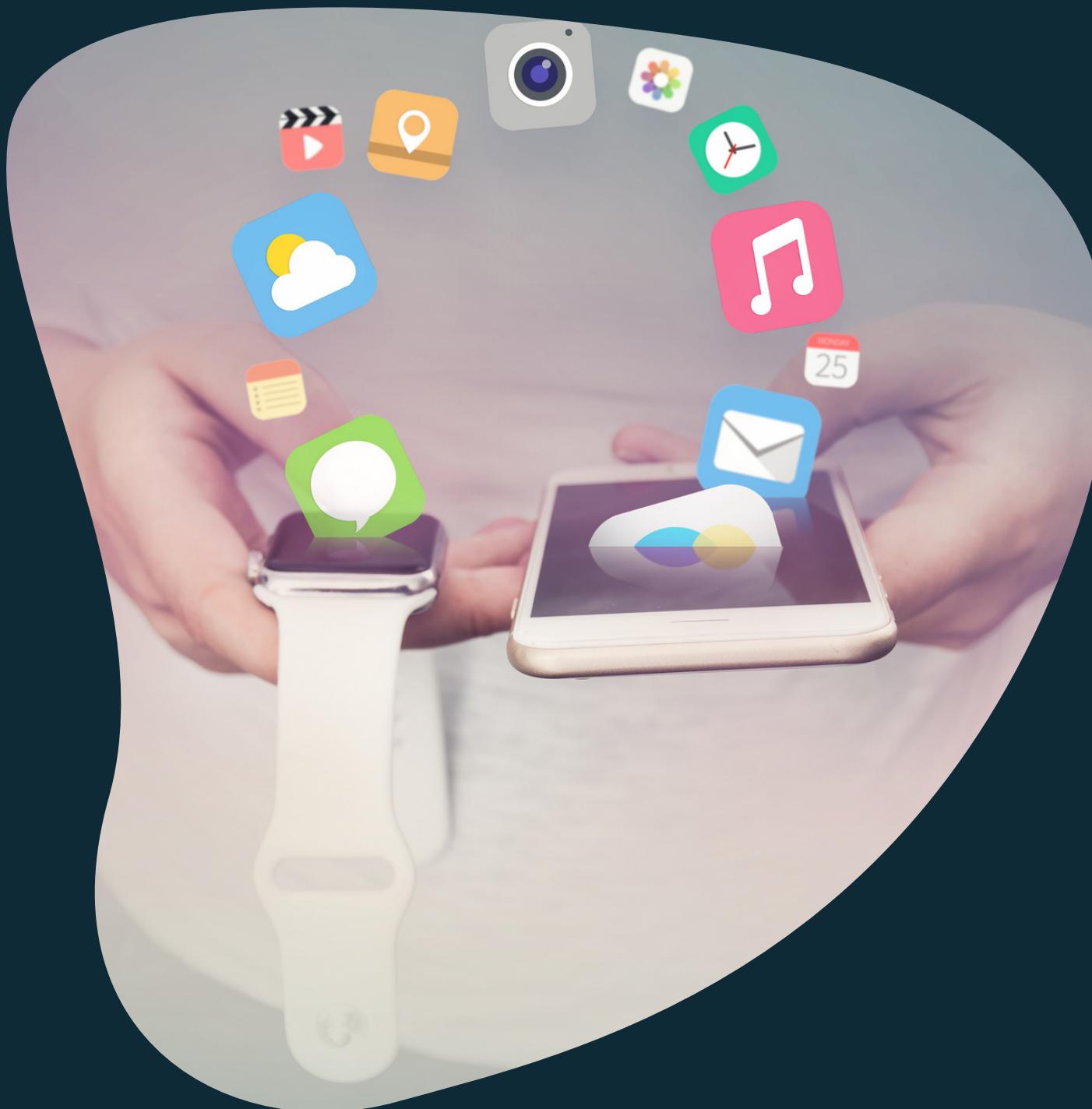
2500 en 2019

2000 en 2018

1600 en 2017



# OFFRES POUR LES CIBLES : À METTRE EN AVANT SUR LES RÉSEAUX ET DÉMARCHAGE



- Plateforme de jeux pour les fans d'esport : Xbox Game Pass for PC ou Steam sur PC qui propose de nombreux jeux gratuits contre un abonnement mensuel de quelques euros symboliques.
- Pour les CE, proposer une offre "business" qui permettra d'équiper l'ensemble des salles de pause.
- Pour les BDE étudiants : proposer des partenariats sous forme de tournoi au sein de l'école. Leur faire gagner un abonnement sur Xbox Game Pass for PC.