

GUIDE DE L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT ESPORT



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS



SOMMAIRE

INTRODUCTION _____	04	LES ASPECTS LÉGAUX _____	28
À qui s'adresse ce guide ? _____	05	Inscriptions payantes ou gratuites _____	28
Points abordés _____	06	Déclarer son événement _____	30
Rejoindre France Esports _____	06	Cas des compétitions en ligne _____	31
Le guide version courte _____	06	Âge et PEGI _____	31
		Licences _____	33
INFRASTRUCTURE & ÉQUIPEMENT _____	10	FAVORISER LA DIVERSITÉ DANS LES ÉVÉNEMENTS ESPORTIFS _____	46
Un lieu adapté à l'événement _____	11	Aspects définitionnels _____	47
Aménagement de la salle _____	13	Un constat sans équivoque _____	47
		Prévenir plutôt que guérir _____	48
ORGANISER EN SITUATION DE COVID-19 _____	18	Pour un esport éthique et responsable _____	48
Principes généraux de prévention du risque Covid-19 _____	18	Comment mettre en place cette stratégie ? _____	49
Accueil et sensibilisation du public _____	18	Pour conclure sur la diversité _____	60
Préparation et aménagement _____	20		
FINANCER UN ÉVÉNEMENT _____	24	LEXIQUE _____	61
Aides publiques & Subventions _____	24		
Partenariat & Sponsoring _____	25		
Ticketing _____	26		





INTRODUCTION

Vous voulez organiser un événement esport ? Qu'il soit en ligne ou en présentiel, avec ou sans prix pour les gagnants, France Esports vous guide pour y arriver facilement.

À QUI S'ADRESSE CE GUIDE ?

France Esports propose ce guide à destination des organisations de compétitions sportives. Il aborde la plupart des sujets inhérents à l'organisation d'événements comme **l'administration, le financement, les déclarations obligatoires, la communication, la diffusion**, et d'une manière générale, **toutes les bonnes pratiques et dispositions à prendre** pour la bonne tenue d'un événement esport. Il s'adresse à toutes les personnes morales ou physiques désireuses d'organiser, de financer, de produire ou de simplement participer à l'organisation d'un tournoi ou d'un événement esport en France.

Si vous vous reconnaissez dans la liste ci-dessous, ce guide est pour vous :

- Je désire organiser un événement esport.
- Je suis une personne physique et je souhaite louer une salle pour organiser une compétition.
- Je suis une association et je souhaite organiser une compétition pour récolter des fonds.

- Je suis une entreprise privée ou une collectivité et je souhaite comprendre ce qu'implique l'organisation d'une compétition de jeux vidéo.
- J'ai été démarché par une organisation pour des subventions ou une aide.
- C'est ma première participation à une compétition de jeu vidéo.
- Je désire accueillir un événement esport dans ma salle.

POURQUOI CE GUIDE ?

Grâce à ce guide, vous serez en mesure de comprendre les bases et le cadre nécessaire à la mise en place d'une compétition en vous aidant à prendre les meilleures dispositions réglementaires, légales, de communication et financières. L'objectif est de vous aider à **proposer une meilleure qualité d'accueil de votre public et d'expérience de toutes les parties prenantes** de votre événement : staff, bénévoles, joueurs, équipes, visiteurs, institutions, spectateurs, financeurs, partenaires, etc.

POINTS ABORDÉS

Ce guide se divise en 4 grandes parties et plusieurs sous-parties : chaque point sera développé dans un article particulier au fur et à mesure de l'avancement du groupe de travail.

Ce guide se divise en plusieurs grandes parties :

1. L'aspect réglementaire et juridique légal et les autorisations
 - Vérifier la conformité avec la législation du/des tournoi(s) et les contraintes associées : récompenses financières ou commerciales, montants de participation...
 - Déclarer sa compétition aux autorités.
 - Demander l'autorisation à l'éditeur et suivre ses recommandations.
 - L'accès aux joueurs mineurs (PEGI).

DES REMARQUES ? DES SUGGESTIONS ?

Il manque quelque chose ? Vous voulez ajouter un point ? Vous avez envie de participer à la rédaction de ce guide ? Sachez que ce guide est le fruit d'un travail collaboratif et n'a pas la prétention d'être infaillible, bien qu'il ait vocation à devenir de plus en plus exhaustif.

Si vous avez des suggestions, des remarques à nous faire parvenir ou si vous désirez intégrer le groupe de travail, n'hésitez pas à nous contacter : guides@france-esports.org

2. Le financement
 - Subventions ou aides publiques ou privées.
 - Prix d'entrée, prix d'inscription.
3. L'organisation et la logistique de la compétition
 - Quel(s) jeu(x) pour quel(s) public(s) ?
 - Règlement, arbitrage, code de conduite.
 - Sécurité des lieux et des personnes.
 - Diversité et inclusion au cours des tournois (accès aux personnes à mobilité réduite, mixité...)
 - Renseignements sur le lieu et les facilités d'accessibilité (hébergement, plan...)
 - Matériel nécessaire à l'organisation.
 - Besoins d'accès à internet, contraintes et protection du réseau.
4. Communiquer sur vos tournois
 - Réseaux sociaux.
 - Presse généraliste et régionale, sites spécialisés, sites locaux.

Chaque point sera développé dans un article particulier au fur et à mesure de l'avancement du groupe de travail.

REJOINDRE FRANCE ESPORTS

Association loi 1901 à but non lucratif, France Esports se donne 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 joueurs, promoteurs, ou créateurs-éditeurs de jeux.

Nous conseillons à tous les organisateurs de tournois de jeux vidéo d'adhérer à France



Esports afin de profiter du réseau d'entraide et de collaboration mis en place au niveau national, mais également au niveau régional. Vous aurez ainsi accès à plusieurs ressources ainsi qu'un accès au Slack de l'association où vous rencontrerez de nombreux acteurs de l'esport français.

Quatre régimes d'adhésion différents correspondant à quatre catégories de membres (collèges) sont disponibles. Les organisateurs de tournois appartiennent au collège des promoteurs. Toutes les modalités précises et à jour se trouvent sur le site <https://www.france-esports.org/>





POUR LA PROMOTION ET LE DÉVELOPPEMENT DES SPORTS ÉLECTRONIQUES

LE GUIDE VERSION COURTE

Le guide dans son intégralité contient une grande quantité d'informations que nous tâchons de rendre les plus lisibles possibles. Bien que nous recommandions à toutes et tous sa lecture complète, voilà en quelques points rapides, les obligations et les recommandations à suivre pour un organisateur.

Obligations

- L'inscription aux compétitions en ligne doit être gratuite (ouverte sans obligation d'abonnement ou de frais).
- L'événement doit être déclaré auprès du ministère de l'Intérieur au moins 30 jours avant son ouverture (décret 2017-871 du 9 mai 2017) grâce au formulaire.
- L'interdiction de l'accès aux compétitions récompensées financièrement (Cash prize) aux mineurs de moins de 12 ans (article R321-44¹).

¹/ article R321-44 - La participation d'enfants de moins de 12 ans à des compétitions de jeux vidéo offrant des récompenses monétaires est interdite.

- **Contactez les éditeurs** des jeux des tournois et/ou animations (l'achat d'une licence de jeu n'implique pas de droit d'utilisation publique ou commerciale). Vous devez suivre leurs recommandations (guidelines) et obtenir leur accord («licence agreements»).
- **Respectez la norme PEGI** de chaque jeu dans le cadre de votre politique d'accès à la compétition pour les mineurs.
- Demandez **une autorisation parentale** dans le cas d'une participation d'un mineur à un tournoi récompensé.
- **Assurez la sécurité** des personnes et du matériel de l'événement.

Recommandations

- **Rester cohérent** sur les règlements de vos tournois, les plannings, les gains et les dotations. Il est très fortement déconseillé de modifier le règlement après l'ouverture des inscriptions, ou pendant l'événement. Aussi il convient de **s'assurer de l'intégrité** des formats de tournois ;
- **Être à l'écoute** des communautés de joueurs. Le **respect** d'une communauté facilite son soutien dans la communication de vos événements ;
- Jouer au mieux la carte de **l'inclusion pour tous et toutes**.
- **Contactez vos mairies et les collectivités locales**, elles ont certainement la possibilité de vous aider : accessibilité à des lieux, des outils de communication, au réseau institutionnel, à des soutiens financiers, mobiliers, ou des ressources humaines ;

- **Anticiper** les problèmes techniques avec des scénarios et des solutions à déployer en cas de gestion de crise ;
- Adopter une **communication transparente**.

Dans tous les cas, sachez qu'un événement est toujours bien accueilli (a priori) par les joueurs ! La grande communauté de l'esport est composée de gens qui aiment se rencontrer et se défier dans un esprit hérité de celui de Pierre de Coubertin.



INFRASTRUCTURE & ÉQUIPEMENT

Dans le monde de l'esport, l'organisation regroupe matériel, espace, distribution électrique, distribution réseau, plan/disposition, sécurité, bruit, etc. Nous allons donc aborder tous ces éléments qui seront donnés à titre d'exemple et d'expérience dans le domaine d'organisation de LAN en privilégiant la simplicité.

UN LIEU ADAPTÉ À L'ÉVÉNEMENT

Si un salon ou un garage peuvent suffire pour une LAN party entre potes, le choix d'une salle adaptée va vite devenir indispensable pour l'organisation d'une LAN réunissant des dizaines de participants ou plus.

Le premier critère de choix sera évidemment la superficie de la salle. Il est difficile de donner une surface par participant, car plusieurs facteurs entrent en compte : configuration de la salle, dimensions des tables, regroupement par équipes (solo, 3, 5, 6... joueurs). Cependant, partir sur un ratio de 3 m² par participant semble une bonne base pour commencer. À cela, il faut ajouter les surfaces dédiées aux éventuels autres espaces : accueil, restauration, scènes, etc. Dans tous les cas, la réalisation d'un plan est indispensable pour optimiser l'ensemble.

Hormis la superficie, il est également intéressant d'étudier les critères suivants pour faire le meilleur choix lorsque plusieurs possibilités s'offrent à vous : mise à disposition de tables et chaises ; connexion internet disponible par défaut ; équipements (guichets, cuisines...), etc.

Pour éviter les dépenses, l'idéal est naturellement de trouver un lieu gratuit. Demandez à la mairie, à l'université ou aux autres associations de quartier s'ils peuvent vous aiguiller dans vos recherches.

Quelques mots sur la sécurité. Par nature, les salles destinées à l'accueil de public sont soumises à des règles de sécurité dictées par la réglementation ERP (Établissement Recevant du Public). Attention donc à cette réglementation dont l'objectif est, d'une part, de limiter les risques d'incendie et, d'autre part, de faciliter l'évacuation des

occupants ainsi que l'intervention des services de secours en cas de sinistre. Le respect de certaines règles peut notamment influencer sur le nombre de personnes autorisées, la possibilité d'hébergement sur place, etc. L'ensemble de ses règles est disponible en ligne : [Arrêté du 25 juin 1980¹](#). Si vous n'êtes pas un habitué des textes réglementaires, et même si c'est le cas, le plus simple est de vous renseigner auprès du propriétaire de la salle ou du service prévention et sécurité de la mairie.

À titre d'exemple, voici quelques règles de base à garder en tête pour un événement en toute sécurité :

- Respecter la capacité d'accueil de la salle. Pas question d'organiser une LAN party de 150 joueurs dans une salle prévue pour 100 personnes car en cas d'accident, la responsabilité de votre association et la vôtre peuvent être mises en cause. C'est pourquoi la majorité des associations organisant des LAN parties imposent aux gens de s'inscrire bien avant la date de l'événement. Ils peuvent ainsi mieux prévoir comment ils vont disposer les tables en fonction du nombre de personnes présentes ;
- Ne pas encombrer les issues de secours et les moyens de secours présents (extincteurs, boîtier d'alerte, etc.). Ils ne doivent pas être obstrués par des tables ou des décors.

- Veiller au bon affichage des consignes de sécurité. Il est d'ailleurs vivement recommandé d'informer l'ensemble des organisateurs et des bénévoles des consignes de sécurité. Cela leur sera très utile pour adopter le bon comportement et guider le public en cas d'incident.
- Permettre une bonne circulation des personnes, respecter un écart suffisant, d'au moins deux mètres, entre les rangées de tables et éviter les rangées en cul-de-sac. Encore une fois, la réalisation d'un plan est indispensable !



AMÉNAGEMENT DE LA SALLE

De manière générale, les LAN parties sont en BYOD : Bring Your Own Device. Cela signifie que les joueurs apportent leur propre équipement : écran, unité centrale, périphériques (clavier, souris, manette, etc.), câble réseau. Via le règlement intérieur de l'événement, l'organisateur peut, pour garantir le confort de tous, interdire certains équipements comme les enceintes ou les appareils à raclette...

L'organisateur doit donc uniquement prévoir l'aménagement de la salle pour accueillir les joueurs et leur permettre d'installer leur matériel : tables et chaises ; électricité et réseaux.

Les tables et les chaises

Le plus souvent, celles-ci sont louées avec la salle. S'il n'y a pas assez de chaises ou de tables ou que celles-ci ne sont pas adaptées, renseignez-vous auprès de la mairie ou effectuez des devis chez des loueurs spécialisés.

Privilégier des tables en PVC d'au moins 183 cm x 76 cm de longueur. C'est suffisant pour placer deux joueurs, soit 91,5 cm par personne, tout juste pour l'espace d'un clavier et d'une souris.

Des tables plus grandes apporteront plus de confort aux joueurs mais aussi plus de longueur de câble, moins de joueurs au mètre carré, etc.

Électricité

L'organisateur distribue l'électricité en fournissant tous les branchements jusqu'aux tables (surtout pour des questions d'équilibrage de charge).

ATTENTION DANGER !!!

Avant toute chose, il est important de rappeler que les installations électriques peuvent présenter des risques de mort et d'incendie. Elles sont donc à manipuler avec une extrême précaution. Si vous avez le moindre doute, demandez de l'aide à un professionnel. Ne prenez aucune initiative si vous n'êtes pas expérimenté !

¹<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LE-GITEXT000020303557>



Pour éviter les coupures, on peut considérer que l'on peut brancher dix ordinateurs sur une prise 16 A.

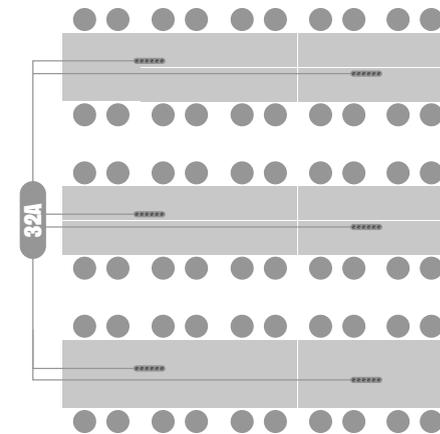
Afin de pouvoir fournir suffisamment de puissance, les salles sont généralement équipées de prises triphasées. Par rapport à des prises classiques comme à la maison, celles-ci permettent de délivrer la puissance nécessaire pour alimenter un grand nombre de PC. Évidemment, les prises de PC ne sont pas en triphasé, c'est pourquoi il faut utiliser des coffrets de répartition pour répartir cette puissance.

Ci-dessus un exemple de coffret transformant une arrivée triphasée de 32 A (prise rouge P17) en prises 16 A (PC16 bleu). Il existe de nombreux modèles, mais l'idéal est d'avoir un coffret équipé de six disjoncteurs 16 A, ce qui permet de raccorder 60 joueurs sur un coffret. Il est également conseillé d'avoir un

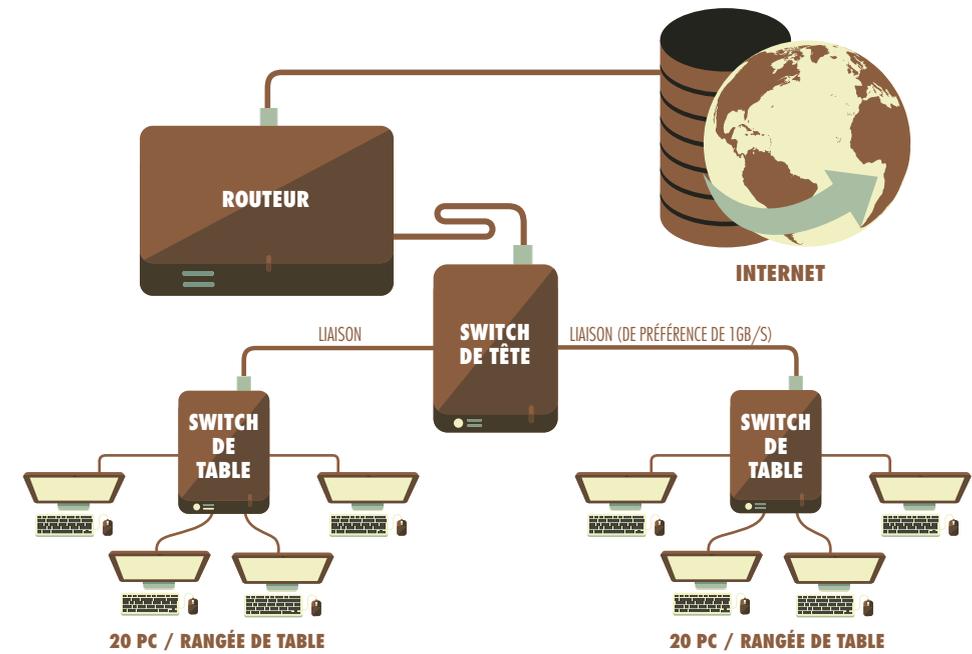
interrupteur différentiel 32 A triphasé directement sur le coffret. Vous pourrez ainsi réarmer le coffret en cas de défauts électriques sans avoir besoin d'accéder aux locaux techniques de la salle.

La norme n'impose pas d'avoir un disjoncteur sur chaque sortie PC16, souvent les coffrets ne comportent qu'un seul disjoncteur en entrée (P17).

Pour la distribution électrique du coffret jusqu'aux tables, utilisez un câble électrique d'une section de 2.5 mm² pour supporter de 16 à 20 A. Pour rappel, dix ordinateurs sur une 16 A vous laissent une marge de sécurité. Quant aux multiprises, évitez de les brancher en cascade, c'est le meilleur moyen d'échauffer les câbles et de provoquer le déclenchement du disjoncteur.



Extrait de plan intégrant l'aménagement des tables et le déploiement électrique



Pour résumer :

- Des "Blocs" de 60 joueurs pour 1 coffret électrique 32 A triphasé.
- Dans un bloc : 3 rangées de 20 personnes (idéal pour placer 1 switch de 24 ports au milieu de chaque rangée afin de distribuer le réseau aux 20 joueurs).
- 1 rangée = 2 x 5 tables d'1,83 m.

Réseau

Comme indiqué en préambule, gardez en tête cette devise : faire simple ! Cela facilite la résolution des problèmes, l'intervention et vous allez déployer un réseau pour trois ou quatre jours seulement !

- Abandonnez les solutions professionnelles avec redondance, haute disponibilité, proxy-cache QOS, FireWall, etc.

- Un réseau en étoile très simple, des joueurs connectés en 100 Mbit/s, des interconnexions entre les switches et le cœur en 1 Gbit/s, un routeur bien dimensionné connecté en 10 Gbit/s à votre cœur de réseau : c'est déjà un bon début !
- Sur un switch de table avec 20 personnes connectées, il faudra simplement 10 personnes qui utilisent 100 % de leur connexion pour saturer le lien interne d'1 Gbit/s sur leur rangée de table.
- Concentrez vos efforts et votre budget sur la connexion à Internet.
- Par expérience, il est recommandé de compter un minimum de 3 Mbps par joueur pour être serein.
- Pour une LAN de 200 joueurs, le débit idéal pour avoir une connexion internet correcte est de 600 Mbps. Avec 350 joueurs, vous

atteindrez le débit d'1 Gbit/s recommandé. Débit qu'il est assez courant de trouver dans les villes fibrées mais qu'au-delà il vous sera plus compliqué ou coûteux d'avoir.

Et les attaques par déni de service (DDos) dans tout ça ?

Le DDos ne peut être géré que par l'opérateur

qui vous fournit la connexion Internet. Évitez de diffuser l'adresse IP publique, et indiquez qu'en France, l'attaque par déni de service est punie pénalement à l'article 323-2 du code pénal : « Le fait d'entraver ou de fausser le fonctionnement d'un système de traitement automatisé de données est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende ».

Si vous souhaitez en savoir plus, l'ANSSI a édité un document [Comprendre et anticiper les attaques DDoS](#)³.

Débit et latence pour jeux en réseau

La latence est le délai entre le serveur et le joueur, celui-ci doit être minimal : une bonne valeur se situe à environ 30 ms et ne doit pas

dépasser 100 ms, spécialement pour les jeux en simultané comme les jeux de tir à la première personne (FPS) ou des jeux de combat (versus fighting).

Il est nécessaire de réserver une bande passante pour les jeux en réseau.

CONSOMMATION DE DONNÉES

(EN KILO BITS PAR SECONDE) PAR POSTE DE JEU¹

JEUX	CONSOMMATION EN KBPS
Valorant © Riot Games	300
Counter Strike: Global Offensive © Valve	250
Apex Legends © Electronic Arts	150
Overwatch © Blizzard Entertainment	150
PlayerUnknown's Battlegrounds © PUBG Corp	100
Rainbow 6 Siege © Ubisoft	100
Trackmania © Ubisoft NADEO	100
Fortnite © Epic Games	100
Rocket League © Psyonix	100
StarCraft 2 © Blizzard Entertainment	100
League of Legends © Riot Games	100
Legends of Runeterra © Riot Games	100
Team Fight Tactics © Riot Games	100
HearthStone © Blizzard Entertainment	10
Discord © Discord Inc	24 ²
TeamSpeak © Teamspeak Systems GmbH	7

Ces données sont approximatives et peuvent évoluer avec le temps.

1/ <https://www.monmobo.com/calculer-sa-consommation-internet>

2/ https://wiki.xiph.org/Opus_Recommended_Settings

DIFFUSION EN DIRECT (STREAMING) ET DÉBIT RÉSEAU

ATTENTION À RÉSERVER LA BANDE PASSANTE POUR LE STREAMING !

DÉBIT RÉSEAU RÉSERVÉ EN KILOBITS PAR SECONDE	RÉSOLUTION MAXIMUM (XP ⁴)	IMAGES PAR SECONDE MAXIMUM (XFPS)
moins de 200	pas de diffusion possible	
entre 200 et 300	240p	25fps
entre 300 et 400	360p	25fps
entre 400 et 1500	480p	30 ou 60 fps
entre 11500 et 2250	720p	30fps
entre 2250 et 3000	720p	60fps
entre 3000 et 45000	1080p	30fps
entre 4500 et 9000	1080p	60fps

Par exemple, pour une diffusion vidéo 1080p à 60 images par seconde, le débit binaire recommandé pour la plateforme Twitch se situe entre 4 500 et 6 000 kbps⁵.

3/ https://www.ssi.gouv.fr/uploads/2015/03/NP_Guide_DDoS.pdf

4/ Par exemple 240p = 240 lignes de résolution, 1080p : 1080 ligne de résolution... Le nombre de colonne étant dépendant du format de sortie (16/9, 4/3...)

5/ <https://twitch-overlay.fr/quelle-connexion-internet-choisir-pour-streamer-sur-twitch/>

ORGANISER EN SITUATION DE COVID-19



ATTENTION : les informations de cet article, rédigé en septembre 2020, sont diffusées à titre indicatif et ne se substituent pas aux recommandations officielles. La situation sanitaire évoluant constamment, il est nécessaire de consulter le site mis en place par le gouvernement [Info Coronavirus COVID-19](#) et de prendre contact avec la préfecture du lieu de la compétition pour valider votre protocole en accord avec les recommandations légales au moment de son déroulement.

PRINCIPES GÉNÉRAUX DE PRÉVENTION DU RISQUE COVID-19

1. Rappeler et faire respecter les gestes barrières.
2. Aération régulière des locaux.
3. Mise à disposition de gel hydroalcoolique.
4. Port du masque pour toutes les personnes de plus de 11 ans.

5. Maintien d'une distance minimum d'un mètre entre les personnes (marquage au sol, cloison de protection...).
6. Privilégier l'utilisation de périphériques et accessoires de jeux personnels. À défaut, assurer une désinfection entre chaque utilisateur.
7. Tenue d'un relevé des personnes présentes.
8. Désignation pour chaque événement d'un référent Covid qui aura la charge d'assurer le suivi et la mise en œuvre de ces mesures.

ACCUEIL ET SENSIBILISATION DU PUBLIC

Réservation, billetterie

- La réservation en ligne, pour les joueurs et les visiteurs, doit être favorisée. Les systèmes qui permettent l'impression des billets par le public, ou l'envoi des billets par mail, sont les plus à même d'éviter un attroupement à la billetterie lors de l'ouverture.
- Les comptoirs de billetterie doivent être équipés chaque fois que cela est

possible de plaques de plexiglas. À défaut, les salariés peuvent être équipés de visières en plus de masques.

- Les salariés au contact du public doivent être équipés de masques.

Accès au lieu, sécurité, contrôle des billets

- La distanciation commence aux abords de l'établissement. Dans le cas où une attente serait nécessaire devant les portes, il est recommandé de veiller à organiser cette attente (notamment par des files), de façon à ne pas gêner les circulations piétonnes, et à ne pas provoquer de regroupement.
- La multiplication des portes d'entrées, chaque fois que possible, permet de faciliter l'installation du public dans la salle. Il est indispensable de ne pas

ouvrir les portes au dernier moment afin d'éviter les files d'attente et les congestions.

- L'accès au lieu est réservé aux spectateurs munis d'un masque, à l'exception des enfants de moins de 11 ans pour lesquels le port du masque ne peut être imposé. Il est nécessaire d'informer le public par l'affichage de ces mesures. L'entrée du lieu peut être refusée aux spectateurs n'étant pas munis de masques. L'organisation peut éventuellement prévoir la distribution de masques à l'entrée.
- Des solutions hydroalcooliques doivent être disponibles à chaque entrée du lieu et aux principaux points de passage.
- Quand le contrôle des billets n'est pas réalisé au moyen de douchettes, il peut être effectué de façon adaptée, soit

par un simple contrôle visuel, soit en demandant aux spectateurs de déchirer eux-mêmes leur billet sous le contrôle du personnel de salle.

Information du public

De façon générale, il est indispensable de fournir au public la totalité des informations détaillant les mesures qui sont mises en place pour les accueillir dans de parfaites conditions de sécurité sanitaire. Ces informations ont pour but de rassurer les participants qui pourraient redouter la propagation du virus, mais aussi de leur permettre de respecter les consignes qui sont mises en place dès leur arrivée sur site (ex : port obligatoire du masque).

- Toutes les informations utiles relatives aux mesures sanitaires mises en place seront communiquées aux participants avant l'événement. Cette communication peut notamment passer par le site internet de l'événement ou une newsletter ;
- Des affichettes doivent également être prévues dans les espaces d'information stratégiques (notamment portes d'entrée, hall, sanitaires).

Ressources :

Informations officielles à propos de la COVID-19 : [Info Coronavirus COVID-19](#)¹

Outils et affiche officielle : [Coronavirus : outils de prévention destinés aux professionnels de santé et au grand public](#)²

¹ <https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus>

² <https://www.santepubliquefrance.fr/dossiers/coronavirus-covid-19/coronavirus-outils-de-prevention-destines-aux-professionnels-de-sante-et-au-grand-public>

Formation et équipement des bénévoles et des salariés

- Il est indispensable de sensibiliser l'équipe d'organisation aux règles sanitaires et de les impliquer pour faire respecter lesdites règles par le public ;
- L'organisation doit prévoir et fournir au staff les équipements nécessaires : masques, gel...

PRÉPARATION ET AMÉNAGEMENT

Nettoyage et propreté des locaux

- Effectuer le ménage et la désinfection avant et après chaque manifestation, de la salle, des sanitaires, des loges et des espaces communs. Vérifier dans le contrat de location si ce point est à la charge du propriétaire ou de l'organisation ;
- Durant la manifestation, effectuer un nettoyage quotidien des locaux avec les produits habituels. La plupart des désinfectants ménagers courants sont efficaces. Le nettoyage (ou la désinfection) des locaux doit être effectué en l'absence de public avec aération permanente des locaux. L'utilisation d'un aspirateur et/ou d'un balai doit être proscrite. Porter des gants.
- Définir également un plan de désinfection (au minimum deux fois par jour) des matériels régulièrement touchés en cours d'activité (sanitaires, tables de restauration, équipements de travail, poignées de portes, machines, équipements techniques, véhicules...).

Ventilation et contrôle de la climatisation

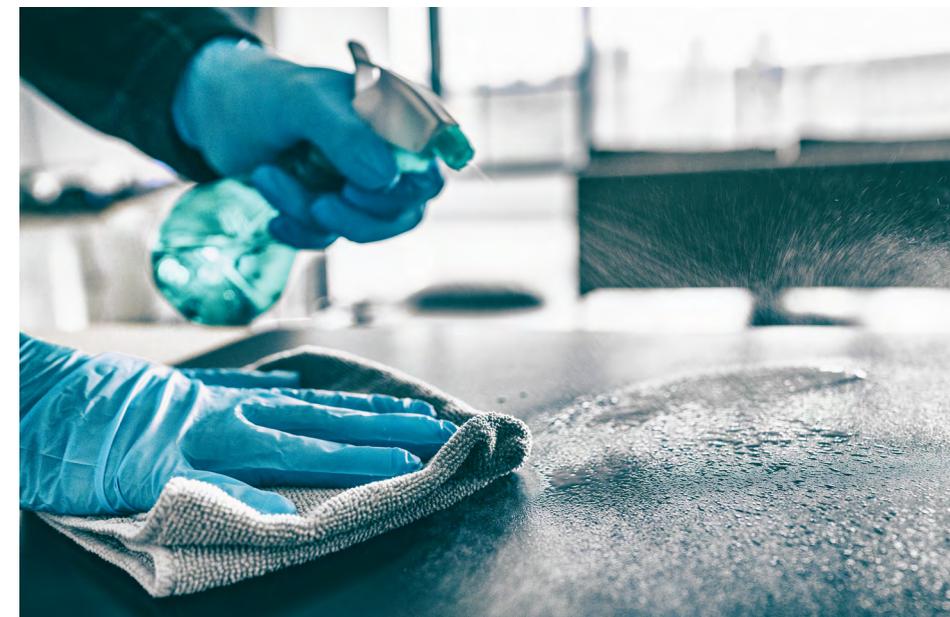
- S'assurer auprès du gestionnaire du lieu de l'événement que la maintenance et le nettoyage de la centrale de traitement d'air sont effectués conformément aux règles en vigueur ;
- Si possible, favoriser un fonctionnement de la centrale de traitement d'air (CTA) en "tout air neuf" durant l'événement.
- Penser à aérer régulièrement (toutes les trois heures) les pièces fermées et ce pendant au moins quinze minutes.

Ressource : [Ventilation et climatisation : quelles précautions prendre contre le Covid-19 en cas de fortes chaleurs ?](#)¹

¹ https://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/fiche_covid_19_-_canicule_ventilation_climatisation.pdf

Circulation des publics dans le lieu

- Il est indispensable d'organiser les espaces et les circulations pour éviter tout regroupement. Les participants qui ne font pas partie d'un même groupe de réservation (dans une limite de moins de dix personnes) doivent être distants d'au moins un mètre. Pour ce faire, il est recommandé qu'un marquage au sol soit mis en place chaque fois que nécessaire (file d'attente de la billetterie, toilettes, bar si ouvert, etc.)
- La circulation des publics pour accéder à la salle ou aux espaces collectifs doit être organisée de façon à ce que les publics ne soient pas amenés à se croiser dans des espaces étroits et dans le respect de la distanciation physique d'un mètre





entre deux personnes. Pour ce faire, une circulation en sens unique peut être mise en place. À défaut, un marquage au sol peut permettre de séparer les flux.

- Pendant la circulation des publics, il est recommandé de maintenir ouvertes un maximum de portes, afin d'éviter les manipulations, si cela est compatible avec les conditions de sécurité en vigueur dans la structure.
- Dans les cas où cela est possible, la/les porte(s) de sortie de l'établissement peut/peuvent être différente(s) de la/les porte(s) d'entrée, dissociant les flux.
- Les ascenseurs doivent être réservés aux personnes qui éprouvent des difficultés à monter les escaliers. Pour les petits ascenseurs (moins de 4 m²), une seule personne peut y monter à la fois (sauf dans le cas où les personnes concernées feraient partie du même foyer).

Fonctionnement des sanitaires

- La distanciation physique doit être respectée dans ces espaces, ce qui implique l'organisation de files d'attente, pour que le nombre de personnes ne dépasse pas le nombre de toilettes et/ou urinoirs.
- Les urinoirs doivent être espacés de plus d'un mètre ; à défaut, un urinoir sur deux doit être condamné.
- Il est recommandé de s'assurer que le public est en mesure de se laver les mains de façon adaptée, notamment grâce au renouvellement régulier des consommables (notamment savon, essuie-mains jetables). Les essuie-mains à usage unique doivent être privilégiés à l'utilisation de sèche-mains à air pulsé, et les essuie-mains en tissu sont à proscrire.

Commerces et restauration

- Installer des vitrines en plexiglas pour les points de vente si la mesure de distanciation physique ne peut être tenue avec le client.
- Identifier la distance d'un mètre par un marquage au sol, notamment pour espacer les caisses et organiser la file d'attente.
- Encourager le paiement par carte et sans contact lorsque cela est possible.
- Se nettoyer les mains fréquemment de manière adaptée à l'affluence et si un risque de contamination évident est suspecté.
- Privilégier le lavage des mains régulier à l'eau et au savon, ou solution hydro-alcoolique au port des gants dont le risque de mésusage est jugé important.
- Les personnes accueillies doivent avoir une place assise, et une même table ne peut regrouper que des personnes venant ensemble ou ayant réservé ensemble, dans la limite de dix personnes. Une distance minimale d'un mètre est garantie entre les tables occupées par chaque personne ou groupe de personnes venant ensemble ou ayant réservé ensemble.
- Privilégier la nourriture emballée pour faciliter l'application des mesures de précautions sanitaires.

Ressource : [Fiches conseils métiers salariés et employeurs - coronavirus](#)¹

^{1/} <https://travail-emploi.gouv.fr/le-ministere-en-action/coronavirus-covid-19/protection-des-travailleurs/article/fiches-conseils-metiers-et-guides-pratiques-pour-les-salaries-et-les-employeurs>

Désinfection régulière

- Les sols doivent être nettoyés chaque jour.
- Certaines surfaces plus sujettes à des contacts avec les mains doivent faire l'objet d'une désinfection simple au moins une fois par jour : poignées de porte, interrupteurs, mobilier (surface de tables, bureaux...), robinetterie, etc.
- Concernant les périphériques/accessoires de jeux, il convient d'éviter si possible le partage entre participants sans désinfection préalable.
- Le nettoyage (ou la désinfection) des locaux doit être effectué en l'absence de public avec aération permanente des locaux. L'utilisation d'un aspirateur ou d'un balai doit être proscrite. Porter des gants.
- Le nettoyage des sols : réaliser un nettoyage humide. Utiliser un produit détergent de nettoyage de qualité A+ (faible émission en ce qui concerne la qualité de l'air).
- Désinfection des surfaces spécifiques (poignées de porte, interrupteurs, mobilier fréquemment utilisé, etc.) : utiliser soit de l'eau de javel diluée (1 litre d'eau de javel à 2,6 % + 4 litres d'eau froide), soit un produit virucide répondant à la norme NF 14476 ou encore des lingettes désinfectantes actives contre les virus en référence à la norme NF 14476. Attention à utiliser un produit compatible avec la surface à désinfecter.
- Utiliser un matériel différent pour les sanitaires.
- Laisser sécher avant ouverture des locaux au public.

FINANÇER UN ÉVÉNEMENT

Avant de commencer à démarcher les différents partenaires potentiels, il est important de bien connaître les besoins de son événement (financier et matériel) ainsi que ce qu'il peut apporter aux partenaires.

AIDES PUBLIQUES & SUBVENTIONS

L'État et les collectivités locales peuvent apporter leur soutien à votre projet sportif. Quelques points à considérer pour toute demande de soutien :

- Le soutien sollicité peut être en nature (local, équipements, services...) ou en numéraire sous forme de subvention.
- Bien définir le projet, dates, lieu, description, budget...
- Définir la structure porteuse du projet. Plutôt une structure associative, à but non lucratif, même si la collectivité peut parfois soutenir une structure à but lucratif.
- Bien veiller à l'existence juridique de cette structure porteuse, munie d'un SIRET et d'un organe de gestion la représentant (au

minimum président et trésorier).

- Définir précisément ses besoins, qu'ils soient en nature ou en numéraire. Rien de pire qu'une demande de subvention sans requête précise.
- Attention, le budget prévisionnel de votre opération doit être présenté **À L'ÉQUILIBRE!** Un projet avec un solde prévisionnel négatif à peu de chance d'être retenu.

Il existe un modèle de demande de subvention disponible en ligne et utilisable auprès de toutes les collectivités : [Association : demande de subvention \(Formulaire 12156*05\) | service-public.fr¹](https://www.service-public.fr/12156*05).

Sources de subventions État, région, département, ville qui accueillent l'événement.

La ville peut également mettre à disposition de l'organisation une salle ou des moyens techniques.

¹/ <https://www.service-public.fr/associations/vosdroits/R1271>

PARTENARIAT & SPONSORING

Basé sur l'échange de contreparties, les partenaires peuvent vous permettre de financer votre événement.

Les contreparties du partenaire peuvent prendre la forme d'une somme d'argent, de matériel, de dotations pour les tournois/concours/animations ou encore de visibilité en fonction de son domaine d'activité. Cependant, beaucoup d'éditeurs ne souhaitent pas s'associer à certains partenaires dont les valeurs sont contraires à l'image de leur marque (alcool, tabac, betting, contenu pour adultes...). Ces éditeurs refusent d'autoriser la tenue de compétition si ces partenaires sont présents.

En échange, votre événement offre de la visibilité à la marque partenaire. Cette visibilité se fait :

- À travers les supports de communication de l'événement (affichage urbains, dossiers de presse, flyers...).
- Sur les supports de communication présents sur le lieu de l'événement (PLV, placement de produits, mur de sponsors...).
- En ligne (réseaux sociaux, stream, site web...).
- Ou encore à travers la possibilité d'installer un stand de la marque sur le lieu de l'événement.

Tous les partenaires n'apporteront pas la même chose, la visibilité qui leur est offerte doit être proportionnelle à la valeur de ce qu'ils apportent. C'est pourquoi il

est intéressant d'établir une hiérarchie des différents niveaux de partenariat (ex : Partenaire Premium/Gold/Silver/Bronze). Chaque niveau représente un niveau d'investissement du partenaire et un niveau de visibilité offert par l'événement.

→ Juridique : faire signer un contrat par les deux parties concernant les obligations de chacun.

→ Le contrat présente au moins :

- Les parties prenantes.
- L'objet du contrat.
- Les obligations de chaque partie.
- Sa durée.
- Les conditions de résiliation.
- La gestion des litiges.

Document de commercialisation/Dossier partenaire

Avant tout, il faut élaborer un document de commercialisation de l'événement qui va servir de support de négociation avec les partenaires potentiels. Ce document doit être esthétique et synthétiser tout ce que le partenaire doit savoir sur l'événement, ce qu'il va apporter à sa marque et donc lui donner envie de signer un contrat de partenariat.

Le document de commercialisation peut contenir :

- Une présentation de l'organisation.
- Bilan de l'édition précédente/Présentation de l'événement.
- Les différents niveaux de partenariat ainsi que la visibilité offerte pour chaque palier.
- Les offres à destination des exposants.
- Toutes les autres offres.

TICKETING

Les prix de vente des tickets pour les slots aux tournois, du manager et des visiteurs sont aussi à prendre en compte lors du financement de l'événement. Les tarifs annoncés

dépendent notamment de l'ampleur de l'événement et de sa notoriété. Certains événements proposent des tarifs réduits, "early-bird", pour ceux qui achètent leurs places bien en amont de l'événement pour faciliter

le remplissage des tournois.

→ Faites attention aux **contraintes des éditeurs**¹.

¹/<https://www.france-esports.org/le-guide-de-lorganisateur-les-aspects-legaux/>

Rappel :

- Si l'organisation est soumise à la TVA, il faudra appliquer le taux de TVA normal au prix de vente.
- Les tournois online sont forcément gratuits.

	ANNÉE DE CRÉATION	CONTENU ADDITIONNEL*	NOMBRE DE JOUEURS*	NOMBRE DE TOURNOIS*	NOMBRE DE VISITEURS*	ENTRÉE PAR JOUEUR*	ENTRÉE VISITEUR*	
Gamers Assembly	2000	Salon	2500	22	24 000+	PC : 50€ Console : 25€ Manager : 25€	1 jour : 7€ 3 jours : 15€	Gamers Assembly
MaXlan	2002	Salon	650	6	3 000	15€	0€	MaXlan
PxL LAN	2004	Animations Salon (pas de LAN)	150 /	2 /	/ 3 000+	Joueurs : 30 à 35€ /	/ 4€	PxL LAN
Stunfest	2005	Conférences, salon	900	21	13 000	1 tournoi : 2 à 10€ Pass 1 jour : 15 à 17€ Pass 3 jours : 25 à 50€	1 jour : 15 à 25€ 3 jours : 30 à 50€	Stunfest
Epsilon	2008	Animations	240	1	150	Joueurs : 36 à 40€ Manager : 15€	5€	Epsilon
Lyon Esport	2011	Salon	600+	3	16 000+	Joueur : 35€ Manager : 35€	1 jour : 10€ 3 jours : 25€	Lyon Esport
Dreamhack Tours	2015	DH Open, salon	800	7	10 000	PC : 65€ Console : 45€ Manager : 50€	1 jour : 15€ 3 jours : 39€	Dreamhack Tours
Occitanie Esports	2018	Salon et finale de l'ESL Pro league (CSGO)	800	7	10 000+	PC : 50€ Console : 25€ Manager : 40€	1 jour : 10€ 3 jours : 20€ Accès ESL Pro league : 25 à 100€	Occitanie Esports
La Catalane	2019	Salon, tournois jeux de cartes	400+	6		Manager : 15€	1 jour : 7€ (8 sur place) 2 jours : 10€ (12 sur place)	La Catalane

*lors de la dernière édition

LES ASPECTS LÉGAUX

Si vous avez des questions après la lecture de cette 2^e partie du guide de l'organisateur, ou si vous souhaitez rejoindre l'équipe de rédaction, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse mail suivante : guides@france-esports.org.

INSCRIPTIONS PAYANTES OU GRATUITES

L'organisation de compétitions de jeux vidéo est encadrée par la loi, et précisément par le Décret n° 2017-871 du 9 mai 2017 relatif à l'organisation des compétitions de jeux vidéo¹. De ce fait, plusieurs points sont à prendre en compte pour les organisateurs de compétitions.

Dans la construction du financement de votre événement, la **présence de droits d'inscription pour les joueurs revêt une importance capitale**, car elle implique un mécanisme obligatoire : il faut que tout l'argent généré par la vente de ces droits d'inscription des joueurs soit reversé dans la compétition.

¹ <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/5/9/EC-F1709990D/jo/texte>

Notez que **les tournois online sont forcément gratuits** : il est illégal d'organiser des tournois online payants en France, c'est-à-dire avec des frais d'inscription pour les participants.

Les paramètres à prendre en compte dans l'organisation de votre compétition :

Si vous souhaitez ouvrir votre compétition au public, plusieurs éléments sont clairement définis par la loi sur le Formulaire de déclaration d'une compétition de jeu vidéo².

La totalité des frais d'inscription perçue auprès des joueurs ne saurait dépasser les coûts d'organisation de la compétition. En clair, il est interdit de faire du bénéfice avec les frais d'inscription. Ils doivent financer la tenue de la manifestation, mais pas plus.

Le décret précise ce qu'il faut entendre par :

Droits d'inscription des joueurs : « *L'ensemble des frais payés par les joueurs aux organisateurs pour prendre part à la compétition* »

² <https://www.interieur.gouv.fr/content/download/102543/808676/file/formulaire-declaration-competition-jeux-video-v-1.pdf>

Coûts d'organisation de la compétition :

- Les dotations aux amortissements des immobilisations créées ou acquises à l'état neuf et affectées directement à l'organisation de la compétition ;
- Les dépenses de personnel relatives aux salariés des organisateurs affectés directement à l'organisation de la compétition ;
- Les autres dépenses de fonctionnement, pour leur quote-part affectée à l'organisation de la compétition. Ces dépenses comprennent les achats de matières, fournitures et matériels, les loyers des locaux utilisés, les frais d'entretien et de réparation afférents à ces locaux, les frais de voyage et de déplacement exposés par les organisateurs ;
- Les dépenses exposées pour l'organisation de la compétition et résultant de prestations confiées à d'autres entreprises ou organismes, dans des conditions normales de marché ;
- Les contributions volontaires en nature ;
- Les dépenses de communication et de

promotion directement liées à l'organisation de la compétition et les frais liés à la retransmission de la compétition, quels que soient les médias utilisés, à la charge de l'organisateur ;

- Les lots et les gains mis en jeu par les organisateurs pour la compétition.

Par ailleurs, il existe une obligation supplémentaire : **si le montant total des gains et des lots mis en jeu (cash prize ou toute autre forme de récompense) de votre compétition dépasse les 10 000€, il faut en garantir le bon versement en justifiant de l'existence de la somme (« justificatif de la détention d'une sûreté, d'une fiducie, d'une assurance ou d'un compte sous séquestre »).**

À noter également que **la participation des mineurs de moins de 12 ans à ces compétitions est interdite et que celle des mineurs de moins de 16 ans est strictement encadrée**.¹

¹ <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/5/9/EC-F1709990D/jo/texte>



DÉCLARER SON ÉVÉNEMENT

Depuis 2017 et l'entrée en vigueur du [décret n°2017-871 du 9 mai](#)¹, les organisations doivent déclarer leurs compétitions de jeux vidéo au ministère de l'Intérieur. Il s'agit ici **uniquement des compétitions dans un lieu physique, dotées d'un gain (monétaire, financier, ou sous forme de lots) et nécessitant des frais d'inscription pour les participants.**

En cas d'absence de déclaration ou de déclarations incomplètes, les organisations s'exposent à une amende. Les déclarations seront vérifiées par des agents du ministère.

La démarche expliquée ci-dessous doit être effectuée **au plus tard 30 jours avant le début de l'événement.**

Toute la démarche est à réaliser en ligne : [Télécharger le formulaire officiel à remplir](#)².

9. Compléter le formulaire.
10. Envoyer le formulaire à l'adresse : scsj-esport@interieur.gouv.fr avec une copie d'un titre d'identité valide de l'organisation ou du responsable légal de la structure organisatrice.

Un accusé de réception devrait vous être adressé par la suite vous confirmant la prise en compte de votre déclaration, ou, le cas

¹ <https://www.entreprises.gouv.fr/numerique/conditions-d-organisation-des-competitions-de-jeux-video>

² <https://www.interieur.gouv.fr/content/download/102543/808676/file/formulaire-declaration-competition-jeux-video-v-1.pdf>

échéant, d'une demande d'informations supplémentaires.

Pour rappel, **si le montant total des gains est supérieur à 10 000€, les organisations doivent justifier de l'existence d'un instrument ou mécanisme garantissant leur reversement en totalité.** Dans ce cas, les organisations doivent fournir, en complément de la déclaration mentionnée, le justificatif de la détention d'une sûreté, d'une fiducie, d'une assurance ou d'un compte sous séquestre.

Dans l'hypothèse où les frais réels payés par les joueurs dépasseraient les coûts réels d'organisation de la compétition, l'organisation devra en notifier le Service Central des Courses et Jeux (SCCJ) au plus tard un mois après la fin de la compétition. Mais cela reviendrait à considérer l'événement comme illégal par sa forme et pourrait conduire à son annulation, le remboursement des lots et de la billetterie, et d'éventuelles poursuites contre l'organisation. En cas de succès imprévu de leur compétition : exemple de vingt participants de plus que ceux initialement prévus, il est du devoir de l'organisation d'augmenter en proportion les récompenses (cash prize ou lots) pour conserver le ratio requis entre coûts d'organisation et frais d'inscription. Ainsi, la conformité de l'événement face à la loi sera respectée et aucun participant ne portera de réclamation si le cash prize ou les lots sont plus élevés que ceux initialement annoncés.

CAS DES COMPÉTITIONS EN LIGNE

Si vous souhaitez organiser une compétition sportive en ligne ouverte au public, la loi du 7 octobre 2016 pour une République numérique a précisé les conditions d'organisation des compétitions de jeux vidéo en ligne ainsi que la participation des mineurs à ces compétitions.

Une compétition sportive est dite "en ligne" lorsque les participant.e.s se trouvent à distance et jouent grâce à une connexion à internet. Une compétition sportive est dite "physique" lorsqu'elle réunit les participant.e.s dans un même lieu de manière concomitante. Une compétition sportive peut également être hybride et proposer une phase qualificative en ligne suivie de phases finales physiques.

Les compétitions sportives en ligne sont soumises aux mêmes règles et normes que les compétitions sportives physiques à l'exception des deux points suivants fondamentaux :

- Il est interdit de faire payer la participation des joueuses et joueurs. En effet, les coûts d'acquisition du jeu utilisé pour la compétition ou de connexion à internet constituent les seuls frais payés par les joueurs pour y participer.
- Si la compétition est hybride, les obligations déclaratives s'appliquent uniquement sur la partie physique de la compétition. Pour

rappel, le manquement à ces obligations déclaratives est puni d'une contravention de 4^e classe.

ÂGE ET PEGI

Il est courant que des mineurs souhaitent participer aux compétitions sportives. Si les organisations souhaitent accueillir des mineurs dans leurs tournois, plusieurs règles sont à suivre :

- Autoriser les mineurs à participer à votre compétition.

Pour permettre la participation d'un joueur mineur à une compétition de jeux vidéo, **une autorisation écrite d'un responsable légal est obligatoire**¹ et doit être accompagnée d'une copie d'un titre d'identité valide. Elles doivent être communiquées aux organisations avant le début de l'événement.

Les organisations ont le devoir de **conserver les autorisations parentales et les copies des titres d'identité durant un an** suivant l'événement et ont l'obligation de les présenter aux autorités s'ils en formulent la demande.

Attention, si la compétition offre une récompense monétaire :

- Elle est **interdite aux participants de 12 ans et moins** (article R321-44).
- Elle nécessite la mise sous séquestre des gains à la Caisse des dépôts et consignation, pour les gagnants âgés de 13 à 16 ans.

¹ voir ANNEXE AVEC MODÈLE Télécharger un modèle générique d'autorisation parentale



Les normes PEGI³

Pour ce dernier point, il est nécessaire de contacter le pôle régional de la Caisse des dépôts et consignations correspondant à votre événement sur le site de la La Banque des Territoires¹. Le manquement à ces obligations de contrôle et de conservation des justificatifs susvisés et/ou le fait de laisser un mineur de moins de 12 ans participer à des compétitions offrant des récompenses monétaires sont pénalement répréhensibles (contravention de 5^e classe).

- Si la compétition n'offre pas de récompense monétaire :

Concernant l'âge des participant.e.s et notamment des mineurs² de moins de 16 ans et 12 ans, nous vous invitons à vous référer au texte général relatif à l'organisation de compétition sportive. Il est aussi fortement recommandé de respecter les normes PEGI en vigueur.

¹/ <https://www.banquedesterritoires.fr/directions-regionales>

²/ https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?sessionId=40AD9105642D3BFD3C92594A7E092C62.tplgfr44s_2
³/ <https://pegi.info/fr>

- Respecter les normes PEGI

Le Pan European Game Information (PEGI) est le système de classification par âge des jeux vidéo par rapport à leur contenu. Grâce au PEGI, les consommateurs disposent d'une information claire sur le contenu des jeux vidéo et l'âge recommandé pour y jouer.

Généralement les éditeurs limitent la participation des mineurs aux compétitions en fonction du PEGI. De son côté, France Esports vous recommande d'appliquer cette limitation de manière générale pour tous les jeux.

En ce qui concerne la diffusion en streaming de vos compétitions, il n'existe pas de restriction concernant l'âge des spectateurs. Néanmoins, dans un souci de responsabilité, il est préférable de communiquer le PEGI. Cela peut se faire sous plusieurs formes : indiquer le PEGI lors de la diffusion ou bien le mettre en avant en début de chaque match.

ÂGE DES PARTICIPANT.ES	COMPÉTITION AVEC RÉCOMPENSES MONÉTAIRES	COMPÉTITION SANS RÉCOMPENSES MONÉTAIRES
Moins de 12 ans	Interdit	Autorisé (PEGI)
Entre 12 et 15 ans	Autorisation parentale nécessaire & mise sous séquestre des gains	Autorisé (PEGI)
Entre 16 et 17 ans	Autorisation parentale nécessaire	Autorisé (PEGI)
Au-delà de 18 ans	Autorisé	Autorisé

- Ci-dessus un tableau résumé des situations de participation des mineurs selon leur âge.

- Pour aller plus loin

Si l'information à destination des enfants et de leurs parents vous tient à cœur, France Esports vous invite à diffuser plus largement des messages de sensibilisation autour du jeu vidéo. En lien avec le collectif PédagoJeux (<https://www.pedagojeux.fr/>), dont la mission principale est d'informer les parents sur les différentes pratiques du jeu vidéo, nous vous proposons de mettre à disposition de votre public des fiches pratiques¹ qui abordent de nombreuses problématiques auxquelles les parents sont parfois confrontés.

Vous pouvez également adresser vos demandes directement au référent Esport du ministère de l'Intérieur à l'adresse suivante : sccj-esport@interieur.gouv.fr

¹/ <http://www.pedagojeux.fr/accompagner-mon-enfant/le-jeu-video-parlons-en-pedagojeux-lance-une-collection-de-fiches-pratiques/>

LICENCES

Les propriétaires des jeux vidéo sont leurs éditeurs. Ils sont en droit d'interdire à n'importe quel organisme d'utiliser leurs jeux vidéo ou n'importe quelle propriété intellectuelle liée à ces derniers. Chaque éditeur possède une politique différente concernant l'attribution d'autorisations aux organisations tiers (licences) suivant leurs jeux vidéo.

Les organisations ont obligation de suivre les réglementations et consignes spécifiques à chaque jeu et mises à disposition par les éditeurs. Dans le cas contraire, il s'agit d'un acte de contrefaçon au sens du code de la propriété intellectuelle et les organisations peuvent s'exposer à des poursuites judiciaires au Civil ou au Pénal.

Nombreux sont les cas où des organisations se sont vu refuser l'utilisation d'un jeu lors d'une compétition. Il est nécessaire d'anticiper cette problématique le plus tôt possible.

À travers ce guide, France Esports vous propose une liste non-exhaustive des consignes d'un échantillon d'éditeurs quant à l'utilisation de leur(s) jeu(x) en compétition par une organisation tierce. À noter qu'il peut arriver qu'aucun distingo ne soit fait entre compétition en ligne et compétition physique.

La grande variété de jeux et d'éditeurs différents rend ardue la présentation sur une même page de toutes les consignes. Ainsi, France Esports conseille aux organisations de se renseigner sur l'attribution des licences à chaque fois : les consignes peuvent changer d'une année à l'autre pour un même jeu. À noter enfin que certains éditeurs entretiennent un certain flou autour de l'attribution de leur licence.

La liste ci-dessous comprend quelques exemples de guidelines instaurées par certains éditeurs :

Activision Call of Duty®

Guidelines :

Nécessite une demande (en anglais) à envoyer à codeventrequests@blizzard.com avec :

- Une présentation de l'événement (nom, dates et lieu) ;
- Le montant des récompenses financières ;



- Le coût de l'inscription ;
- Les sponsors potentiels.

Blizzard Hearthstone, StarCraft, Starcraft II, Overwatch, World of Warcraft, Warcraft, Heroes of the Storm

Guidelines :

Les conditions d'octroi des licences sont résumées ci-après, mais sont susceptibles de changer.

Pour faire les demandes de licence et vérifier les conditions applicables à cette date, rendez-vous sur [le site de l'éditeur](#)¹.

Les dotations* sont le total des compensations sous forme de récompenses, de prix en argent et du remboursement de frais de voyage, ainsi que des cachets versés par les organisateurs et les sponsors aux joueurs, aux équipes et à leurs propriétaires.

Hearthstone®

Licence communautaire

- Dotations et cachets inférieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations* de vos événements Hearthstone dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne, mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser vos tournois à la télévision.

¹ <https://communitytournaments.blizzarddesports.com/fr-fr/>

- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
- Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$
- Total des dotations de vos événements Hearthstone dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

¹ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>



Heroes of the Storm®

Licence communautaire

- Dotations* et cachets inférieurs à 10 000 \$
- Total des dotations* de vos événements Heroes of the Storm dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision.
 - Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
 - Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour



promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations de vos événements Heroes of the Storm dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

Overwatch®

Licence communautaire

- Un événement unique et indépendant.
- Moins de 10 000 \$ en prix et en cachet.
- Moins de 1 000 \$ de sponsor.
- Total des dotations de vos événements Overwatch dans les douze mois inférieur à 50 000 \$.
- Le nom du tournoi contient « communautaire ».
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés

1/ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>



par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision et il ne doit pas être diffusé en même temps que la diffusion de matchs de l'Overwatch League ou de matchs d'autres événements Blizzard officiels par l'Overwatch League ou Blizzard.

- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
- Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.²

Licence personnalisée

- Dotations* et cachets supérieurs à 10 000 \$
- Total des dotations* de vos événements Overwatch dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 1 000 \$

2/ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>

StarCraft®

Licence communautaire

- Dotations* et cachets inférieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations* de vos événements StarCraft dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision.
 - Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, Tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
 - Toute utilisation des logos ou des



marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations de vos événements StarCraft dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

StarCraft® II

Licence communautaire

- Dotations* et cachets inférieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations* de vos événements StarCraft II dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas

1/ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>



excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision.

- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
- Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations de vos événements StarCraft II dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

Warcraft® III

Licence communautaire

- Dotations* et cachets inférieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations* de vos événements Warcraft III dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.

1/ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>

- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :

- Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision.
- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
- Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations de vos événements Warcraft III dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.



- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

World of Warcraft®

Licence communautaire

- Dotations* et cachets inférieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations* de vos événements World of Warcraft dans les douze mois, inférieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 10 000 \$.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - Vous pouvez diffuser votre tournoi en ligne mais le total des revenus générés par cette retransmission ne doit pas excéder 100 000 \$. Vous ne pouvez pas diffuser votre tournoi à la télévision.
 - Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : pornographie (ou contenu pour adultes), alcool, tabac ou cigarettes, armes à feu, sites de jeux d'argent, ou toute société dont l'activité porte atteinte au commerce de Blizzard (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu, vente de clés d'authentification).



- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Blizzard pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos Blizzard Entertainment.¹

- [Voir la licence entièrement](#)

Licence personnalisée

- Dotations et cachets supérieurs à 10 000 \$.
- Total des dotations de vos événements World of Warcraft dans les douze mois, supérieur à 50 000 \$.
- Contribution des sponsors d'une valeur supérieure à 10 000 \$.

Capcom

Street Fighter®

Guidelines :

Nécessite le remplissage [d'un formulaire de demande en ligne](#).²

À noter qu'il s'agit également d'une demande de support de la part de Capcom qui peut répondre à des demandes très spécifiques.

1/ <https://www.blizzard.com/fr-fr/legal/38fd0408-8431-469a-99bc-2cd9eb9462c8/recommandations-concernant-l-usage-des-marques-blizzard-entertainment>

2/ https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfFMwhVqPdd-nF7mhcfERcWUlteh7CvT7LByRfs_hGamTP07w/viewform



Epic Games Fortnite®

L'éditeur propose une licence imposant certaines restrictions dont notamment :

- Des dotations et cachets* inférieurs à 25 000 \$.
- Une contribution* des sponsors d'une valeur inférieure à 25 000 \$.
- L'événement ne dure pas plus de trois jours consécutifs et vous n'organisez pas plus d'un événement par semaine.
- Des restrictions supplémentaires s'appliquent notamment :
 - L'accès à votre événement ou à son visionnage ne doit pas être payant.
 - La diffusion télévisuelle de votre événement est interdite.
 - Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants ; et l'organisateur ne peut inclure ou promouvoir des contenus où figurent les types de produits suivants :
 - Pornographie (ou contenu pour adultes) ;
 - Alcool ;
 - Drogue ou accessoires facilitant la consommation de drogue ;



- Tabac ou produits liés au tabac, dont cigarettes électroniques ;
- Armes à feu ;
- Toute activité dont le contenu est discriminatoire, apparenté à du harcèlement ou haineux ;
- Toute activité dont que les pratiques peuvent porter atteinte à l'image d'Epic Games ;
- Candidats politiques ;
- Contenu ou programme religieux ou basé sur la foi ;
- Services téléphoniques payants ;
- Produits de jeu d'argent, loteries et paris ;
- Toute société dont l'activité porte atteinte au commerce d'Epic Games (piratage, services de vente d'or, vente de comptes de jeu...).
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées d'Epic Games pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos.¹
- **Voir la licence entièrement**²

Si votre événement respecte bien les conditions ci-dessus, et qu'il nécessite l'accès à un match privé, il vous faut demander séparément une clé de match privé à l'adresse email suivante : TournamentRequests@epicgames.com

* Le calcul de la rémunération ou des contributions fournies en rapport avec tout événement,

1/ <https://cdn2.unrealengine.com/Fortnite+Esports%2Fevents%2FThirdPartyEventsr1-3ee6e62a0f8b9716ce893fd3e077965421e04cc.pdf>

2/ <https://cdn2.unrealengine.com/Fortnite+Esports%2Fevents%2FEpic---Fortnite-Event-License-Terms-%2B05.24.19%29-fre-7759d552ec1b3b1a0d1c-f7a738b4d0799423d95c.pdf>

tous les éléments de valeur (en espèces ou autre) seront comptabilisés, y compris la rémunération payée ou les contributions fournies sous forme de récompense monétaire, bourses, salaires, prix en nature (comme l'équipement ou le matériel de jeu), voyages et frais d'hébergement, vêtements ou marchandises fournies par le sponsor et primes d'apparition.

Riot Games League of Legends®, Teamfight Tactics®, Valorant®

League of Legends

Licence communautaire

- Contribution des sponsors d'une valeur inférieure à 5000 €.
- Pas plus d'un événement par mois.
- License accordée par défaut sous réserve que l'événement ou le tournoi respecte les conditions suivantes :
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : éditeurs de jeux vidéo ou de console, jeux vidéo, médicaments, armes à feu, pornographie (ou contenu pour adultes), tabac ou produits dérivés du tabac, alcool (incluant les boissons non-alcoolisées vendues par des sociétés d'alcool) et produits dont la vente est



réglementée par la loi, sites ou places de marchés proposant des produits reconnus comme illégaux ou contrefaçons ou toute société dont l'activité porte atteinte aux règles de Riot Games, tous business liés au pari en ligne de sport et d'esport, jeux d'argent (incluant fantasy sports et esports), partis politiques ou causes politiques, organismes caritatifs à buts politiques ou religieux, cryptocurrencies.

- Le contenu diffusé par d'éventuels sponsors doit être PEGI 12.
- Le tournoi ne peut pas avoir une dénomination intégrant les mots « ligues », « championnat » ou tout autre terme laissant penser qu'il s'agit d'une compétition officielle.
- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
 - Dotations inférieures à 5000 €.
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Riot Games pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant l'usage des marques et des logos. <https://www.riotgames.com/en/press>
- Licence accordée pour une durée définie, révocable, non-exclusive, non-transférable ou sous-licenciable.
- L'obtention d'une licence ne donne droit à aucune exclusivité.

Licences personnalisées

- Les licences personnalisées concernent les événements dont les contributions des sponsors sont d'une valeur supérieure à 5000 €.
- Il existe deux types de licences personnalisées en fonction de la taille de l'événement.

Les licences sont payantes et obtenues sur demande uniquement à l'adresse esportsfrance@riotgames.com au moins six mois avant la date officielle prévue de l'événement.

- Possibilité de diffuser votre tournoi en ligne.
- Les conditions suivantes doivent être respectées :
 - Le tournoi ne doit pas coïncider avec la diffusion d'une compétition officielle locale, régionale ou internationale.
 - Pas de diffusion à la télévision.
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : éditeurs de jeux vidéo ou de console, jeux vidéo, médicaments, armes à feu, pornographie (ou contenu pour adultes), tabac ou produits dérivés du tabac, alcool (incluant les boissons non-alcoolisées vendues par des sociétés d'alcool) et produits dont la vente est réglementée par la loi, sites ou places de marchés proposant des produits reconnus comme illégaux ou contrefaçons ou toute société dont l'activité porte atteinte aux règles de Riot Games, tous business liés au pari en ligne de sport et d'esport, jeux d'argent (incluant fantasy sports et esports), partis politiques ou causes politiques, organismes caritatifs à buts politiques ou religieux, cryptocurrencies.
 - Le contenu diffusé par d'éventuels sponsors doit être PEGI 12.
 - Le tournoi ne peut pas avoir une dénomination intégrant les mots « ligues », « championnat » ou tout autre terme laissant penser qu'il s'agit d'une compétition officielle.
 - Aucune forme de paris ou de loterie ne

peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.

- Support technique et publishing de la part de Riot Games :
 - Whitelisting des IPs auprès de nos services techniques.
 - Accès aux serveurs tournois (live broadcast).
 - Accès à League Unlocked (champions et skins débloqués sur l'événement).
 - Promotion sur les outils de communication de Riot Games.
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Riot Games pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant **l'usage des marques et des logos**.
- Licence accordée pour une durée définie, révocable, non-exclusive, non-transférable ou sous-licenciable.
- L'obtention d'une licence ne donne droit à aucune exclusivité.

Teamfight Tactics®

Licence communautaire uniquement

Les licences sont obtenues sur demande uniquement à l'adresse esportsfrance@riotgames.com

- Aucun droit d'entrée ou de participation ne peut être demandé aux joueurs.
- Pas plus d'un événement par semaine.
- L'événement/tournoi devra respecter les conditions suivantes :
 - Le tournoi ne peut avoir pour partenaire une société qui vend ou promeut les types de produits suivants : éditeurs de jeux vidéos ou de console, jeux vidéos, médicaments, armes à feu, pornographie (ou contenu pour adultes), tabac ou produits dérivés du tabac, alcool (incluant les

boissons non-alcoolisées vendues par des sociétés d'alcool) et produits dont la vente est réglementée par la loi, sites ou places de marchés proposant des produits reconnus comme illégaux ou contrefaçons ou toute société dont l'activité porte atteinte aux règles de Riot Games, tout business liés au pari en ligne de sport et d'esport, jeux d'argent (incluant fantasy sports et esports), partis politiques ou causes politiques, organismes caritatifs à buts politiques ou religieux, cryptocurrencies.

- Le tournoi ne peut pas avoir une dénomination intégrant les mots « ligues », « championnat » ou tout autre terme laissant penser qu'il s'agit d'une compétition officielle.
- Possibilité de diffuser votre tournoi en ligne.
- Le tournoi ne doit pas coïncider avec la diffusion d'une compétition officielle locale, régionale ou internationale.
- Pas de diffusion à la télévision.
- Aucune forme de paris ou de loterie ne peut être associée au tournoi d'une quelconque manière.
- Dotations inférieures à 25000 €.
- Toute utilisation des logos ou des marques déposées de Riot Games pour promouvoir votre tournoi doit respecter les recommandations concernant **l'usage des marques et des logos**.



- Licence accordée pour une durée définie, révocable, non-exclusive, non-transférable ou sous-licenciable.
- L'obtention d'une licence ne donne droit à aucune exclusivité.

Note : ces informations sont données à titre indicatif et pourront être modifiées à tout moment et sans préavis. Les licences sont proposées à titre gratuit pendant la période de bêta, mais cela pourra être modifié une fois la bêta terminée.

Pour toute question relative à l'organisation de compétitions sur Valorant, l'éditeur a fourni un [guide explicatif](#).¹

Ubisoft

L'éditeur encourage l'organisation de tournois sur ses jeux esports et notamment *Tom Clancy's Rainbow Six : Siege* en proposant des licences communautaires et personnalisées en fonction du type et de la taille du tournoi concerné.

Certaines restrictions s'appliquent en termes de sponsoring, de diffusion de contenus, ainsi que de dotations et cachets.

^{1/} https://assets.contentstack.io/v3/assets/bltb-6530b271fddd0b1/bltfe8d84e5c8284c09/5e9748f36d0d9c325b210433/VALORANT_Community_Competition_Guidelines.pdf



Notamment, sans que cette liste ne soit limitative, la compétition que vous organisez ne peut en aucun cas promouvoir, être liée et/ou sponsorisée par une entité, entreprise ou organisation vendant, distribuant et/ou promouvant l'un ou l'autre des produits ou services suivants :

- Alcool et produits ou services associés ;
- Tabac, cigarettes y compris électroniques et tous produits ou services associés ;
- Armes et matériels associés ;
- Sites de paris et jeux en ligne ;
- Pornographie ou autres produits ou services associés.

Et de manière générale, la compétition ne peut être liée, directement ou indirectement, à toute entité, entreprise ou organisation qui, à la discrétion d'Ubisoft, serait considérée comme portant atteinte aux activités et/ou à l'image et/ou à la réputation d'Ubisoft.

Pour connaître plus amplement ces restrictions et savoir quel type de licence s'applique au tournoi que vous souhaitez organiser en France, Ubisoft vous invite à contacter directement l'équipe sport avec une présentation détaillée de votre projet à l'adresse suivante : competitionsfrancaises@ubisoft.com

Electronic Arts

Directives des compétitions communautaires

EA apprécie la passion que les joueurs et les membres de la communauté montrent à l'égard de ses jeux. Les membres de ses communautés demandent souvent s'ils peuvent organiser une compétition sans but

lucratif pour illustrer leur passion pour le jeu. EA n'est pas contre l'utilisation de jeux vidéo EA lors d'une compétition organisée par des membres de la communauté, tant que ces derniers se conforment aux directives suivantes

À l'échelle de la communauté et sans but lucratif : les compétitions communautaires sont tout simplement des événements à but non lucratif et à petite échelle destinés à des joueurs qui partagent une même passion, et ne sont destinées en aucun cas à faire la publicité ou la promotion d'un produit ou d'une marque. EA est conscient que l'organisation de votre compétition peut engendrer des coûts. Toute ambition de génération de revenus (frais de participation, financements de partenaires) ne doit viser qu'à couvrir les coûts d'organisation et en aucun cas à générer un bénéfice commercial, et la taille de la compétition doit être telle qu'elle ne dégage pas plus de 10 000 \$ de revenus pour couvrir de tels coûts. La dotation globale (valeur) ne doit pas excéder 2 500 \$ américains (ou l'équivalent en monnaie locale). L'éditeur ne s'oppose pas à la retransmission en direct de votre compétition communautaire, mais vous ne pouvez pas diffuser à la télévision.

Non affiliation à EA : vous devez faire apparaître clairement la mention suivante sur le site Internet de votre compétition et sur tous ses supports : « Cette compétition n'est pas associée ou sponsorisée par Electronic Arts Inc. ou ses bailleurs de licence. » Ne faites pas la promotion de votre compétition ou du site Internet de votre compétition d'une manière qui pourrait suggérer que votre compétition

ou le site Internet de votre compétition sont parrainés, approuvés ou affiliés, de quelque manière que ce soit, à EA. N'utilisez pas de référence visuelle, de logo ou de marque commerciale d'EA (ceci incluant les logos, le nom Electronic Arts, EA, EA SPORTS ou les logos ou les noms de ses bailleurs de licence) pour la promotion de votre compétition. Cependant, il est possible d'indiquer que la compétition est disputée sur un titre spécifique d'un jeu EA.

Droits des tiers : les jeux de l'éditeur peuvent contenir des images, des musiques ou d'autres contenus sous licence de tiers, et EA n'a pas expressément autorisé l'un de ces contenus tiers pour votre usage. Vous devriez demander un conseil juridique concernant les droits dont vous pouvez disposer pour utiliser ces éléments, notamment pour savoir si vous devez contacter les bailleurs de licence tiers pour obtenir l'autorisation d'utiliser ces éléments.

Partenaires et sponsors prohibés : votre compétition ne doit pas être organisée par



des entreprises qui vendent ou font la promotion d'un produit ou d'un service ne respectant pas la classification d'âge figurant sur le jeu ou ayant un caractère inapproprié ou offensant.

Réserve de droits. EA se réserve le droit, à sa seule discrétion, de prendre toute mesure nécessaire à l'encontre de tout organisateur de compétition ne respectant pas ces règles et principes.

Autres directives EA SPORTS FIFA : votre compétition peut utiliser EA SPORTS FIFA uniquement en mode « Ultimate Team » ou « Coup d'envoi ». Si votre compétition s'inscrit dans le cadre des Clubs Pro, elle doit être uniquement organisée en ligne et ne peut pas utiliser de clubs ou de championnats réels sans l'autorisation écrite expresse de chacune de ces entités. Vous ne pouvez pas associer votre compétition à des marques appartenant aux partenaires Marketing officiels de la FIFA (une liste de ces partenaires est disponible [ici](#)).

Toute demande ou question relative à ces directives et aux sujets qu'elles couvrent doivent être soumises à esportsfifalicenserequests@ea.com



FAVORISER LA DIVERSITÉ DANS LES ÉVÉNEMENTS ESPORTIFS

PAR CAPGAME X GAME'HER X FRANCE ESPORTS X WOMEN IN GAMES

ASPECTS DÉFINITIONNELS

Le sociologue Michel Wieviorka (2012) définit la diversité comme « *la variété de profils humains qui peut exister au sein d'une société (origine de pays, de région, de quartier, culture, religion, âge, sexe, apparence physique, handicap, orientation sexuelle, diplômes, etc.)* ». Ainsi, la diversité désigne l'ensemble des différences individuelles dans un groupe, que celles-ci soient visibles ou moins perceptibles. La diversité est ici notamment entendue comme la pluralité de genres, de cultures, de générations et l'inclusion des personnes en situation de handicap.

UN CONSTAT SANS ÉQUIVOQUE

Selon l'étude *L'essentiel du jeu vidéo* (SELL & Médiamétrie, 2021¹), **47 % des joueurs sont des joueuses**. Cette parité quasi parfaite chez les Français.e.s jouant aux jeux vidéo ne se retrouve pourtant pas dans sa pratique compétitive. D'après le *baromètre France Esports de 2020*² opéré par Médiamétrie, les femmes ne représentent que **30 % des sportifs et sportives de "loisir"** et cette part chute à seulement **6 % concernant l'esport amateur**.

1/ https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/ejv_mars_21_def_web_pdf

2/ <https://www.france-esports.org/barometre-france-esports-resultats-de-ledition-2020/>

Les raisons de ce si faible pourcentage sont diverses et relèvent souvent d'une problématique sociale globale plutôt que d'un souci propre à l'esport.

Le *baromètre produit par Be Player One*¹ pointe également du doigt les problématiques de diversité pour les personnes en situation de handicap dans le milieu du jeu vidéo. Si cette étude insiste surtout sur les **efforts qui restent à faire** de la part des éditeurs, elle révèle également des pistes d'améliorations qui peuvent servir les organisateurs d'événements esportifs.

L'article "*Why aren't more black kids going pro in esports ?*"² de Latoya Peterson révèle que les personnes blanches et asiatiques sont surreprésentées sur les scènes sur PC, alors que les scènes sur consoles présentent plus de diversité. Les **scènes de jeu de combat et de simulations sportives sur consoles notamment constituent des espaces bien plus diversifiés** que celles sur PC. Les premières car elles ont historiquement favorisé les affrontements en présentiel, contournant de ce fait la toxicité des espaces en ligne, et les secondes, car elles commencent à être valorisées par leurs éditeurs (c'est le cas par exemple de la 2K League), favorisant la professionnalisation des joueurs et joueuses.

Le milieu esportif français peut donc faire la différence dès à présent en faisant de ses événements des **lieux accueillants** pour

¹ <https://drive.google.com/file/d/1arQweWmHoGwZLkoypGNA-RozzXHEPnKni/view>

² <https://theundefeated.com/features/why-arent-more-black-kids-going-pro-in-esports/>

l'ensemble des participantes et participants. En tant qu'organisateur et organisatrice d'événements, de nombreux sujets doivent être traités **dès la pré-production de vos projets**. La mise en place d'une **politique visant à favoriser la diversité et l'inclusion** représente souvent un sujet additionnel à traiter et un potentiel "coût" supplémentaire. Voici cependant quelques points à prendre en compte.

PRÉVENIR PLUTÔT QUE GUÉRIR

Les problématiques concernant la toxicité sont bien connues dans le milieu du jeu vidéo. En raison de son environnement intrinsèquement numérique, de **nombreux comportements toxiques en ligne** ont pu être observés, et cela de manière systématique. Ces discriminations peuvent cependant également **survenir lors d'événements physiques**.

Prendre en compte cette problématique **dès la conception de votre événement** vous permettra d'intervenir plus rapidement en cas de problème et avec plus de transparence. En outre, le fait de mettre en avant votre investissement contre ces comportements générera un **effet de dissuasion** qui limitera la toxicité au sein de votre événement.

POUR UN ESPORT ÉTHIQUE ET RESPONSABLE

Vous engager pour l'inclusion et la diversité dans l'esport bénéficiera directement

à vos événements, mais aussi au secteur esportif dans son ensemble. France Esports agit au quotidien pour structurer un secteur partageant des **valeurs de respect, de partage, de convivialité et de solidarité**, en prenant garde à en être responsable. Cela se traduit dans plusieurs champs d'action, dont la mise en place de critères permettant de mesurer l'évolution de la diversité genrée dans les événements, mais également avec un engagement fort à travers la communication.

Pour aller plus loin, nous vous proposons également dans ce chapitre des formats de compétitions spécifiques favorisant la diversité afin d'offrir **des espaces accueillants** notamment pour toutes les femmes, les personnes en situation de handicap et les personnes racisées.

Toutes ces recommandations sont bien évidemment à porter en accord avec les valeurs de votre organisation. Elles ne constituent **en aucun cas une liste imposée**.

COMMENT METTRE EN PLACE CETTE STRATÉGIE ?

Afin de favoriser la diversité dans l'organisation de compétitions, nous préconisons de mettre en place **un maximum des mesures** décrites ci-après. Cependant, vous connaissez mieux que quiconque votre public et vos valeurs. Il sera parfois plus approprié d'y aller étape par étape, surtout en ce qui concerne les événements pré-existants.

Désigner une personne "Responsable de la diversité"

La mise en place d'une stratégie visant à améliorer durablement la diversité de votre événement doit être liée avec la désignation d'une personne responsable de ces questions.

Cette personne, formée (on parle ici d'une véritable formation) aux thématiques de genre, de harcèlement, de diversité et d'inclusion, sera la **référente de vos équipes** d'organisation, de production, d'admins, de bénévoles, auxquelles elle transmettra un ensemble de recommandations et de bonnes pratiques à adopter en cas de conflit, ainsi qu'une liste non-exhaustive des faux-pas à éviter.

Élément primordial de votre stratégie d'ouverture aux minorités (femmes, personnes transgenres, en situation de handicap...), ces préconisations participeront à **sensibiliser vos équipes et les bénévoles** que vous encadrez grâce à des outils actionnables en cas de situations particulières ou de potentiels conflits.

La personne désignée "Responsable diversité" ne doit pas être qu'un badge symbolique pour votre événement. Bien qu'elle participe à la formation rapide de vos staffs et bénévoles, elle sera aussi une **figure d'autorité au cours de votre événement**. En cas de problèmes ne pouvant être directement résolus par vos équipes et bénévoles, ce sera à cette personne qu'il faudra faire appel. De manière conjointe avec l'ensemble des personnes concernées, c'est elle qui prendra les décisions finales.

La mise en place de ce poste spécifique est

primordiale pour assurer le bon déroulement de votre événement. Il sera également important de mettre en avant dans vos communications la présence de ce dispositif afin d'informer les communautés que votre manifestation constitue un **espace sûr** pour l'ensemble des compétitrices et compétiteurs. En faisant de la sorte, vous participerez également à **montrer la voie** aux autres organisateurs et organisatrices d'événements.

Favoriser des profils variés au sein des staffs de l'organisation

Au-delà de l'aspect éthique, la diversité au sein d'un groupe contribue à **stimuler la créativité, l'innovation et l'efficacité**. À ce titre, réunir des profils diversifiés à tous les niveaux au sein du staff d'organisateur et organisatrices, d'admins, des responsables événementiels, du personnel de production et de diffusion, des talents et des bénévoles constitue un élément à ne pas négliger.

La mise en place et la réalisation d'événements sportifs exigent organisation, planification, résolution de problèmes et adaptabilité, et cela bien souvent dans des situations de forte pression. Une équipe diversifiée, en termes de genres, d'âges, d'origine sociale et culturelle ou encore de capacités pourra dès lors mettre à profit des **expériences vécues multiples et des compétences variées** et, en cas de problèmes, proposer des **solutions créatives appropriées**. Cela permet d'élargir l'ensemble des perspectives pour réaliser une production complexe, tout en augmentant la probabilité que des erreurs soient détectées ou anticipées. Favoriser la diversité au sein du groupe

encourage la recherche de nouvelles opportunités, de voies non conventionnelles et de scénarios innovants.

Mettre en place un code de conduite inclusif

Il est important de garder à l'esprit que des contextes différents nécessiteront des interventions différentes. Cela dit, tous les événements, qu'ils soient en ligne ou physiques, devraient comporter deux éléments clés :

- Un **code de conduite**.
- Un outil permettant de **signaler les comportements** contraires à ce code de conduite.

Un code de conduite est un ensemble de valeurs et de comportements que vous attendez de toutes les personnes qui participent à vos événements (en premier lieu les compétitrices et compétiteurs, mais également les staffs, admins, hosts, prestataires et bénévoles). Il définit ce qui est attendu, **interdit et valorisé** par l'organisation de la compétition. Il sert à **décrire les valeurs** qui sous-tendent votre organisation ou votre communauté et fournit une **ligne directrice** pour favoriser les comportements positifs. L'absence de code de conduite peut être souvent perçue comme le signal que la compétition ne sera pas sécurisée pour l'ensemble des participantes et participants.

Le code de conduite doit être rendu public et largement visible. Il doit explicitement et clairement apparaître dans le programme de votre événement, que ce soit en ligne sur votre site web ou bien affiché à l'aide de



pancartes directement sur place. Ce sont de bons moyens de faire passer le message. Selon l'événement, vous pouvez même envisager de demander aux compétiteurs et compétitrices d'accepter officiellement le code de conduite en le leur faisant signer avant leur inscription ou en indiquant une case à cocher pour les inscriptions en ligne.

Le code de conduite doit être également mis en place pour les événements compétitifs en ligne, en plus des conditions d'utilisation et des règles établies pour le tournoi. **Les espaces en ligne ne sont pas exempts de la nécessité d'un code de conduite** et, en fait, souvent, ils sont parmi les outils les plus importants pour la gestion des communautés.

Si vous diffusez votre événement en ligne via Twitch, au-delà des personnes en charge de la modération du tchat, utilisez des outils

de modération automatisés. La fonction **AutoMod**¹ intégrée peut vous aider à gérer le tchat. Réglez-la au moins au « niveau 2 » (qui supprime le langage sexuellement explicite, les discours haineux et les propos injurieux) ou au « niveau 3 » pour élargir le spectre. L'intervention de **modérateurs et modératrices** vous aidera à gérer le tchat, à donner le ton de manière proactive, à informer les internautes sur votre code de conduite et, en général, à les aider à utiliser des robots de modération technique.

Faites preuve de créativité pour vous assurer que **votre code de conduite est vu par tout le monde**. Envisagez, par exemple, de l'afficher sous forme de fenêtre "pop up" ou de clic obligatoire. Twitch dispose d'un certain nombre d'outils (dont l'outil

¹/ <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-use-automod?language=fr>

d'auto-modération intégré) que vous devez connaître et utiliser. Leur outil de « règles de tchat » qui vous permet de spécifier les règles de comportement du canal et de faire cliquer les participants et participantes sur un bouton « J'accepte » a montré une réduction statistiquement significative des bannissements.

Signaler les violations et les sanctionner sont des éléments essentiels à l'adoption du code de conduite. Une fois que vous avez publié un code de conduite, vous devez vous assurer que l'ensemble des participantes et participants savent clairement comment ils peuvent, **en toute sécurité et en toute confidentialité**, informer l'équipe organisatrice en cas de problème. Nous vous recommandons de désigner une personne au sein de l'équipe de l'événement qui sera chargée de veiller à la mise en place du code de conduite (par exemple la personne responsable de la diversité) et de définir des **outils de signalement et un répertoire de sanctions**. Le répertoire des sanctions à disposition des équipes organisatrices fait partie intégrante du code de conduite afin d'être transparent et opposable. Cette liste de sanctions (pouvant aller de la perte d'une manche à la disqualification du tournoi) doit être adaptée, mais peut être révisée par l'équipe organisatrice en cas de fait exceptionnel. En outre, assurez-vous que l'ensemble des personnes qui participent (compétitrices, compétiteurs et staffs de l'organisation) ont bien identifié cette personne (à l'aide d'un t-shirt spécifique et d'une signalétique claire sur le lieu des tournois), sont autorisées à prendre contact avec elle et à lui signaler les incidents. **Les codes**

de conduite sans mécanisme de suivi concret restent simplement symboliques.

Le pôle « Diversité » de France Esports s'engage à formaliser dans les prochains mois un code de conduite inclusif à l'attention des organisatrices et organisateurs d'événements sportifs français.

D'ici là, vous pouvez vous appuyer sur vos équipes et votre responsable diversité pour construire une première ébauche de code inclusif pour votre événement. On ne peut que vous conseiller de prendre contact avec les autres organisateurs et organisatrices pour **mettre en commun vos différents savoir-faire et compétences**.

Déployer une communication adaptée à tous les publics

Bien qu'il soit souvent facile de considérer les jeunes hommes (blancs) comme le marché cible de l'esport, **le public sportif est beaucoup plus varié**. En effet, les femmes et personnes non-binaires, les personnes en situation de handicap et les personnes racisées ont toujours fait partie de la scène. Assurez-vous que vous représentez le **large éventail de personnes intéressées et impliquées dans l'esport**. Les images et le contenu promotionnel de votre événement doivent inclure des femmes, des personnes racisées et des publics généralement divers, car ils et elles représentent non seulement la réalité des fans et personnes qui pratiquent, mais contribuent également à constituer et à développer ces publics.

Étant donné que le storytelling autour des joueurs et joueuses et des équipes est un des leviers de communication les plus

convaincants pour faire la promotion des événements sportifs, nous vous encourageons à **inclure des histoires** qui mettent en évidence les femmes, les personnes non-binaires, les personnes en situation de handicap ou les personnes racisées qui sont impliquées dans l'organisation et la participation de l'événement. Cela concerne ainsi certes les joueuses et joueurs, mais également les hosts, les observateurs et observatrices, les casters, les admins et l'ensemble des bénévoles. Veillez ainsi à équilibrer le nombre d'hommes et de femmes sur les images et les vidéos, mais également à la tribune de vos conférences. La communication autour de votre événement peut signaler avec force que toutes et tous sont les bienvenus et appréciés sur votre événement. Évitez cependant les stéréotypes et mettez plutôt en valeur les expériences et les compétitrices et compétiteurs authentiques.

Nous vous encourageons également à ce que cette volonté de diversifier votre public se retrouve dans les éléments de langage de votre communication. Ainsi la rédaction épïcène (ou bien encore appelé langage neutre) devrait être envisagée dans chacune de vos communications, que celles-ci soient **internes ou externes**. Ce sera entre autres l'une des missions de la personne responsable de la diversité au sein de votre organisation de s'assurer que vos équipes de rédaction et de communication prennent soin d'éviter **toute forme de discrimination sexiste, mais également âgiste, raciste ou validiste**. Le choix des mots, de la syntaxe, de la grammaire ou encore de la typographie de vos communications doit refléter votre ambition et vos valeurs :

- User du **féminin ET du masculin** ou doublet dans vos messages ("toutes et tous", "joueurs et joueuses"),
- **Accorder** les noms de métiers, titres, grades et fonctions ("organisatrice", "développeuse", "commentatrice"),
- Employer des **mots épïcènes**, un langage **non-genré** ou des **formules englobantes** ("les personnes qui participent"),
- Ou encore utiliser des **formes contractées** grâce à des parenthèses, des traits d'unions, des points, des points médians ou toute autre forme ("joueur/se").

Attention cependant à l'utilisation de cette dernière forme contractée, elle peut constituer un réel **obstacle en termes de déchiffrement et d'accessibilité** pour les personnes porteuses de déficiences cognitives, les excluant de fait des audiences que vous ciblez pour votre événement. Vous remarquerez ainsi que l'ensemble de ce chapitre est rédigé en écriture inclusive sans jamais utiliser de forme contractée (et notamment le point médian).

Nous souhaitons également vous encourager à être inclusif **pour toutes** les femmes, tant celles qui s'identifient au sexe biologique qui leur a été attribué à la naissance (« cis ») que celles qui ne s'y identifient pas (« trans »). Dans la plupart des cas, il suffit de dire « femmes », mais si vous devez préciser davantage, des expressions telles que « ouvert à toutes les femmes, cis et trans » sont recommandées. Attention, les termes « trans » et « transgenre » doivent être utilisés **comme adjectif uniquement**, c'est-à-dire « femmes trans » ou « femmes



transgenres», car leur utilisation en tant que nom est perçue par les personnes concernées comme péjorative et dénigrante.

Nous vous invitons ainsi à mettre en avant vos initiatives qui vont dans le sens d'une plus grande diversité, que ce soit :

- **En amont de l'événement** afin de présenter ce que vous comptez mettre en place et proposer afin de favoriser le bouche-à-oreille et une plus grande visibilité auprès de toutes les catégories concernées et des autres organisateurs.
- **Pendant l'événement** afin de mettre en lumière vos dispositifs inclusifs, la formation des bénévoles, la personne responsable de la diversité, tout en y joignant des photos des stands, des conférences, des compétitrices et compétiteurs et des fans.
- **Après l'événement** afin de restituer les

retours d'expérience des visiteurs ainsi que les chiffres et statistiques récupérés pendant toute la durée de l'événement.

Récolter des informations : comment et pourquoi ?

En 2019, une étude menée par Océane Minard Carneiro et Nicolas Besombes a permis pour la première fois d'évaluer la proportion de compétitrices de deux événements majeurs français sur une période de dix ans. En raison de l'absence de données explicites concernant le genre des compétiteurs et compétitrices, les deux universitaires ont dénombré la part de prénoms "masculins", "mixtes" et "féminins" s'étant inscrits au Stunfest et à la Gamers Assembly lors de la période 2009-2018.

Les résultats de l'enquête révèlent ainsi que sur la période 2009-2018, seuls

3,4% des prénoms étaient étiquetés comme "féminins". Parallèlement, dans le cas de la Gamers Assembly, sur la période 2014-2018, la part moyenne des personnes ayant des prénoms identifiés comme "féminins" s'étant inscrites en tant que "joueuses libres" était parmi la plus importante (7,7 %). Elle n'a fait que croître de 2014 à 2018, passant de 3,4 % à presque 10 %, allant de pair avec un **glissement progressif des joueuses inscrites en tournoi vers les "joueuses libres"**.

De cette enquête, plusieurs initiatives participant à une meilleure diversité dans les événements sportifs peuvent être relevées :

- Mettre en place, si ce n'est pas déjà le cas, **une zone de joueurs et joueuses libres** pour celles et ceux qui souhaitent participer à des événements physiques sans pour autant avoir une démarche compétitive.
- Intégrer la **demande de tous les genres dans les formulaires d'inscriptions** afin de pouvoir apprécier l'efficacité des mesures prises chaque année et suivre l'évolution de cet indicateur à travers le temps.
- Proposer des **tournois sur des jeux différents et aux formats innovants** permettant de favoriser la participation de publics variés : jeux sur mobile pour les plus jeunes, sur consoles à détection de mouvement pour les parents et grand-parents, formats mixtes parents-enfants, hommes-femmes, handi-valides, etc.
- Proposer la **gratuité de l'inscription aux tournois** pour les femmes et les personnes en situation de handicap déjà inscrites en

tant que "joueuses et joueurs libres" afin de les encourager, si elles le souhaitent, à expérimenter la pratique compétitive.

Ces initiatives, en plus de favoriser la diversité dans votre événement, vous permettront de **produire des données** nécessaires à une meilleure compréhension et appréhension de votre offre et de votre image. Si elles sont appliquées par une majorité d'organisateur·rices et organisatrices d'événements sportifs, il sera possible **d'identifier les dispositifs ayant un impact positif** sur la diversité, tout en permettant aux universitaires d'avoir accès à ces données pour affiner les futures initiatives dans le milieu du jeu vidéo et de l'esport.

Aller plus loin : les circuits non-mixtes

Si la présence d'une zone de joueuses et joueurs libres favorise effectivement la présence de populations plus diversifiées, c'est également le cas d'autres types de circuits : les compétitions non-mixtes **réservées à des populations spécifiques**, que ce soient les **personnes en situation de handicap** ou **toutes les femmes, cis et trans**.

La non-mixité, bien qu'elle puisse encore se voir opposer des résistances idéologiques, est un atout de taille pour permettre à ces populations de **connaître leurs premiers tournois** compétitifs, et ce, dans un **environnement bienveillant et non-toxique**. C'est pour beaucoup d'entre elles la **première opportunité d'expérience en LAN**, et parfois leurs premiers pas sur une scène devant un public venu assister à leurs prouesses.

Le monde des échecs – dont un nombre de plus en plus important de championnes et champions rejoignent depuis peu des clubs sportifs – a par exemple lui aussi connu sa révolution sur cette question. Grandes absentes de la pratique des échecs et des tournois prestigieux, c'est grâce à la création des compétitions 100 % féminines que les femmes ont commencé à jouer aux échecs de manière compétitive (comme le relate très justement l'[article sur la nécessité des compétitions 100 % féminines aux échecs](#)¹).

France Esports considère qu'il est nécessaire de créer les meilleures conditions possibles pour que toutes les populations investissent plus abondamment les scènes sportives. En l'état actuel, tant que ces formats de compétitions continueront à être utiles à ne serait-ce qu'une poignée de personnes (femmes ou personnes en situation de handicap), le dispositif aura un impact positif. Bien entendu, ces formats de compétitions non-mixtes ne doivent en rien se substituer aux tournois que nous qualifierons de "classiques" ou "mixtes", mais offrir une **possibilité supplémentaire** aux personnes qui le souhaitent de participer.

De la même manière, ces événements non-mixtes ne constituent pas l'unique solution à la **féminisation du secteur**, et ne sont qu'un élément parmi d'autres qu'il est nécessaire de déployer pour y parvenir, comme la mise en avant de **rôles-modèles**, la **professionnalisation des joueuses**, le développement de **partenariats commerciaux** ambitieux venant

financer les équipes et les événements qui promeuvent la diversité ou encore l'**accompagnement bienveillant** des entités du milieu. Votre liberté en termes de format compétitif doit vous encourager à innover et proposer des tournois les plus inclusifs possibles : il vous est ainsi tout à fait possible d'organiser des **tournois intégrant exclusivement des équipes mixtes** (hommes-femmes, enfants-parents, handi-valides, etc.). Libre à vous de décider des conditions de participation.

La mise en place de telles initiatives doit néanmoins être très réfléchie et pensée en amont :

- Votre événement attire-t-il une part non négligeable de spectatrices et/ou de joueuses (d'où l'intérêt des données chiffrées) ?
- L'offre de jeux est-elle suffisante pour créer un tournoi 100 % féminin (notamment les jeux qui ne nécessitent pas d'être en équipe, ce qui peut être un frein pour les joueuses solo) ?
- Vos bénévoles et admins ont-ils les bases de la lutte contre les préjugés sexistes (voir notre partie sur la personne responsable de la diversité) ?
- Existe-t-il un code de conduite inclusif pouvant rassurer les joueuses quant à leur éventuelle participation à ce tournoi ?

Vous l'aurez compris, ces tournois ne peuvent vraisemblablement pas être construits sans des **bases solides**, que vous aurez instaurées et renforcées au fil de vos éditions. En tant qu'organisateur et organisatrice d'événements sportifs, vous pouvez par exemple commencer par appliquer ce que l'Evolution Championship Series (EVO)

avait mis en place pour son édition de 2010 : une compétition 100 % féminine, qui inscrivait également de facto les participantes à la compétition dite "mixte". Les joueuses avaient alors l'occasion de jouer entre elles, puis contre leurs homologues masculins.

La présence de **stands d'informations et de sensibilisation** ou de **zones de jeux libres** (découverte et initiation) constituent également des initiatives bénéfiques pour l'instauration sereine d'une mixité dans vos événements sportifs. Nous vous invitons là encore à vous rapprocher des (très) nombreux réseaux d'entraide spécialisés sur le sujet, comme le département sport de Women In Games France, Game'Her, Afrogameuses, ou toute autre association. Sachez que de nombreuses scènes compétitives ont d'ailleurs leurs propres réseaux féminins spécifiques comme les Super Smash Nanas ou les Valkyries sur Smash, ou La Ligue Féminine sur League of Legends.

Encourager la pratique des joueurs et joueuses en situation de handicap

L'accessibilité de l'espace dédié à votre événement est un des éléments-clés favorisant la diversité. S'il se tient dans un établissement recevant du public (ERP), celui-ci peut déjà être aux normes. Il est cependant important de le vérifier par soi-même ou de le faire vérifier par des personnes compétentes.

Par ailleurs, des **initiatives supplémentaires** sont possibles pour améliorer l'accès et le confort des personnes en situation de handicap. Lors de son édition 2019, la Paris Games Week a instauré plusieurs mesures en faveur

de l'accessibilité qui peuvent être tout à fait transposées à n'importe quel événement :

- Communication
 - Une **communication media accessible** (vidéos sous-titrées, doublées en langue des signes, site web accessible (W3C-WCAG ou RGAA: e.g. taille des caractères, contrastes, textes alternatifs, etc.).
 - Des **tarifs réduits** pour les personnes en situation de handicap et la **gratuité** pour les personnes les accompagnant.
 - La mise en place **d'ateliers et stands de sensibilisation** avec la présence d'associations locales ou nationales spécialisées sur les questions de handicap.
 - La mise en place de **commentaires en langue des signes** pour le public malentendant assistant aux compétitions.
- Accueil et circulation
 - Une **file d'attente et une caisse dédiées** pour accéder à l'événement.
 - Des allées et des **circuits de déplacements élargis** pour faciliter la circulation des personnes à mobilité réduite.
 - Des **parcours thématiques** permettant de guider les premiers pas dans l'événement.
 - Une **signalétique visible** permettant de se repérer facilement.
 - Des **plans inclinés (rampes)** déployés pour permettre aux personnes à mobilité réduite d'accéder aux espaces surélevés.
 - Des scènes et structures pouvant **supporter le poids d'un fauteuil roulant électrique**.

¹/ <https://gamesmaven.io/chessdailynews/womens/why-is-there-a-need-for-some-all-girls-or-women-s-chess-tournaments-jchwwXHHk0SuodXKDF7FFQ>

- Un accueil et des **points d'informations** avec des **interprètes en langue des signes** et des **plans en braille**.
- La présence d'une **salle de repos**, isolée visuellement, acoustiquement, faiblement éclairée et confortablement meublée.
- Animation
 - La mise en place d'une **compétition pour personnes en situation de handicap** (jeux dont les **options d'accessibilité** permettent la pratique par le plus grand nombre, avec la possibilité d'utiliser des **manettes adaptées**).
 - Des **horaires aménagés** pour les personnes en situation de handicap participant aux tournois (éviter les horaires en matinée, car ils sont généralement réservés aux soins).

Dans tous les cas, nous ne saurons que trop vous conseiller de **vous rapprocher des associations** de votre ville ou département spécialisées dans l'accessibilité des jeux vidéo et de l'esport comme CapGame, HandiGamer, E-Quals, Rebird ou toute autre association.

Sensibiliser et faire participer les familles et les seniors

Depuis plusieurs années, la pratique compétitive des seniors s'est cristallisée autour de la compétition du Trophée Senior de la Gamers Assembly, organisée par l'association Silver Geek. L'association regroupe à la fois des entreprises, des acteurs publics et le tissu associatif spécialisé sur le thème de la **solidarité et de l'éducation numérique** auprès des personnes âgées et des

familles. À chaque édition, un nombre croissant de duos issus de centres socioculturels et d'établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) s'affrontent lors d'un tournoi de Bowling virtuel sur console à détection de mouvements. Le championnat national se conclut sur la grande scène de la plus grande LAN de France, devant plusieurs centaines, voire milliers de fans venus encourager les duos de finalistes ou découvrant un peu par hasard cette discipline.

La conception des vos événements peut ainsi prendre en considération des publics souvent omis lors des compétitions sportives : les parents et grands-parents. Mettre à disposition des **espaces de découverte et d'initiation, des ateliers et stands de sensibilisation** ou bien encore des **compétitions libres** auprès de ces populations peut avoir un impact significatif sur la **compréhension du secteur et de la pratique sportive pour les familles inquiètes** des discours médiatiques sur le jeu vidéo et l'esport et participer à **réduire la fracture numérique** des générations antérieures.

Engager une stratégie d'intégration des seniors dans l'esport participe à **diminuer leur isolement et à favoriser le lien intergénérationnel**, qu'il soit compris dans la cellule familiale (entre petits-enfants et grands-parents) ou au sein d'événements plus formels entre jeunes et seniors. Outre ces **bénéfices relationnels et sociaux**, la pratique de certains jeux vidéo favorise également l'**amélioration de compétences physiques** telles que l'augmentation des degrés de liberté des



articulations les plus sollicitées, la coordination œil-main ou l'acuité visuelle, et **diminue les effets de l'âge sur la dégénérescence des capacités cognitives** telles que la mémoire visuelle et la mémoire à long-terme, le traitement des informations ou l'orientation spatiale. Des atouts bénéfiques que vos événements peuvent participer à faire rayonner.

Afin d'approfondir cette thématique, nous vous encourageons à **prendre connaissance** des multiples initiatives déjà proposées par des associations comme Silver Geek ou PédagoJeux afin de participer dans une certaine mesure à la résolution de certaines problématiques de santé publique.

Réduire les inégalités sociales

C'est certainement l'un des plus grands défis du secteur : participer à la **réduction des inégalités sociales d'accès et de pratique du jeu vidéo et de l'esport**. Si les données chiffrées ont prouvé l'intérêt grandissant de la population française pour les jeux vidéo et leur pratique, les catégories de la population **les moins dotées en capital économique et donc numérique** peuvent être de fait écartées de ce goût pour les jeux vidéo et l'esport. Pour rappel, la dernière édition 2020 du Baromètre France Esports fait état d'une population d'esportifs et sportives amateurs provenant de classes sociales favorisées significativement supérieure à la population française (41 % contre 28 %), symbolisant de fait cette fracture.

Disposer d'un **téléphone portable** ou d'un **smartphone** suffisamment puissant pour permettre de jouer, d'une console ou d'un ordinateur dont les **coûts peuvent s'avérer inabordables** pour certaines familles, ou encore s'affranchir du **prix d'entrée en LAN**, peuvent être des **freins considérables** pour certaines catégories de la population à développer un goût pour la pratique culturelle du jeu vidéo et de l'esport.

Plusieurs initiatives peuvent être engagées pour favoriser le lien entre des populations défavorisées issues de classes sociales dites "populaires" et l'esport :

- Favoriser l'**éducation aux outils numériques** via des ateliers de sensibilisation.
- Organiser une **pré-ouverture pour les familles** qui n'auraient pas accès à ces outils et leur proposer des parcours d'initiation et de découverte.
- Proposer la **gratuité ou des tarifs réduits** en fonction de différentes catégories d'âges, du quotient familial de la CAF ou du taux d'invalidité.
- Ajuster sa pédagogie et son langage afin de lutter contre la **fracture linguistique** qui discrimine de fait ces populations.
- Prendre **contact avec les pôles des mairies et des collectivités territoriales** qui travaillent sur ces sujets.
- Se rapprocher des **associations locales d'éducation populaire** dans le cadre d'ateliers ou d'animations, ainsi que d'outils de communication ciblés pour toucher ces populations.

POUR CONCLURE SUR LA DIVERSITÉ

Le pôle « Diversité » de France Esports vous propose pour conclure de retrouver son **référérencement**¹ en constante évolution de l'**ensemble des initiatives à travers le monde** qui œuvrent pour une plus grande diversité dans le secteur. Vous pourrez ainsi prendre connaissance de la **variété des dispositifs déployés** sur les multiples scènes compétitives des nombreux jeux sportifs. Nous vous encourageons à solliciter ces experts et expertes régulièrement afin de porter un regard constructif sur vos événements et à ne pas hésiter à collaborer de manière active avec ces réseaux.

Enfin, nous sommes bien conscientes et conscients que ce chapitre est loin d'être exhaustif et que certaines populations marginalisées ne sont pas suffisamment adressées. Ce guide a vocation à être **évolutif et à bénéficier des retours** que vous nous ferez parvenir. Nous vous encourageons ainsi à venir participer aux réflexions menées par l'association ou à nous faire part de vos propres expériences vécues afin de **compléter les recommandations** proposées dans ce guide.

¹ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mSm-P05ILwacKnMd7DGjwp4lyV1w9_U2z-_i5nidm2l/edit?usp=sharing

LEXIQUE

Cash prize : (ou Cashprize, ou dotation en numéraire) Somme d'argent versée aux vainqueurs d'un tournoi. Par définition, le terme cash prize ne désigne que la partie numéraire des dotations, par opposition aux dotations en matériel (voir aussi : prize pool).

Communauté : Se dit d'un ensemble de personnes réunies par une même passion.

Développeur : Un développeur est une personne qui participe au développement d'un logiciel informatique.

Dotations/gains : Ensemble des produits ayant une valeur marchande donnée aux gagnants d'un tournoi (voir aussi prize pool).

Éditeurs (d'un jeu vidéo) : Entité qui assure la publication et la mise en vente d'un jeu vidéo (l'œuvre lui appartient).

Esport : Voir le site.

Freeplay : Littéralement « jeu libre ». Session de jeu informelle ou d'entraînement.

Gaming : La pratique du jeu vidéo sous toutes ses formes.

Guidelines : Ensemble des règles imposées par un ayant-droit qui régissent l'exploitation de son service ou son produit.

Licence agreements : Contrat régissant les conditions générales d'utilisation validé par les parties concernées.

Merchandising (merch) : Technique de commercialisation de produits dérivés en lien avec une marque (ex : casquettes, t-shirts...).

Néophyte : Personne arrivant dans un nouvel environnement.

Normes PEGI : Indique la catégorie d'âge à laquelle est destinée un jeu vidéo.

Offline "physique" : Terme anglais signifiant « hors ligne ». Mode de jeu qui ne nécessite pas de connexion à Internet.

Online "en ligne" : Terme anglais signifiant « en ligne ». Mode de jeu qui nécessite une connexion à Internet.

Partenaires : Personne morale ou physique intervenant en soutien d'un projet sous forme d'apport monétaire, en produit ou en service.

Prize pool : (ou dotation) ensemble de dotations (en numéraire et en matériel) versées aux vainqueurs d'un tournoi.

Prestataires : Personne physique ou morale, offrant des services.

Promoteurs : Structure exploitant un titre de jeux vidéo pour développer une activité.

Sponsor : Personne morale ou physique intervenant en soutien d'un projet sous forme d'apport monétaire, en produit ou en service en contrepartie d'une promotion publique.

Stand : Construction légère et temporaire mis à disposition d'un exposant sur un événement

Streaming : Diffusion en direct de contenu vidéo.

Subventions : Aide financière, allouée par une personne morale.

Tournoi : Compétition constituée par plusieurs rencontres entre différents participants dans le but de produire un classement. Le tournoi peut être en ligne, physique, ou une combinaison des deux.

Tricherie : La tricherie est le fait d'enfreindre le règlement, d'exploiter certaines failles ou d'utiliser un programme tiers afin d'obtenir un avantage indu.

GUIDE DE L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT ESPORT

VOLUME 1

- INFRASTRUCTURE & ÉQUIPEMENT
- ORGANISER EN SITUATION DE COVID-19
- FINANCER UN ÉVÉNEMENT
- LES ASPECTS LÉGAUX
- FAVORISER LA DIVERSITÉ
- LEXIQUE

Aujourd'hui France Esports et le SELL sont heureux de proposer ce guide à destination de toutes les personnes morales ou physiques désireuses d'organiser, de financer, de produire ou de participer à l'organisation d'un tournoi ou d'un événement esport en France.



Association loi 1901 à but non lucratif, **France Esports** 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 joueurs, promoteurs, ou créateurs-éditeurs de jeux.

<https://www.france-esports.org/>



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

Le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs est l'association professionnelle qui représente en France les éditeurs de jeux vidéo. Le SELL compte vingt-cinq adhérents, il promeut et défend les intérêts collectifs des éditeurs de jeux vidéo dans les différents domaines où ils sont engagés, contribue à la structuration du marché et à sa reconnaissance par tous les professionnels, les pouvoirs publics et les consommateurs. Le SELL représente la volonté d'engagement et de responsabilisation de l'industrie en menant des actions en faveur de la diversité dans le jeu vidéo. Le SELL soutient et informe sur la norme européenne PEGI, système de classification du contenu des jeux vidéo, qui propose des informations fiables et faciles à comprendre sous forme de labels figurant sur les emballages. Le SELL est également propriétaire et organisateur du salon Paris Games Week, lancé en 2010.

<http://www.sell.fr/>

ILS ONT PARTICIPÉ À LA RÉDACTION DU GUIDE DE L'ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS ESPORTS

COLLÈGE DES ÉDITEURS

Emmanuel Martin
(SELL)

Nicolas Vignolles
(SELL)

COLLÈGE DES PROMOTEURS

Victor Barbe
(Normand eSport)

Pierre-Édouard Bodereau
(Lana France)

Louis Clément
(Lana France)

Vincent Colas
(FuturoLAN)

Stephan Euthine
(LDLC OL)

Pierre-André Gondrexon
(Lana France)

Samuel Jourson
(GigaGames Guadeloupe)

Désiré Koussawo
(FuturoLAN)

Olivier Morin
(JK Groupe)

Antoine Oberlaender
(QuickContest)

Samy Ouerfelli
(Freaks 4U Gaming)

Lina Pich
(La Source)

Andy Zébus
(Esports Guadeloupe)

COLLÈGE DES JOUEURS ET DES CLUBS ASSOCIATIFS

Camille Adam
(Vitality)

Nicolas Besombes
(France Esports)

Dorian Costanzo
(Vakarm)

Jérôme Dupire
(Cap Game)

Pauline Guignon
(Riot Games)

Fabien Martinez
(WSC Group)

Noélie Roux
(Game Her)

Tony Rubio
(Connect Esports)



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

