



SYNDICAT
DES EDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS



guide orga

Événements Esports



sommaire

1

INTRODUCTION

À qui s'adresse ce guide ?
Pourquoi ce guide ?

2

INFRASTRUCTURE ET ÉQUIPEMENT

Un lieu adapté à l'événement
Sécurité et réglementation
Aménagement de la salle
Réseau

3

FINANCER UN ÉVÉNEMENT

Dépenses: Evaluer ses besoins réels
Aides publiques & subventions
Partenariat & sponsoring
Billetterie & fiscalité

4

LES ASPECTS LÉGAUX

Inscriptions payantes ou gratuites
Coûts d'organisation de la compétition
La compétition que j'organise est-elle un jeu d'argent et de hasard ?
Quelles règles pour mon tournoi ?
Déclarer son événement
Cas de compétitions en ligne
Les normes PEGI
Événements esports & SACEM

5

LES ÉDITEURS

Activision
Blizzard
Capcom
Electronic Arts
Epic Games
Riot Games
Supercell
Ubisoft

6

FAVORISER LA DIVERSITÉ

Women in Games France

Aspects définitionnels
Un constat sans équivoque
Prévenir plutôt que guérir
Pour un sport éthique et responsable
Comment mettre en place cette stratégie ?

Capgame

Encourager la pratique des joueuses et joueurs en situation de handicap

Silver Geek

Sensibiliser et faire participer les familles et les seniors

Pour conclure sur la diversité

introduction



À QUI S'ADRESSE CE GUIDE ?



France Esports propose ce guide à destination des organisateurs de compétitions esport. 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

Les informations contenues dans ce guide sont à jour à la date de sa publication (mars 2026).

L'organisation d'événements esport étant un domaine en constante évolution, il est possible que certaines données, réglementations ou pratiques changent avec le temps. Des mises à jour du guide seront effectuées tous les 6 mois afin de garantir la pertinence et l'exactitude des informations fournies.

POURQUOI CE GUIDE ?



Grâce à ce guide, vous serez en mesure de comprendre les bases et le cadre nécessaires à l'organisation d'un événement esport en France. Vous pourrez ainsi adopter les meilleures pratiques en matière de réglementation, de légalité, de communication et de gestion financière. L'objectif est de vous fournir les outils nécessaires pour garantir une organisation optimale, tout en prenant en compte les spécificités du marché français. Il est essentiel de répondre aux besoins de chaque partie prenante impliquée : l'accueil du public, l'expérience des participants, mise en place de solutions adaptées pour les institutions, spectateurs, financeurs et partenaires.

De plus, vous devrez tenir compte des aspects juridiques spécifiques à l'esport en France, notamment les questions de droit d'image, de sécurité, de contrats, ainsi que la gestion des sponsors et des licences. Ce guide vous aidera également à intégrer des solutions innovantes pour renforcer la visibilité et l'impact de votre événement tout en respectant les attentes du marché et des réglementations locales.

En somme, ce guide vise à améliorer l'expérience de toutes les parties prenantes, en veillant à la qualité de l'organisation, tout en répondant aux enjeux spécifiques rencontrés dans le secteur de l'esport en France.



infrastructure et 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).

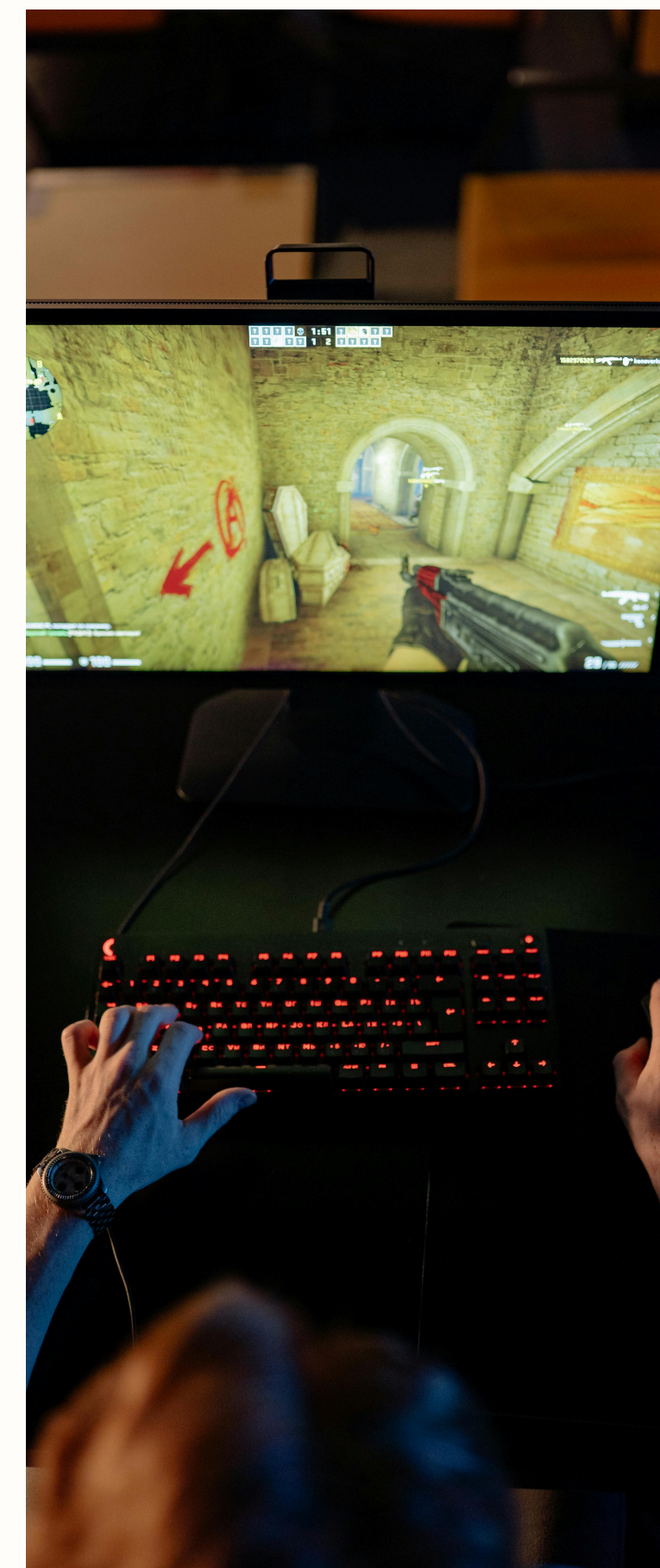
Cependant, partir sur un ratio de 3 m² par participant semble une bonne base pour commencer.

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...), la localisation de la salle (si accessible en transport en commun, à pied), la commodité de la salle (parking visiteurs/staff, toilettes ...), les magasins à proximité, et se renseigner sur les "plus" comme la possibilité ou non de faire venir de la restauration externe..

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.



SÉCURITÉ ET RÉGLEMENTATION



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.

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 1980**. 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 ou de demander une ou plusieurs visites de la salle seul ou accompagné de plusieurs personnes pour avoir des avis, perceptions différentes qui permettent de mettre en évidence des détails que vous auriez loupé !

De plus n'hésitez pas à demander les différents numéros des personnes à contacter pour poser toutes vos questions.

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 et disposer les tables.

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



Les LAN sont organisées sous plusieurs formats :

- **en BYOD ou "Bring Your Own Device"** : Cela signifie que les joueurs apportent leur propre équipement : écran, unité centrale, périphériques (clavier, souris, manette, etc.), câble réseau.
- **les organisateurs fournissent les consoles et le matériel** pour que les joueurs ne ramènent uniquement leurs périphériques pour jouer.

Suivant la taille de votre association, que vous soyez accompagné d'un sponsor ou non, le choix de l'organisation joue un rôle prépondérant dans l'organisation d'un événement car le budget et la logistique seront impactés.

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.

1) 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.

2) ÉCRANS ET CONSOLES

Suivant le jeu sur lequel vous organisez le tournoi, les spécificités des consoles et écrans ne seront pas les mêmes, autant pour des jeux de combat les écrans seront importants pour éviter les input lag tandis que sur des jeux plus familiaux même les écrans de télévision standard feront l'affaire!

Le tout est de bien se renseigner, poser des questions à la communauté, demander aux associations habituées à organiser les tournois pour trouver un maximum d'informations.

3) ÉLECTRICITÉ

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

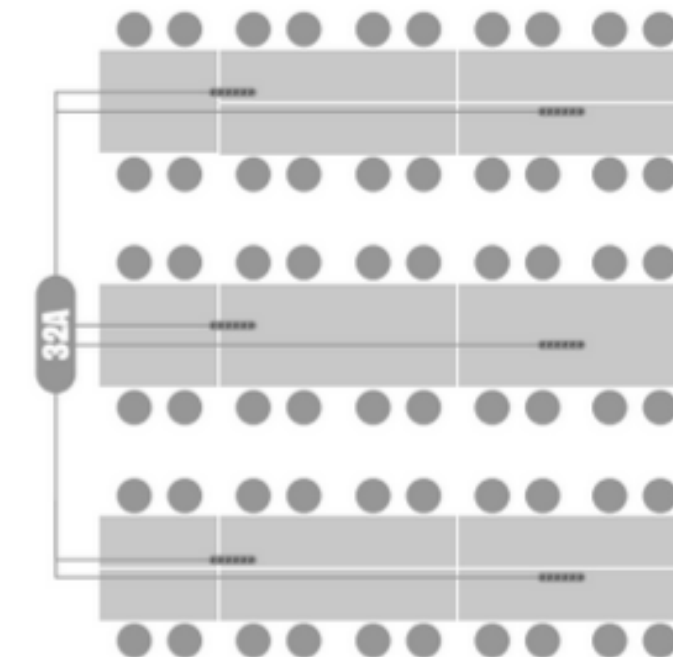
ATTENTION DANGER

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 !

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.

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

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 switchs 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.

RÉSUMÉ DE LA CONFIGURATION TYPE

Des "Blocs" de 60 joueurs pour 1 coffret électrique 32 A triphasé.

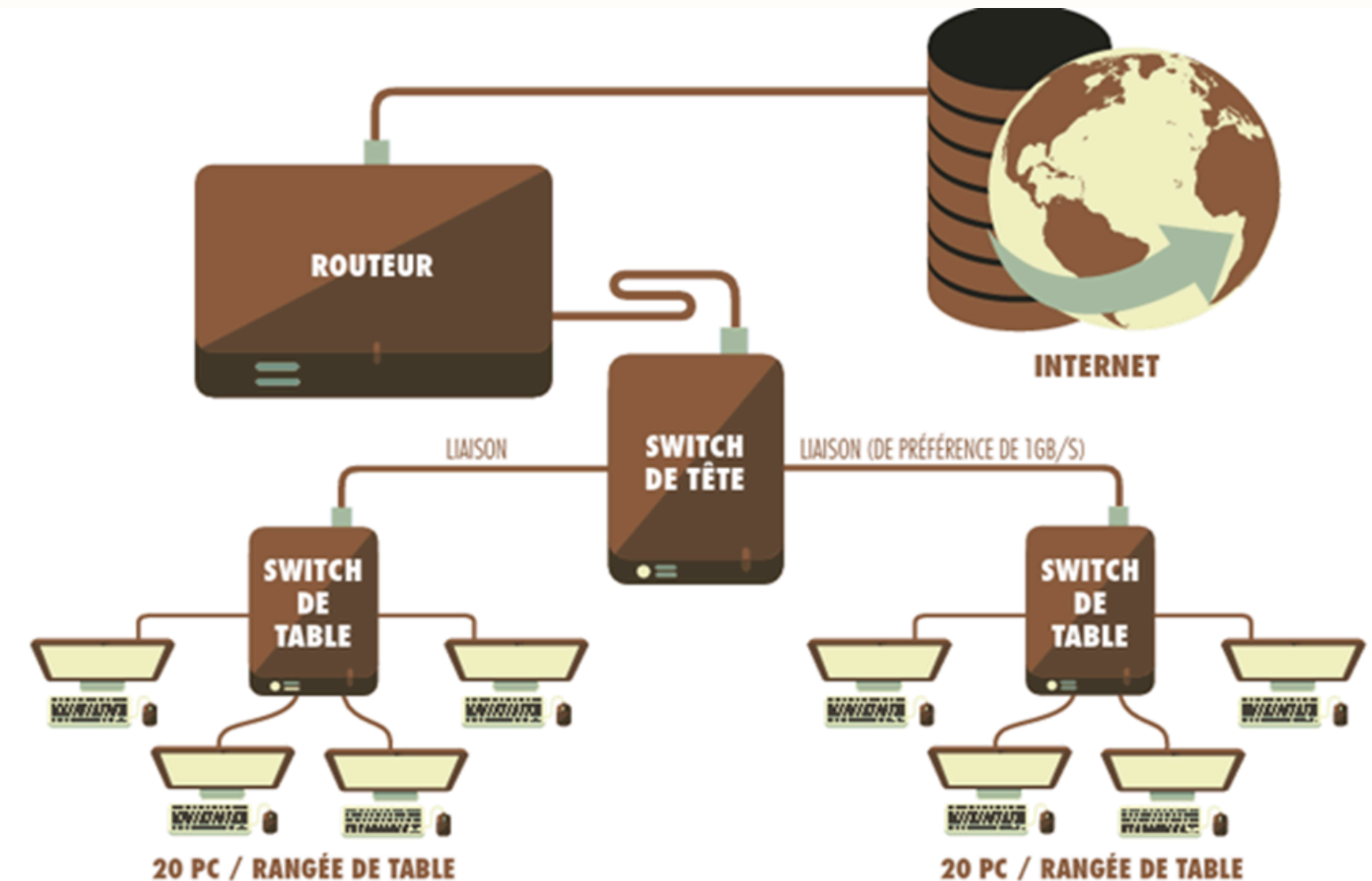
Dans un bloc : 3 rangées de 20 personnes (idéal pour placer 1 switch de 24 ports au milieu de chaque rangée afin de distribuer le réseau aux 20 joueurs).

1 rangée = 2 x 5 tables d'1,83 m.

SÉCURITÉ RÉSEAU (DDoS)

Le DDoS 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.

Si vous souhaitez en savoir plus, l'ANSSI a édité un document : **Comprendre et anticiper les attaques DDoS.**



financer 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. Demander de l'argent c'est bien, mais il faut une évaluation économique préalable des dépenses pour pouvoir parler recettes.

DÉPENSES : ÉVALUER SES BESOINS RÉELS



Identifier ses dépenses est le préalable indispensable avant d'aller chercher des recettes.

Voici une liste non exhaustive des postes les plus classiques :

INFRASTRUCTURE

Location salle, mobilier, énergie, sécurité, assurance.

TECHNIQUE

Matériel informatique, réseau / fibre dédiée (indispensable).

PRODUCTION

Streaming, régie, cast, serveurs de jeu.

COMPÉTITION

Cashprizes, trophées, frais d'arbitrage.

COMMUNICATION

Graphisme, campagnes RS, signalétique.

HUMAIN

Staff et gestion des bénévoles.

AIDES PUBLIQUES & SUBVENTIONS



L'État et les collectivités locales peuvent apporter leur soutien. Cependant, elles ne financent pas "un tournoi pour un tournoi" mais des politiques publiques ciblées (jeunesse, inclusion, numérique, animation territoriale, sport/esport ou culture).

Quelques points à considérer pour toute demande:

- Le soutien peut être en nature (local, équipements, services...) ou en numéraire.
- Bien définir le projet : dates, lieu, description, budget...
- Définir la structure porteuse (associative ou parfois lucrative) et veiller à son existence juridique (SIRET, organe de gestion).
- **Attention !** Le budget prévisionnel doit être présenté **À L'ÉQUILIBRE !** Un dossier présentant un solde négatif sera rejeté d'office ou bloqué lors du dépôt.

Formulaire de référence:

Association : demande de subvention (12156*05) [service-public.gouv.fr](https://www.service-public.gouv.fr)

Sources: État, région, département, ville (salle ou moyens techniques)

PARTENARIAT & SPONSORING



Aujourd'hui, un sponsor ne paie plus "que" pour un logo. Il investit dans une activation marketing, une expérience et un engagement public.

LE BILAN PARTENAIRE: UN POINT ESSENTIEL.

Il doit être réfléchi en amont des demandes. Sans une capacité à évaluer économiquement l'impact de l'événement, il est impossible de fidéliser vos sponsors. Vous devez être en mesure de respecter vos engagements et de fournir :

- Nombre de visiteurs réels.
- Statistiques Stream (vues, peak viewers).
- Impressions RS et engagements.
- Retombées presse.

CONTREPARTIES ET JURIDIQUE.

Les contreparties peuvent être financières, matérielles ou de la visibilité (urbain, digital, stand) ;

Les éditeurs refusent souvent les partenaires liés à l'alcool, au tabac, au betting ou au contenu adulte ;

Le contrat est obligatoire et doit présenter les parties, l'objet, les obligations de chacun, la durée, les conditions de résiliation et la gestion des litiges.

DOCUMENT DE COMMERCIALISATION / DOSSIER PARTENAIRE.

Ce support de négociation doit être **esthétique** et **synthétiser** tout ce que le partenaire doit savoir pour lui donner envie de signer :

- Une présentation de l'organisation.
- Bilan et/ou 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.



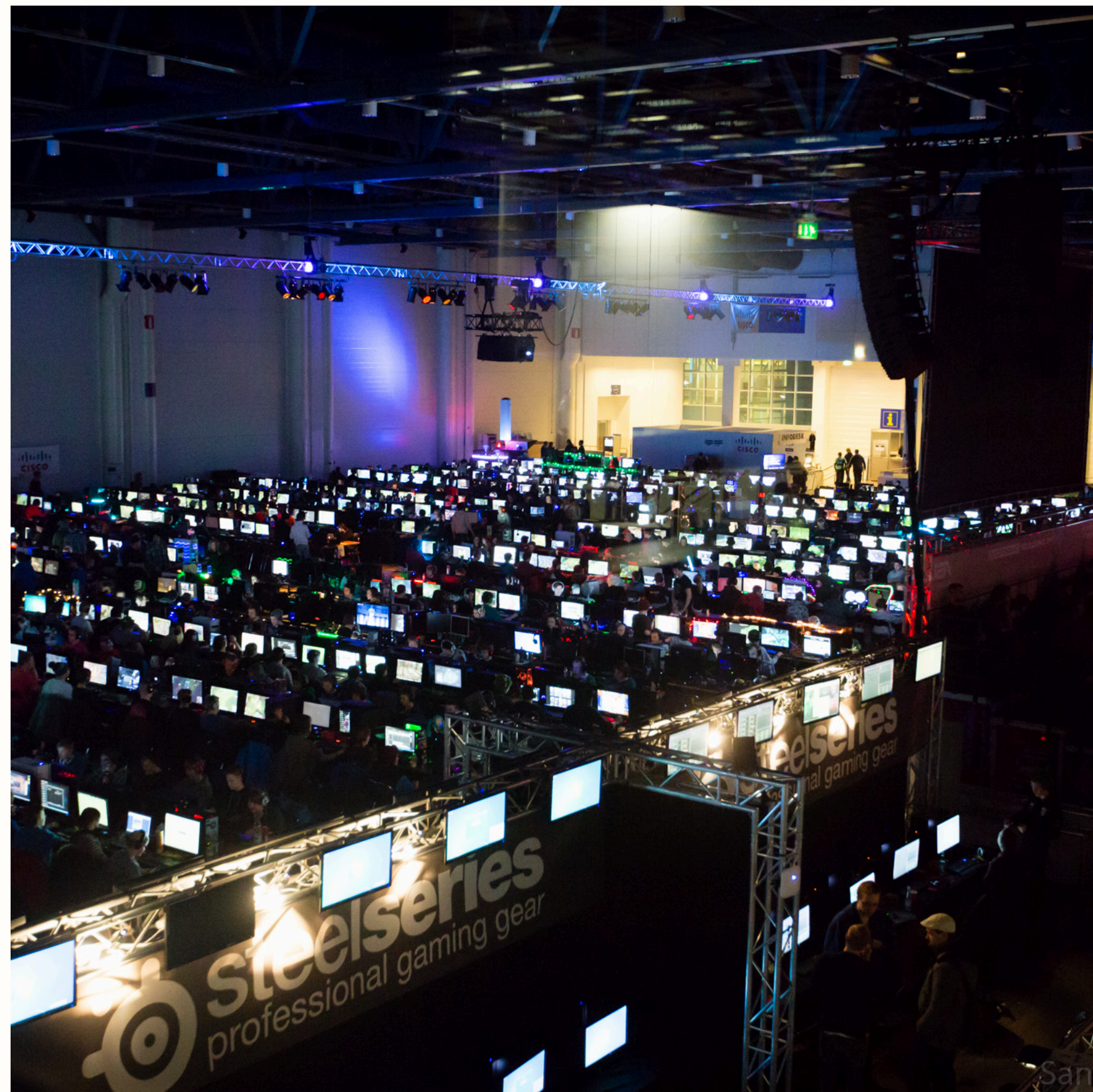
BILLETTERIE & FISCALITÉ



Les tarifs dépendent de l'ampleur de l'événement. Les tarifs "early-bird" facilitent le remplissage en amont.

RAPPEL FISCAL

- **TVA à 5,5%** pour les billets **Visiteurs** (manifestation sportive/culturelle).
- **TVA à 20%** pour les inscriptions des **Joueurs** (prestation de service).
- Les tournois online sont forcément gratuits.



les aspects légaux

Si vous avez des questions après la lecture de la partie "Aspects Légaux" du guide de l'organisation, ou si vous souhaitez rejoindre l'équipe de rédaction, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse mail suivante : a.dube@france-esports.org

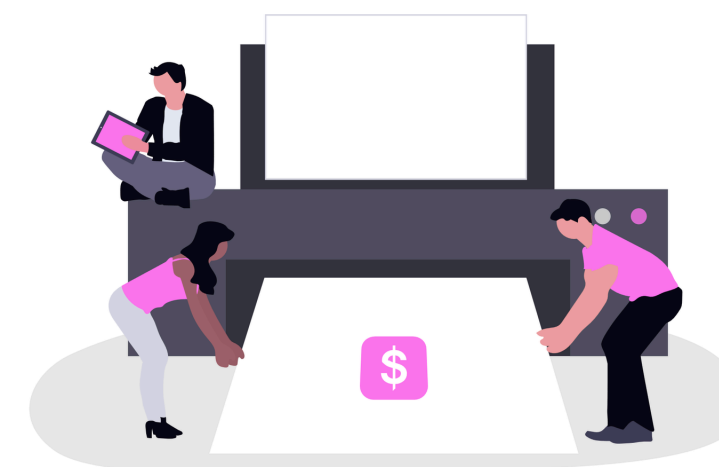
INSCRIPTIONS PAYANTES OU GRATUITES

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 vidéo**. De ce fait, plusieurs points sont à prendre en compte pour les organisateurs de compétitions. 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 vidéo**.

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* ».

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 réparation, les frais de voyage et de déplacements 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.**

Afin de compléter la partie relative aux coûts d'organisation, voici les dispositions suivantes du Code de la sécurité intérieure :

Art. R. L321-9: s'agissant de la participation financière des joueurs ne devant excéder une limite fixée par décret.

Art. R. 321-46: s'agissant de la définition des droits d'inscription.

Art. R. 321-47: s'agissant des coûts d'organisation.

Art. R. 321-48: s'agissant de l'interdiction d'avoir des frais d'inscription plus élevé que les coûts d'organisations.

Art. R. 321-49: s'agissant du montant total des gains et des lots mis en jeu, au-delà duquel les organisateurs doivent justifier de l'existence d'un instrument ou mécanisme garantissant leur reversement en totalité, fixé à 10 000 euros.

Nous pouvons également préciser qu'il s'agit de **l'article R321-40 du CSI** qui prévoit l'obligation pour l'organisateur de déclarer la tenue de sa manifestation sportive.



LA COMPÉTITION QUE J'ORGANISE EST-ELLE UN JEU D'ARGENT ET DE HASARD ?



DÉFINITION.

En France, les jeux vidéo ne sont pas considérés comme des jeux d'argent. Cependant, certains peuvent être rattachés à cette catégorie lorsqu'ils intègrent des mécaniques spécifiques répondant aux trois critères légaux du JAH :

- Une mise d'argent réelle,
- L'espoir d'un gain monétaire,
- Et un résultat lié au hasard.

Le jeu vidéo en lui-même n'est donc pas un jeu d'argent, mais il convient de respecter un cadre pour ne pas basculer vers un régime juridique JAH.



QUELLES RÈGLES POUR MON TOURNOI ?



Deux situations existent :

La compétition
en ligne

La compétition
hors ligne
(physique / IRL / Lan)

	COMPÉTITION EN LIGNE	COMPÉTITION HORS LIGNE
INSCRIPTION PAYANTE	INTERDIT	AUTORISÉ
RÉCOMPENSE MONÉTAIRE	AUTORISÉ	AUTORISÉ
DÉCLARATION*	AUCUNE DÉCLARATION	DÉCLARATION À FAIRE MAIS...

DÉCLARER SON ÉVÉNEMENT



Depuis 2017 et l'entrée en vigueur du **décret n°2017-871 du 9 mai 2017**, les organisateurs 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 organisateurs s'exposent à une amende. Les déclarations seront vérifiées par des agents du ministère que vous pouvez contacter à l'adresse suivante : sccj-esport@interieur.gouv.fr

Afin de compléter la partie relative aux sanctions en cas de manquement aux obligations des organisateurs, voici les dispositions suivantes du Code de la sécurité intérieure :

L'article R. 324-2 du Code de la sécurité intérieure prévoit qu' « est puni des peines prévues pour les contraventions de la quatrième classe le fait d'organiser une compétition de jeux vidéo mentionnée à l'article L. 321-9 sans l'avoir préalablement déclarée dans les conditions prévues dans l'article R. 321-40. »

L'article R. 324-3 du Code de la sécurité intérieure prévoit qu' « est puni des peines prévues pour les contraventions de la cinquième classe le fait pour l'organisateur d'une compétition de jeux vidéo d'avoir, y compris par négligence, laissé participer un mineur de moins de douze ans à des compétitions de jeux vidéo offrant des récompenses en sommes d'argent. ».

* EST-CE QUE JE DOIS DÉCLARER MON ÉVÉNEMENT ?

OUI

- S'il y a une inscription payante
- et s'il y a la présence d'une récompense monétaire (un cash prize, des dotations en nature (goodies, équipements, carte cadeau, etc.).

NON

- Si l'événement est caritatif, même avec une inscription payante.
- Si la compétition ne possède pas de récompense monétaire.
- Si la récompense est "honorifique" (coupe, médaille, ...).

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.

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

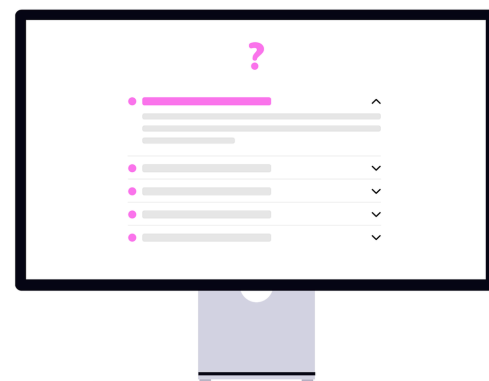
Un accusé de réception devrait vous être adressé par la suite vous confirmant la prise en compte de votre déclaration, ou, le cas échéant, d'une demande d'informations supplémentaires.

Pour rappel, si le montant total des gains est supérieur à 10 000€, les organisateurs 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.

Si la compétition ne se passe pas comme prévu, vous avez un mois pour éclaircir la déclaration avec le service central des courses et jeux de la Police Judiciaire au ministère de l'Intérieur. N'hésitez pas à faire un point avec eux, c'est un mécanisme prévu par la loi et ils sont là pour vous accompagner à régulariser votre événement.

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 DE 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 4e classe.

VOUS NE POUVEZ PAS FAIRE PAYER LA PARTIE ONLINE POUR LES INSCRIPTIONS, ELIMINATOIRES, QUALIFIERS, même si vos finales sont en LAN (présentiel).

LES NORMES PEGI



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

Si la compétition n'offre pas de récompense monétaire :

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



Si la compétition offre des récompenses monétaires :

Les organisateurs 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 (**Article R321-43 CSI**).

- Elle est interdite aux participants de 12 ans et moins (**Article R321-44 CSI**).
- Elle nécessite la mise sous séquestre des gains à la Caisse des dépôts et consignation, pour les gagnants âgés de 13 à 16 ans (**Article L321-10 CSI**).

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 Banque des Territoires**.

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 5e classe).

Depuis mars 2026, le système de notation PEGI a évolué, voici les changements :

Achats intégrés

Les jeux proposant des offres limitées dans le temps ou en quantité seront classés PEGI 12. Les jeux intégrant des NFT ou des mécanismes liés à la blockchain seront classés PEGI 18.

Contenus aléatoires payants

La classification par défaut sera PEGI 16 si le jeu contient des contenus aléatoires payants (loot boxes, gacha, etc.). Dans certains cas spécifiques, ces mécaniques pourront conduire à un PEGI 18.

Jeux avec des rendez-vous récurrents

Les mécanismes récompensant le retour dans le jeu (par exemple les quêtes quotidiennes) entraîneront une classification PEGI 7. Si ces systèmes pénalisent les joueurs qui ne reviennent pas (perte de contenu, ralentissement de la progression), ce sera PEGI 12.

Jeux en ligne et sécurité des interactions

Les jeux comportant des fonctionnalités de communication totalement non restreintes (sans possibilité de bloquer ou signaler un utilisateur) seront classés PEGI 18.





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.

Ci-dessous 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, 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 pratiques** 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

ÉVÉNEMENTS ESPORTS & SACEM



Aujourd'hui, un sponsor ne paie plus "que" pour un logo. Il investit dans une activation marketing, une expérience et un engagement public.

QUAND FAUT-IL UNE AUTORISATION DE LA SACEM ?

Vous devez obtenir une autorisation si vous diffusez de la musique protégée par le droit d'auteur, que ce soit :

- En direct pendant l'événement (musique d'ambiance, jingles, génériques...)
- Sur un stream (Twitch, YouTube, etc.)
- Lors de vidéos post-événement diffusées en ligne
- Dans un lieu public physique (salle, stade, etc.)

QUI DOIT FAIRE LA DÉMARCHÉ ?

L'organisateur de l'événement est responsable de la demande d'autorisation auprès de la SACEM. Pour les streams sur des plateformes comme Twitch, certaines peuvent avoir des accords globaux, mais cela ne couvre pas forcément tous les cas, surtout pour un événement spécifique ou sponsorisé.

	AVEC RECOMPENSES MONÉTAIRES	SANS RECOMPENSE MONÉTAIRE
MOINS DE 12 ANS	INTERDIT	AUTORISÉ (PEGI)
ENTRE 13 ET 15 ANS	AUTORISATION PARENTALE & MISE EN SEQUESTRE DES GAINS	AUTORISÉ (PEGI)
ENTRE 16 ET 17 ANS	AUTORISATION PARENTALE	AUTORISÉ (PEGI)
AU-DELÀ DE 18 ANS	AUTORISÉ	AUTORISÉ

COMMENT OBTENIR L'AUTORISATION ?

Vous devez **remplir une demande d'autorisation** via le site de la SACEM (www.sacem.fr)

Indiquer:

- Le type d'événement (e-sport)
- S'il est physique, en ligne ou hybride
- Le programme musical (si possible)
- Le nombre de spectateurs ou de vues estimées

Payer une redevance calculée selon:

- L'importance de l'événement
- Le nombre de spectateurs
- Les recettes générées

Tarif indicatif:

Il n'y a pas de tarif fixe pour un événement esport car cela dépend :

- Du format (en ligne, en salle, ou les deux)
- De l'usage de la musique
- Des recettes de l'événement

Cependant, pour un petit événement non lucratif, cela peut commencer à quelques dizaines d'euros.

Pour un événement commercial ou sponsorisé, la redevance peut s'élever à plusieurs centaines voire milliers d'euros.

CAS PARTICULIERS

Musique libre de droits: Si vous utilisez uniquement de la musique libre de droits (et que vous pouvez le prouver), vous n'avez pas à passer par la SACEM.

Compositeurs indépendants: Si la musique utilisée a été composée par un artiste qui n'est pas inscrit à la SACEM, vous devez obtenir son autorisation directement (par contrat écrit de préférence).

Twitch/YouTube : Ces plateformes ont des accords avec des sociétés de gestion, mais ne garantissent pas la couverture de tous les usages, surtout si vous utilisez de la musique en live ou en replay.

RECOMMANDATIONS

Afin de vous accompagner au mieux dans le cadre de votre événement, ces quelques démarches peuvent vous aider :

1. **Faites la demande à l'avance** (minimum 15 jours avant l'événement)
2. **Tenez un registre musical** si possible
3. **Contactez la délégation SACEM régionale** si vous avez un doute (ou passez par un formulaire en ligne)

La musique donne le ton, la légalité donne le cadre. Préparez votre événement avec sérieux, et assurez-vous qu'il soit aussi professionnel que passionnant.

EN QUOI CETTE DÉMARCHE EST-ELLE IMPORTANTE ?

Respecter les droits d'auteur en matière musicale n'est pas seulement une obligation légale, c'est aussi une manière de valoriser le travail des artistes et créateurs qui enrichissent. L'expérience de vos événements.

En vous acquittant des droits auprès de la SACEM, vous garantissez un cadre légal à votre événement, vous évitez des sanctions potentielles (amendes, retraits de contenus en ligne), et vous renforcez votre crédibilité auprès de vos partenaires, sponsors et spectateurs.

C'est un acte responsable qui contribue à la professionnalisation de votre événement.

En résumé : Organiser un événement e-sport, c'est aussi respecter les droits musicaux. Anticipez, informez-vous et faites les choses dans les règles : votre événement n'en sera que plus crédible et durable.

CHECKLIST EXPRESS – SACEM & E-SPORT

- J'utilise de la musique dans mon événement
- Je tiens un registre musical
- Je sais si elle est protégée ou libre de droits
- J'ai fait la demande d'autorisation si nécessaire
- J'ai estimé les coûts

les éditeurs

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 organisateurs tiers (licences) suivant leurs jeux vidéo.

Les organisateurs 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 organisateurs peuvent s'exposer à des poursuites judiciaires au Civil ou au Pénal.

Nombreux sont les cas où des organisateurs 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 organisateur tierce.

A noter qu'il peut arriver qu'aucun distinguo 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 organisateurs de se renseigner auprès des éditeurs 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.

BON À SAVOIR

Même si vous avez acheté vos jeux pour la réalisation de vos compétitions, ces jeux sont soumis à la Propriété Intellectuelle, qui spécifie les droits d'utilisation de façon privé dans un cadre personnel et non à but commercial. La Propriété intellectuelle est régie par la loi et il est vivement recommandé de rentrer en contact avec les éditeurs de jeux vidéo afin de comprendre et connaître les champs d'actions, possibilités et volontés de ceux-ci vis à vis de l'utilisation de leur jeu, son image etc... Une licence est attribuée par l'éditeur pour répondre à ces questions. Les éditeurs mettent à disposition des organisateurs les informations nécessaires pour réaliser des compétitions de façon pérennes et légales.

LISTE DES ÉDITEURS



ACTIVISION®

BIZZARD
ENTERTAINMENT

CAPCOM®

EA

EPIC
GAMES

RIOT
GAMES

SUP
ERC
ELL

UBISOFT

UBISOFT



MOT DE L'ÉDITEUR



Activision Blizzard accorde une grande importance à l'engagement de sa communauté compétitive. C'est dans cette optique que l'entreprise a mis en place une licence dédiée aux tournois communautaires, permettant aux passionnés d'organiser leurs propres événements dans un cadre légal, équitable et accessible.

L'objectif est de favoriser un environnement dans lequel chacun peut célébrer ses jeux favoris de manière responsable, tout en respectant certaines lignes directrices en matière de dotations, de sponsoring et de diffusion. Ce cadre a été pensé pour soutenir les initiatives locales et amateurs, tout en préservant l'intégrité de l'expérience de jeu et les valeurs chères à la communauté.

Activision Blizzard encourage ainsi les initiatives portées par les fans, dès lors qu'elles s'inscrivent dans les principes de respect, d'équité et de bonne conduite. Pour les organisateurs souhaitant aller au-delà des seuils prévus, des démarches spécifiques peuvent être envisagées via l'obtention d'une licence personnalisée.

GLOBAL À TOUS LES JEUX PROVENANT D'ACTIVISION



L'éditeur ne propose pas de licence publique à proprement parler. En revanche il est possible de faire une demande de licence communautaire par e-mail en présentant des informations précises.

LES INFORMATIONS À FOURNIR



- Le(s) jeu(x) concerné(s) par la demande : Call Of Duty Modern Warfare, Vanguard, Warzone, Mobile,...
- Le format du tournoi : en ligne ou LAN. Les règles du tournoi et toute information pertinente.
- Les récompenses envisagées.
- Les éventuels sponsors et les montants engagés.
- Le public visé.

Selon les plafonds de cashprize envisagés il y a différents tiers de licence (de 1 à 3).

- Tiers 1 : Tournois en ligne, prize pool < 10 000\$ USD, Sponsoring < 1 000\$ USD.
- Tiers 2 : Tournoi LAN, Sponsoring ≥ 1 000\$ USD, Public ≥ 500 personnes.
- Tiers 3 : LAN dans une zone de franchise CDL, Prize pool ≥ 10 000\$ USD, Sponsoring ≥ 5 000\$ USD, Public ≥ 1 000

RÈGLES À RESPECTER SOUS LICENCE COMMUNAUTAIRE



Une fois autorisé, vous devrez impérativement :

- Ne pas utiliser le label "Challengers" (réservé aux compétitions ESL FACEIT).
- Respecter le prize pool et les plafonds de sponsoring de votre tier.
- Diffuser gratuitement : pas de billet payant pour le public en ligne, pas de diffusion TV payante.
- Assurer le fair-play : pas de triche, pas de match-fixing, pas de manipulation de résultat ou comportement antisportif et modération des chats.
- Protéger la marque : ne pas faire croire à une affiliation officielle avec Activision ou la Call of Duty League.

RÉSPONSABILITÉS LÉGALES ET AUDIT



Activision se réserve le droit d'auditer votre événement, de révoquer la licence ou d'interdire votre tournoi en cas de non-conformité. Conservez une traçabilité claire des dotations, sponsoring et revenus (y compris la billetterie sur place, si autorisée).

RÉGULATIONS PEGI



Activision Blizzard s'engage à respecter les normes de classification par âge, notamment celles du système européen PEGI. L'éditeur veille à fournir des informations complètes lors du processus de labellisation, incluant les éléments interactifs comme les achats intégrés ou les contenus aléatoires.

Activision Blizzard rappelle également l'importance du contrôle parental et des outils de gestion disponibles sur ses plateformes pour garantir une expérience adaptée à tous les publics.

CONTACT



Afin d'effectuer la demande de licence et pour toutes informations relatives à votre événement:

eventrequests@callofdutyleague.com

RÈGLEMENT



En cas d'interrogation, les règles des Call Of Duty Challengers peuvent servir de référence : [Call Of Duty challengers Rules](#)





MOT DE L'ÉDITEUR



Activision Blizzard accorde une grande importance à l'engagement de sa communauté compétitive. C'est dans cette optique que l'entreprise a mis en place une licence dédiée aux tournois communautaires, permettant aux passionnés d'organiser leurs propres événements dans un cadre légal, équitable et accessible.

L'objectif est de favoriser un environnement dans lequel chacun peut célébrer ses jeux favoris de manière responsable, tout en respectant certaines lignes directrices en matière de dotations, de sponsoring et de diffusion. Ce cadre a été pensé pour soutenir les initiatives locales et amateurs, tout en préservant l'intégrité de l'expérience de jeu et les valeurs chères à la communauté.

Activision Blizzard encourage ainsi les initiatives portées par les fans, dès lors qu'elles s'inscrivent dans les principes de respect, d'équité et de bonne conduite. Pour les organisateurs souhaitant aller au-delà des seuils prévus, des démarches spécifiques peuvent être envisagées via l'obtention d'une licence personnalisée.

GLOBAL À TOUS LES JEUX PROVENANT DE BLIZZARD



TOURNOIS COMMUNAUTAIRES

Licence disponible librement permettant, sans autorisation supplémentaire que le respect des règles, d'organiser un événement.

Ce tournoi n'est en revanche, ni approuvé, ni soutenu par Activision Blizzard et les participants doivent en être clairement informés.

Activision Blizzard propose une licence de tournoi communautaire permettant l'organisation de compétitions amateurs autour de leurs jeux (Hearthstone, StarCraft II, Overwatch, World of Warcraft, etc.), à condition de respecter certaines limites et règles.

CONDITIONS GÉNÉRALES

Dotations et frais:

- Prix par événement: maximum 25 000 \$ USD.
- Dotation totale sur 12 mois: maximum 100 000 \$ USD.

Si ces plafonds sont dépassés, il faut demander une licence personnalisée.

Frais d'inscription possibles (en respect des lois en vigueur) si équivalents à 50% de la valeur des dotations.

Crowdfunding autorisé si précisé comme non sponsorisé par Blizzard, et les fonds utilisés intégralement pour l'événement.

Sponsors et publicité:

- Contribution maximale par sponsor : 10 000 \$ USD
- Total par événement 25 000 \$ USD.

Interdiction de sponsors liés à l'alcool, tabac, jeux d'argent, armes, pornographie, crypto, NFT, etc.

Diffusion et streaming:

Streaming en ligne autorisé (Twitch, YouTube...), gratuit pour les viewers. Pas de diffusion télé, ni couplage avec d'autres contenus. Chats en ligne doivent être modérés. Blizzard peut utiliser les contenus (vidéos, screenshots...) de l'événement à titre promotionnel.

Branding et merchandising:

L'utilisation des logos de Blizzard doit respecter **les recommandations officielles**. Vente d'objets dérivés interdite sans accord (ex. t-shirts, goodies).

Intégrité et conduite:

Le tournoi doit favoriser le fair-play ; toute triche, match-fixing ou comportement antisportif est interdit. Respect du **Code of Conduct** Blizzard (intégrité, respect, etc.).

RÉSPONSABILITÉS LÉGALES ET AUDIT



L'organisateur assume la responsabilité légale (loi locale, fiscalité, etc.). Blizzard se réserve le droit d'auditer les comptes, de révoquer la licence, d'annuler l'événement ou supprimer les points en cas de non-conformité.

CONTACT & LICENCE PERSONNALISÉE



Si vos événements excèdent les seuils, une licence personnalisée est nécessaire.

PARTICULARITÉ LIÉE À OVERWATCH



Restriction renforcée sur les sponsors, interdits explicites pour:

- Marques de matériel informatique (ex: claviers, souris, cartes graphiques).
- Boissons énergétiques.
- Télécommunications ou services concurrents à ceux de Blizzard.

Ces types de sponsors peuvent être acceptés uniquement via une Custom License validée par Blizzard. Contrôle et validation renforcé sur les événements même communautaires.

RÉGULATIONS PEGI



Activision Blizzard s'engage à respecter les normes de classification par âge, notamment celles du système européen PEGI.

L'éditeur veille à fournir des informations complètes lors du processus de labellisation, incluant les éléments interactifs comme les achats intégrés ou les contenus aléatoires.

Activision Blizzard rappelle également l'importance du contrôle parental et des outils de gestion disponibles sur ses plateformes pour garantir une expérience adaptée à tous les publics. Blizzard met à disposition un portail relatif au contrôle parental.

Blizzard met à disposition un portail relatif au **contrôle parental**.

PRESS KIT



Pour toutes demandes, questions relatives aux médias : **Blizzard Press Center**

CONTACT



Pour tout événement dépassant ces conditions, contactez directement: **tournamentlicenses@blizzard.com**

Pour tout événements relatifs à Overwatch: **OWtournamentlicenses@blizzard.com**

RÈGLEMENT



Retrouver les règles complètes : **Licence de compétition communautaire Blizzard**





MOT DE L'ÉDITEUR

Capcom apprécie la passion que nos joueurs et les membres de notre communauté ont pour le jeu. Capcom souhaite permettre aux membres de nos communautés d'organiser des tournois communautaires comme moyen de profiter du jeu, sous réserve des conditions suivantes. Depuis 2014, Capcom organise le Capcom Pro Tour, une série de tournois de jeux de combat qui se déroulent dans plus de 40 pays, avec des événements en ligne dans jusqu'à 129 pays à travers le monde.

En parallèle de ces compétitions professionnelles, Capcom met en place une licence communautaire gratuite pour les tournois non commerciaux. Cette licence permet aux organisateurs de petits événements de promouvoir le jeu tout en respectant certaines limites, elles que des plafonds de dotation et des restrictions sur les sponsors.

L'objectif est de soutenir la scène compétitive locale et de permettre à un plus grand nombre de joueurs de participer à des compétitions, tout en maintenant l'intégrité de la marque.

STREET FIGHTER 6



TOURNOIS COMMUNAUTAIRES (À BUT NON LUCRATIF)

Réservé aux personnes physiques majeures, agissant à titre personnel ou pour le compte de tout organisme à titre non commercial.

Capcom propose une licence gratuite permettant aux organisateurs non professionnels d'organiser des tournois locaux autour de Street Fighter 6, tout en respectant certaines conditions.

CONDITIONS GÉNÉRALES

Organisateurs éligibles

Individus ou groupes non commerciaux.

Frais d'inscription

Autorisé jusqu'à 20 \$ USD par participant, uniquement pour couvrir les coûts d'organisation.

Dotation maximale

La valeur totale des prix ne doit pas dépasser 10 000 \$ USD sur une période de 12 mois.

Sponsoring

Les contributions des sponsors doivent être inférieures à 5 000 \$ USD par événement et 20 000 \$ USD par an.

Diffusion

Autorisée sur des plateformes de streaming en ligne, mais interdite sur des chaînes de télévision ou des services de streaming payants.

Utilisation des marques

L'utilisation des logos, musiques ou autres éléments protégés de Capcom est restreinte sans autorisation spécifique.

Ventes de produits dérivés

Interdite sans accord préalable.

Contenu capturé

Les organisateur conservent les droits sur les photos et vidéos prises lors de l'événement.

Pour les événements dépassant ces limites

Si votre tournoi prévoit de dépasser les seuils mentionnés (par exemple, une dotation supérieure à 10 000 \$ USD), il est nécessaire de contacter Capcom pour obtenir une licence commerciale spécifique. Pour consulter les détails complets et soumettre une demande de licence, veuillez visiter le site officiel de Capcom Pro Tour : [Demande de Licence](#)

RÉGULATIONS PEGI

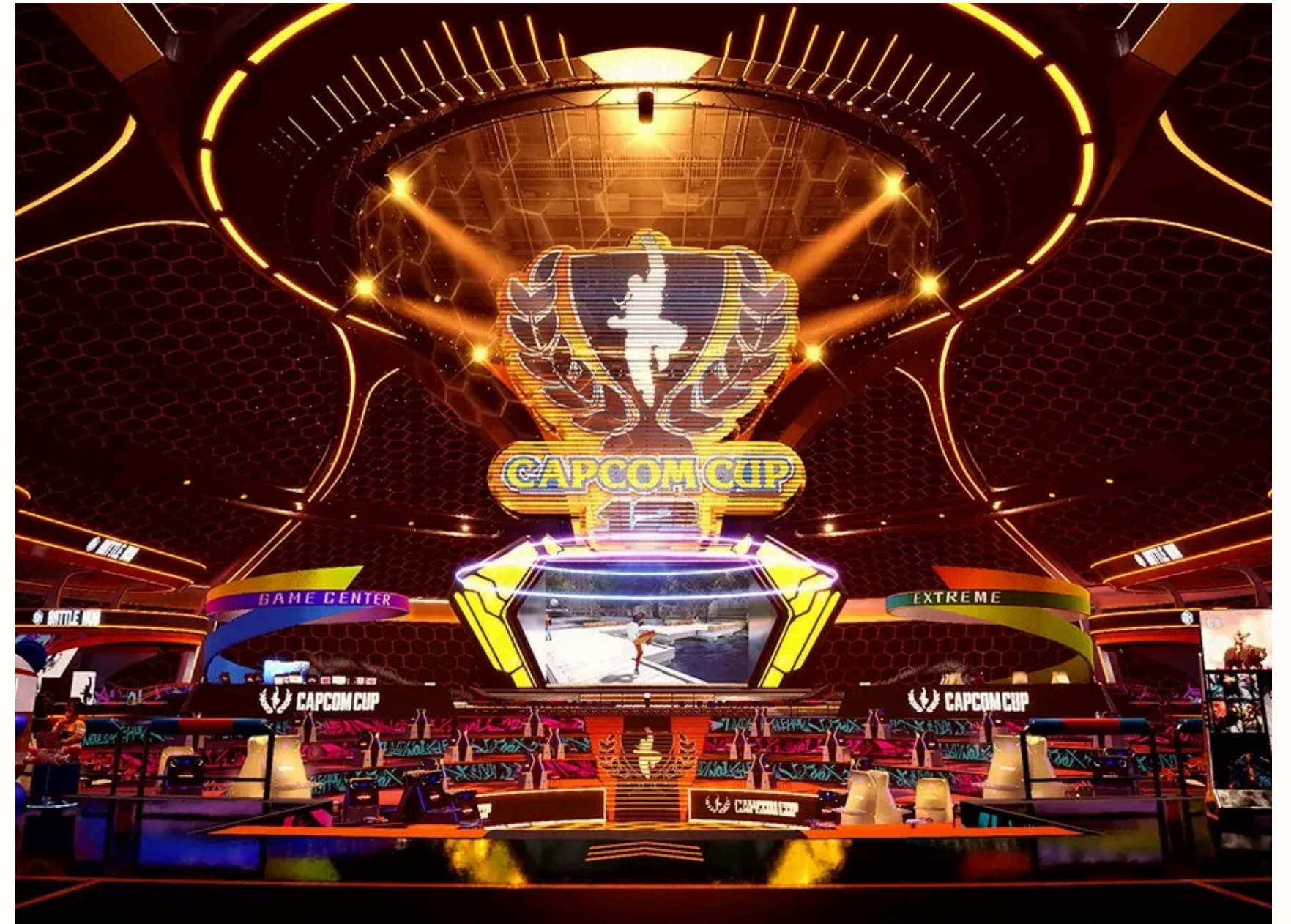
Capcom, fidèle à sa mission de « devenir un créateur de culture » à travers des jeux vidéo qui transcendent le simple divertissement, place la responsabilité sociale au cœur de son approche.

Dans cette optique, et conformément à sa volonté de proposer des contenus adaptés et respectueux de tous les publics, le respect de la classification PEGI attribuée à chacun de ses jeux est fortement recommandé.

Cette classification garantit que les jeux sont utilisés dans un cadre approprié à l'âge des participants et du public, en particulier lors d'événements communautaires.

Les organisateurs sont donc invités à se conformer strictement à la classification d'âge de Street Fighter 6 et à en tenir compte dans la conception, la communication et l'encadrement de leurs tournois.

Pour plus de renseignements :
CAPCOM Philosophie.





MOT DE L'ÉDITEUR



EA apprécie la passion que nos joueurs et membres de la communauté ont pour nos jeux. Les membres de nos communautés nous demandent souvent s'ils peuvent organiser un tournoi non commercial pour profiter de nos jeux. EA ne s'oppose pas à l'utilisation de ses jeux vidéo dans le cadre de votre tournoi communautaire, à condition que vous respectiez les directives suivantes. Il est de votre responsabilité (et de celle de tout sponsor ou tiers impliqué dans votre tournoi) de respecter toutes les lois et réglementations applicables.

AUCUNE AFFILIATION AVEC EA NI UTILISATION DE SA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE



Vous ne pouvez pas utiliser les œuvres graphiques, logos ou marques déposées d'EA (incluant les logos de jeux, le nom Electronic Arts, EA, EA SPORTS, ou ceux de nos partenaires) pour promouvoir votre tournoi ou sur votre site web. **Vous ne devez pas non plus suggérer que votre tournoi ou site web est approuvé ou affilié à EA.** Toutefois, vous pouvez indiquer que votre tournoi utilise un jeu spécifique d'EA. **Vous devez inclure la mention suivante de manière claire et visible sur votre site web, la plateforme de la compétition et tous supports relatifs à votre compétition:** « *Ce tournoi n'est ni affilié ni sponsorisé par Electronic Arts Inc. ou ses concédants de licence.* ».

GUIDELINES DES TOURNOIS COMMUNAUTAIRES APPLICABLES À TOUS LES JEUX EA



Les tournois communautaires sont, comme leur nom l'indique, des événements de petite envergure centrés sur une passion commune, et non une entreprise lucrative ou de grande ampleur, ni une simple publicité ou promotion pour un produit ou une marque. EA comprend que l'organisation d'un tournoi peut engendrer des coûts. Toutefois, les activités commerciales associées au tournoi (par ex. frais d'inscription, parrainage, publicités, marketing, etc.) doivent correspondre à l'esprit et à l'objectif d'un événement communautaire, où l'accent est mis uniquement sur le jeu.

Nos jeux peuvent contenir des images, musiques ou contenus sous licence de tiers, et EA n'a pas obtenu l'autorisation explicite pour que vous utilisiez ces éléments. Vous devriez consulter un conseiller juridique pour savoir si vous devez contacter les titulaires de droits concernés pour obtenir leur autorisation.

VOUS NE POUVEZ PAS ORGANISER DE TOURNOI EN RÉPUBLIQUE DE TURQUIE.

Vous, votre tournoi, ainsi que les utilisateurs de nos jeux dans le cadre du tournoi, devez respecter les Conditions d'utilisation d'EA (y compris les Règles de conduite) ainsi que toutes les règles et conditions applicables d'EA. EA se réserve le droit de prendre toute mesure appropriée contre tout organisateur de tournoi ne respectant pas ces règles et principes, à sa seule discrétion. Les prix doivent être définis et annoncés avant le début du tournoi. La valeur totale en argent (ou équivalent en valeur) de l'ensemble des prix remis lors de vos tournois au cours d'une année civile ne doit pas dépasser 10 000 USD (ou équivalent dans la monnaie locale).

FRAIS D'INSCRIPTION

Vous pouvez demander un droit d'entrée n'excédant pas 20 USD (ou équivalent dans la monnaie locale) par participant. En tout état de cause, ces frais doivent uniquement servir à couvrir les coûts d'organisation du tournoi.

DIFFUSION EN STREAMING

EA n'est pas opposée à la diffusion en direct de votre tournoi. Cependant, vous ne pouvez pas, et ne pouvez pas permettre à d'autres de, diffuser le tournoi sur des plateformes non dédiées au streaming (ex. télévision, plateformes numériques payantes, etc.).

Vous pouvez mentionner des sponsors en lien avec votre tournoi (par exemple en utilisant des formulations comme « soutenu par »), mais vous ne pouvez pas inclure le nom d'un sponsor dans le titre du tournoi (ex. vous ne pouvez pas appeler votre tournoi « Acme Company [Titre du jeu EA] Invitational »).

Retrouvez les guidelines complètes dans le lien ci-joint : [Community Tournament Guidelines](#).

RÉGULATIONS PEGI



Tout contenu contraire aux classifications ESRB, PEGI, OFLC, USK ou toute autre classification applicable sont interdits.

Plus d'informations sur le lien ci-joint : [EA outils parentaux et à destination des joueurs](#)

FC26



PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

TOURNOIS DE GRANDE ENVERGURE

Les organisateurs commerciaux peuvent contacter EA à l'adresse suivante:

easportsfclicenserequest@ea.com

Vous ne pouvez pas utiliser de visuels, logos ou marques déposées d'EA ou d'EA SPORTS FC (incluant le nom Electronic Arts ou EA) pour promouvoir votre tournoi ou sur votre site web. Vous ne devez pas suggérer que votre tournoi ou son site est approuvé ou affilié à EA. Cependant, vous pouvez indiquer que votre tournoi utilise le jeu EA SPORTS FC. Vous devez également afficher de manière claire et visible la mention suivante sur tous les supports et sites liés au tournoi: « Ce tournoi n'est ni affilié ni sponsorisé par Electronic Arts Inc. ou ses concédants de licence. »

MODES DE JEU AUTORISÉS

Votre tournoi peut utiliser EA SPORTS FC uniquement en mode « **Ultimate Team** » ou « **Coup d'envoi** ».

S'il s'agit d'un événement Pro Clubs, il doit être exclusivement en ligne et ne peut pas utiliser de clubs ou ligues réels sans autorisation écrite explicite de chacun d'eux.

Suivez les lignes directrices générales d'EA décrites à la page précédente, ainsi que les: [EA SPORTS FC Community tournament Guidelines](#)



APEX LEGENDS



TOURNOIS COMMUNAUTAIRES

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

TOURNOIS DE GRANDE ENVERGURE

Les organisateurs commerciaux peuvent contacter EA à l'adresse suivante:

apexlegendslicenserequests@ea.com

EA autorise les tournois communautaires non lucratifs sur Apex Legends, à condition de respecter certaines règles. Ces compétitions doivent rester à petite échelle, centrées sur la passion du jeu, sans but lucratif ni visée publicitaire. Les organisateurs doivent respecter toutes les lois locales.

Dotation maximale annuelle

10 000 USD.

Frais d'inscription

20 USD maximum par participant, uniquement pour couvrir les coûts.

Diffusion

Autorisée en streaming, mais interdite sur des chaînes ou plateformes non spécialisées dans le streaming.

Interdictions

Aucun partenariat avec des entreprises liées à des produits ou services sensibles (alcool, tabac, armes, paris, cryptomonnaies, etc.) ou concurrentes d'EA.

Suivez les lignes directrices générales d'EA décrites à la page précédente, ainsi que les: Apex Legends Community tournament Guidelines



MADDEN NFL



TOURNOIS COMMUNAUTAIRES

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

TOURNOIS DE GRANDE ENVERGURE

Les organisateurs commerciaux peuvent contacter EA via ce formulaire: [Accessible aux organisateurs commerciaux.](#)

EA autorise les tournois communautaires non lucratifs sur Madden NFL, à condition de respecter certaines règles. Les organisateurs doivent respecter toutes les lois locales.

Dotation maximale annuelle

10 000 USD.

Frais d'inscription

20 USD maximum par participant, uniquement pour couvrir les coûts.

Diffusion

Autorisée en streaming, mais interdite sur des chaînes ou plateformes non spécialisées dans le streaming.

Interdictions

Aucun partenariat avec des entreprises liées à des produits ou services sensibles (alcool, tabac, armes, paris, cryptomonnaies, etc.) ou concurrentes d'EA.

Suivez les lignes directrices générales d'EA décrites à la page précédente, ainsi que les: Madden Community tournament Guidelines

RESTRICTIONS NFL

Vous ne pouvez pas utiliser le nom « NFL », les logos du bouclier NFL, ni aucune autre marque NFL (définie comme les marques déposées et logos de la National Football League et de ses clubs membres), y compris – sans s'y limiter – « National Football League », « NFL », « National Football Conference », « American Football Conference », « NFC », « AFC », « Super Bowl », « Pro Bowl », les logos NFL Shield, ainsi que tous les noms d'équipes, surnoms, casques, maillots, logos, slogans, schémas de couleurs et autres symboles identifiants utilisés à des fins commerciales par les clubs membres.



MOT DE L'ÉDITEUR



Epic Games encadre l'organisation de tournois communautaires à travers une licence d'événement destinée aux individus et structures non commerciales souhaitant proposer des compétitions autour de jeux comme Fortnite ou Rocket League.

Cette licence a pour but de définir un cadre légal clair et accessible pour les événements à petite échelle, tout en assurant le respect des propriétés intellectuelles de l'éditeur et des standards de sécurité, de diffusion et de sponsoring. Elle autorise notamment :

- L'organisation de tournois non commerciaux avec des frais d'entrée limités ;
- Une dotation totale plafonnée (variable selon les titres) ;
- La diffusion en ligne sur des plateformes gratuites ;
- Un usage limité des marques Epic, sous conditions spécifiques.

Les événements dépassant ces seuils ou souhaitant s'inscrire dans une démarche commerciale doivent faire l'objet d'une demande de licence spécifique auprès d'Epic Games.

L'éditeur met également à disposition des outils de contrôle parental et des mécanismes de classification par âge (notamment PEGI), afin de permettre une expérience adaptée à tous les publics. Les détails complets et conditions d'éligibilité sont disponibles sur le site officiel d'Epic Games, disponible en redirection sur cette page.

GLOBAL À TOUS LES JEUX PROVENANT DE EPIC GAMES



TOURNOIS COMMUNAUTAIRES À BUT NON LUCRATIF

Réservé à des personnes ou organismes à but non commercial. Epic Games propose une licence gratuite permettant aux organisateurs non commerciaux d'organiser des tournois autour de leur jeux, tout en respectant certaines conditions :

CONDITIONS PRINCIPALES

Organisateurs éligibles

Individus ou groupes non commerciaux.

Frais d'inscription

Interdits par défaut. Si des frais sont perçus, ils doivent uniquement couvrir les coûts directs de l'événement. Aucun bénéfice ne peut être généré.

Dotation maximale

La valeur totale des prix ne doit pas dépasser un plafond global par organisateur (pas par événement) de 50 000 \$ USD sur la période d'un mois, 250 000 \$ USD sur une période de 6 mois, 500 000 \$ USD sur une période d'une année.

Sponsoring

Le sponsoring est autorisé dans les mêmes limites financières. Une liste de sponsor interdit est disponible sur le [lien](#) pour le jeu Fortnite ou ce [lien](#) pour le jeu Rocket League.

Diffusion

Autorisée sur des plateformes de streaming en ligne, mais interdite sur des chaînes de télévision ou des services de streaming payants. Une déclaration est nécessaire pour toutes diffusions.

Utilisation des marques

L'utilisation des logos, musiques ou autres éléments protégés de Fortnite est restreinte sans autorisation spécifique.

Par défaut dans le cadre de l'utilisation des logos

Gardez votre logo / image de marque clairement différencié de celui de Fortnite. Les éléments officiels ne doivent pas être modifiés.

Ventes de produits dérivés

Interdite sans accord préalable.

Contenu capturé

Les organisateurs conservent les droits sur les photos et vidéos prises lors de l'événement tant qu'ils respectent les conditions de la licence.

Pour les événements dépassant ces limites

Si votre tournoi prévoit de dépasser les seuils mentionnés, il est nécessaire de contacter Epic Games pour obtenir une licence commerciale. Pour consulter les détails complets et soumettre une demande de licence, veuillez visiter le site officiel de :



Fortnite
Demande de Licence



Rocket League
Demande de Licence

RÉGULATIONS PEGI

Epic Games reconnaît l'importance des systèmes de classification comme PEGI pour aider les parents et les joueurs à comprendre l'âge approprié pour accéder à leurs jeux.

Fortnite est officiellement classé PEGI 12 en Europe, conformément aux critères établis par PEGI, en raison de la présence de violence modérée. Pour plus de renseignement : **Fortnite PEGI**.

CONTACT

Vous avez des questions sur les règles et licences des tournois de la communauté pour organiser votre propre tournoi ?

Le mail suivant est disponible pour tous compléments d'informations:
epicrequests@blast.tv

PRESS KIT

Un press kit est disponible sur le lien suivant: **Fortnite Press**

Pour toutes demandes, questions relatives aux médias:
press@mediatonicgames.com





MOT DE L'ÉDITEUR



Les licences pour le tournoi de League of Legends sont fournies par Riot Games Limited (« Riot ») pour le Territoire. Il existe quatre niveaux de licence pour les tournois. Ces licences sont fournies par tournoi. Le niveau requis dépend de la nature du tournoi proposé et de la nature du demandeur.

À NOTER



- **Organisateurs non-commerciaux:** joueurs et groupes communautaires animés par des joueurs, cybercafés et salles de jeux en LAN.
- **Organisateurs commerciaux:** organisateurs de tournois, plateformes de tournois, équipes et organisations d'e-sport, Influenceurs majeurs, Autres entreprises et entités commerciales.

Si vous êtes une marque, ou une agence agissant pour le compte d'une marque, veuillez contacter:
brandrequests@riotgames.com pour en discuter

LICENCES TOURNOIS INTERSCOLAIRES ET GRANDS TOURNOIS VALABLES POUR L'ENSEMBLE DES JEUX RIOT GAMES



Les licences de tournoi ci-dessous ne peuvent être accordées à des marques, des agences pour le compte de marques, ni pour des activations de marques spécifiques.

LICENCE POUR LES TOURNOIS INTERSCOLAIRES

Accessible aux organisateurs écoles, collèges, universités, lorsque la compétition pourrait comporter plus de deux établissements.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée, appropriés à une compétition scolaire. Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours

LICENCE POUR LES GRANDS TOURNOIS

Le traitement des candidatures peut prendre beaucoup de temps. Elles ne sont acceptées que dans des circonstances exceptionnelles.

PRESS KIT



<https://www.riotgames.com/en/press>

UTILISATION DES LOGOS ET DE L'IMAGE DE LA MARQUE DANS VOS COMMUNICATIONS



L'utilisation des logos et des images appartenant à Riot Games est strictement encadrée et soumise à une autorisation préalable, ainsi qu'au respect des conditions d'utilisation établies par la société.

RÉGLEMENTATIONS PEGI



L'utilisation des licences pour les mineurs ainsi que leur participation aux compétitions dans l'univers des jeux Riot doivent se faire dans le respect des conditions définies par Riot Games.

Pour plus d'informations, nous vous invitons à consulter la FAQ dédiée aux parents de joueurs mineurs :

- [Support Valorant](#)
- [Support League Of Legends](#)
- [Support Teamfight Tactics](#)
- [Support Legends of Runeterra](#)
- [Support League Of Legends WildRift](#)
- [Support 2XKO](#)

LEAGUE OF LEGENDS



LEAGUE OF LEGENDS

PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

lolesportsfrance@riotgames.com



VALORANT




PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

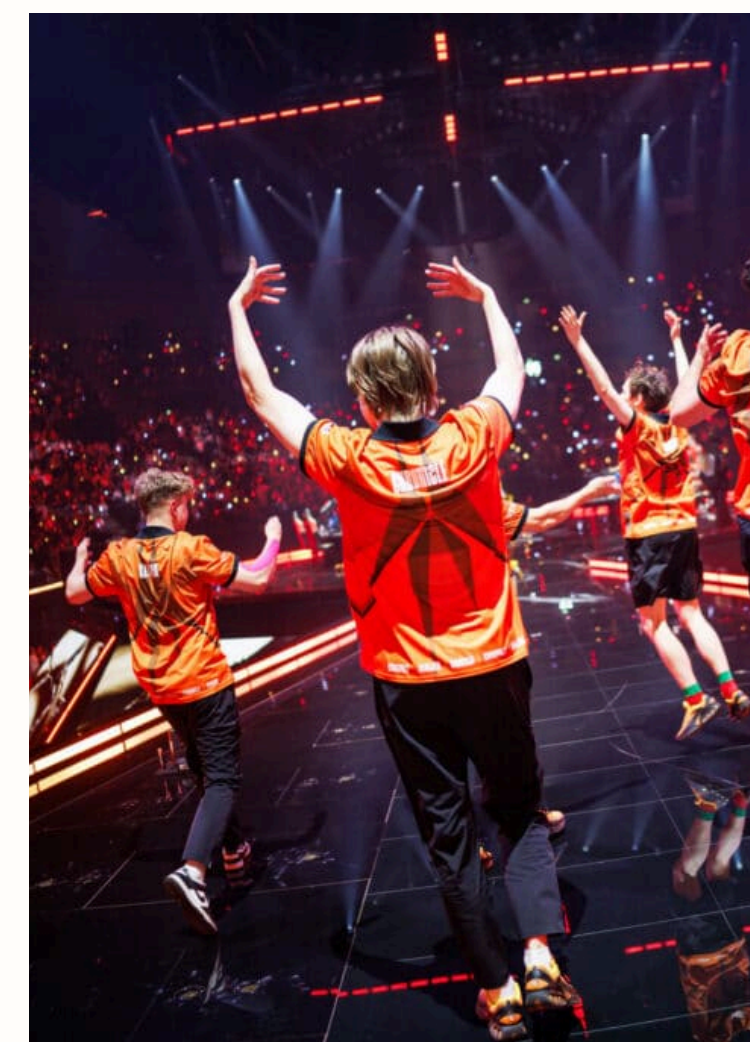
Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

valesportsfrance@riotgames.com



TEAMFIGHT TACTICS



PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

tftesportsfrance@riotgames.com



LEAGUE OF LEGENDS WILD RIFT



PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

lolesportsfrance@riotgames.com



LEGENDS OF RUNETERRA



PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

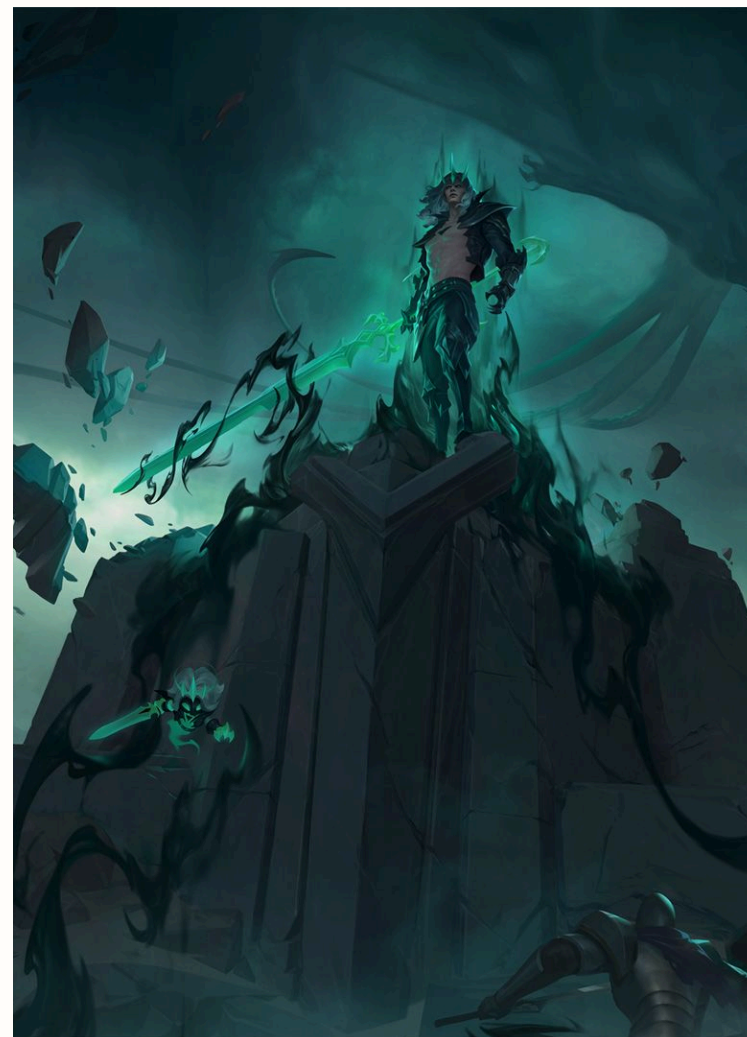
Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

lolesportsfrance@riotgames.com



2XKO



PETITS TOURNOIS

Réservé aux organisateurs non commerciaux.

Limitations strictes sur les prix, le format et la durée.

Limitations strictes sur les sponsors et les activations de marque.

Utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games interdite, à l'exception du kit créatif fourni par Riot.

Licence accordée, sous réserve du respect des présentes **guidelines**.

TOURNOIS MOYENS

Accessible aux organisateurs commerciaux.

Limitations modérées sur les prix, le format et la durée.

Limitations modérées sur les sponsors et la commercialisation.

Les dates ne doivent pas entrer en conflit avec celles des événements Riot majeurs.

L'utilisation de la propriété intellectuelle de Riot Games à des fins commerciales peut être autorisée, avec la permission explicite de Riot.

Les demandes de licences sont traitées en général dans les 14 jours.

Vous pouvez contacter directement l'adresse ci-dessous pour toutes demandes:

2xkoesportsfrance-rg@riotgames.com





MOT DE L'ÉDITEUR



Vous souhaitez organiser votre propre tournoi autour d'un jeu Supercell ? Que vous soyez un petit groupe de fans passionnés ou une entreprise spécialisée dans l'organisation de tournois, nous sommes là pour vous aider !

Notre objectif est de faire en sorte que les tournois soient équitables, amusants et sans prise de tête pour tout le monde. C'est pourquoi nous avons rédigé ces lignes directrices pour les tournois, aussi simples qu'une tarte... une tarte préparée au micro-ondes !

GLOBAL À TOUS LES JEUX PROVENANT DE SUPERCCELL



LICENCES

L'éditeur Supercell ne prévoit pas de licence pour l'organisation de compétition à condition que certaines conditions soient respectées. Les conditions prévues par Supercell sont les suivantes :

CONDITIONS GÉNÉRALES

Gratuité

La participation doit être entièrement gratuite. Aucun frais d'inscription n'est autorisé, même indirectement.

Dotation

La valeur totale des prix ne doit pas dépasser 50 000 € par événement. Les prix doivent être financés par l'organisateur uniquement.

Public visé

Les participants doivent avoir au moins 13 ans. L'autorisation parentale est exigée pour les mineurs si un cash prize est prévu.

INTERDICTIONS

Sont strictement interdits : paris, loteries, jeux d'argent, contenu offensant ou illégal, incitation à la haine, etc.

Match-fixing et triche: Toute forme de tricherie, manipulation de résultat ou comportement antisportif est prohibée.

Diffusion & enregistrement: Les événements peuvent être diffusés gratuitement en ligne (Twitch, YouTube, etc.). Les spectateurs ne doivent pas être facturés pour accéder à ces diffusions. Les vidéos et images issues de l'événement peuvent être utilisées à des fins de promotion, dans le respect de la politique de contenu de Supercell.

BRANDING, SPONSORS ET PROMOTION

Logos & marques

L'utilisation des logos de jeu nécessite une autorisation écrite. Le logo Supercell est strictement interdit.

Contenu promotionnel

Vous pouvez utiliser les ressources visuelles mises à disposition par Supercell, mais sans les modifier.

Sponsors

Les partenariats sont autorisés, à condition de ne pas laisser croire que Supercell est impliqué dans l'événement.

Interdits publicitaires

Aucune promotion liée à l'alcool, tabac, drogues, armes, pornographie, jeux d'argent, cryptomonnaies ou autres éditeurs de jeux vidéo n'est autorisée.

AUTRES POINTS À RETENIR**MATÉRIEL**

Les joueurs doivent utiliser des appareils mobiles officiels. L'utilisation d'émulateurs, de bots ou de versions modifiées est interdite.

CONDITIONS LÉGALES

Les tournois doivent respecter les lois locales et les politiques officielles de Supercell (Conditions d'utilisation, Confidentialité, Fan Content Policy). Supercell se réserve le droit d'annuler ou d'interdire un événement si les règles ne sont pas respectées.

RÉGULATIONS PEGI

Les jeux Supercell (Clash Royale, Brawl Stars, Clash of Clans, etc.) sont soumis à des systèmes de classification par âge dans les différentes boutiques d'applications.

La classification PEGI est un repère essentiel en Europe pour informer sur la nature du contenu d'un jeu. La classification PEGI informe sur le contenu, mais la politique d'âge de Supercell vise à garantir la sécurité numérique des plus jeunes et la conformité avec les législations internationales en matière de vie privée.

POLITIQUE D'ÂGE DE SUPERCELL

L'âge minimum requis pour jouer à un jeu Supercell est 13 ans, même si le PEGI peut indiquer un seuil inférieur.

Cette limite est définie par Supercell pour se conformer aux réglementations relatives à la protection des données des mineurs (ex. : COPPA, RGPD).

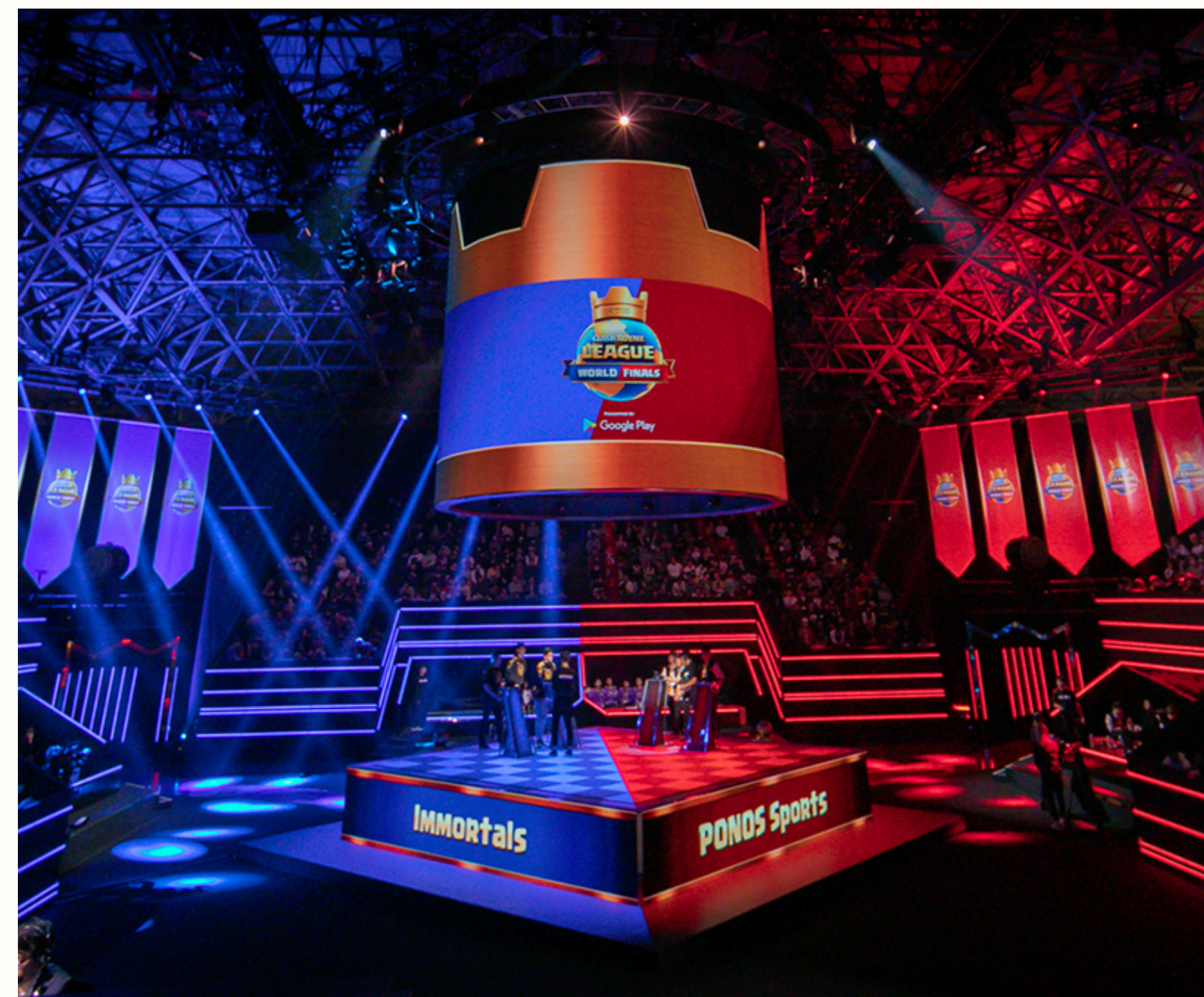
Pour les joueurs mineurs, l'autorisation parentale est exigée pour créer un compte. Supercell met à disposition des guides pour les parents: **Guide des parents**

PRESS KIT

Pour toutes demandes, questions relatives aux médias: **media@supercell.com**

CONTACT

Pour tout événement dépassant ces conditions, contactez directement : **tournaments@supercell.com**





UBISOFT

MOT DE L'ÉDITEUR



L'éditeur encourage l'organisation de tournois sur ses jeux esports comme :

- Tom Clancy's Rainbow Six: Siege
- Trackmania
- For Honor
- Brawlhalla

En mettant à dispositions des licences communautaires et personnalisées en fonction du type et de la taille du tournoi concerné.

Afin de préserver l'intégrité des compétitions et la réputation d'UBISOFT, les équipes, leurs membres et leurs joueurs s'engagent à ne conclure aucun partenariat ou parrainage, sans l'accord écrit préalable d'UBISOFT, avec des marques, entités ou services associés à l'alcool, au tabac, aux substances réglementées (y compris les produits à base de cannabis), aux armes et équipements assimilés, aux jeux d'argent ou de hasard, aux contenus à caractère pornographique, aux médicaments soumis à prescription, aux campagnes politiques, ou à d'autres compétitions de jeux vidéo ou d'esport.

Sont également interdits les partenariats avec des acteurs dont les activités seraient illicites, non conformes à la réglementation (notamment en matière de cryptomonnaies ou de services financiers), ou jugées, à la seule discrétion d'UBISOFT, contraires à ses intérêts, à son image ou à ses jeux, y compris les concurrents directs ou les services liés à la triche, au piratage, ou à la vente non autorisée de contenus numériques.

RAINBOX 6 SIEGE X



LICENCE COMMUNAUTAIRE

Tournoi communautaire à but non lucratif.

Cagnotte d'une valeur maximale de 10 000 \$US.

Contribution maximale du sponsor de 10 000 \$US.

D'autres restrictions peuvent s'appliquer, voir la licence complète

LICENCE PERSONNALISÉE

Cagnotte d'une valeur supérieure à 10 000 \$US.

Contribution du sponsor supérieure à 10 000 \$US.

Tout autre projet qui ne serait pas compris dans la licence communautaire.

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 esport avec une présentation détaillée de votre projet à l'adresse suivante :

<https://www.ubisoft.com/fr-fr/esports/rainbow-six/siege/tournament-license>



TRACKMANIA



LICENCE COMMUNAUTAIRE

Tournoi communautaire à but non lucratif.

Cagnotte d'une valeur maximale de 10 000 \$US.

Contribution maximale du sponsor de 10 000 \$US.

D'autres restrictions peuvent s'appliquer, voir la licence complète

LICENCE PERSONNALISÉE

Cagnotte d'une valeur supérieure à 10 000 \$US.

Contribution du sponsor supérieure à 10 000 \$US.

Tout autre projet qui ne serait pas compris dans la licence communautaire.

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 esport avec une présentation détaillée de votre projet à l'adresse suivante :

<https://www.ubisoft.com/fr-fr/esports/rainbow-six/siege/tournament-license>



FOR HONOR



LICENCE COMMUNAUTAIRE

Tournoi communautaire à but non lucratif.

Cagnotte d'une valeur maximale de 10 000 \$US.

Contribution maximale du sponsor de 10 000 \$US.

D'autres restrictions peuvent s'appliquer, voir la licence complète

LICENCE PERSONNALISÉE

Cagnotte d'une valeur supérieure à 10 000 \$US.

Contribution du sponsor supérieure à 10 000 \$US.

Tout autre projet qui ne serait pas compris dans la licence communautaire.

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 esport avec une présentation détaillée de votre projet à l'adresse suivante :

ForHonorTournaments@ubisoft.com



TRACKMANIA



LICENCE COMMUNAUTAIRE

Tournoi communautaire à but non lucratif.

Cagnotte d'une valeur maximale de 10 000 \$US.

Contribution maximale du sponsor de 10 000 \$US.

D'autres restrictions peuvent s'appliquer, voir la licence complète

LICENCE PERSONNALISÉE

Cagnotte d'une valeur supérieure à 10 000 \$US.

Contribution du sponsor supérieure à 10 000 \$US.

Tout autre projet qui ne serait pas compris dans la licence communautaire.

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 esport avec une présentation détaillée de votre projet à l'adresse suivante :

esports@brawlhalla.com



RÉGULATIONS PEGI



Les jeux vidéo s'adressent à une multitude de joueurs de préférences et d'âges variés. Comment sélectionner le bon jeu vidéo et sur quels critères ?

Vous trouverez quelques explications pour mieux comprendre les classifications officielles des jeux ainsi que des pistes pour choisir celui qui est le plus adapté à votre enfant:

<https://www.ubisoft.com/fr-fr/company/social-impact/family-gaming/articles/choosing-the-right-video-game-for-my-child>

UTILISATION DES LOGOS ET DE L'IMAGE DE LA MARQUE DANS VOS COMMUNICATIONS



L'utilisation des logos et des images appartenant à Ubisoft est strictement encadrée et soumise à une autorisation préalable, ainsi qu'au respect des conditions d'utilisation établies par la société.

PRESS KIT



<https://www.ubisoft.com/fr-fr/company/press>



favoriser la diversité



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

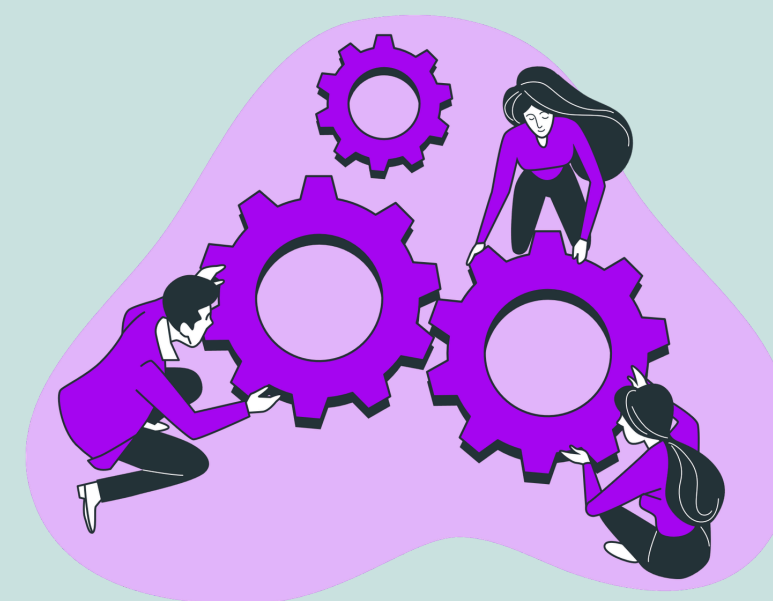


Selon l'étude *L'essentiel du jeu vidéo* (**SELL & Médiamétrie, 2025**), **49% des joueurs sont des joueuses**. Cette parité quasi parfaite chez les Français.e.s jouant aux jeux vidéo ne se retrouve pourtant pas dans sa pratique compétitive. D'après le **baromètre France Esports de 2023** opéré par Médiamétrie, **les femmes ne représentent que 36%** des sportifs et sportives de "loisir" et cette part chute à seulement 7% concernant l'esport amateur. 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 One1 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 sportifs.

L'article "*Why aren't more black kids going pro in esports ?*" 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.

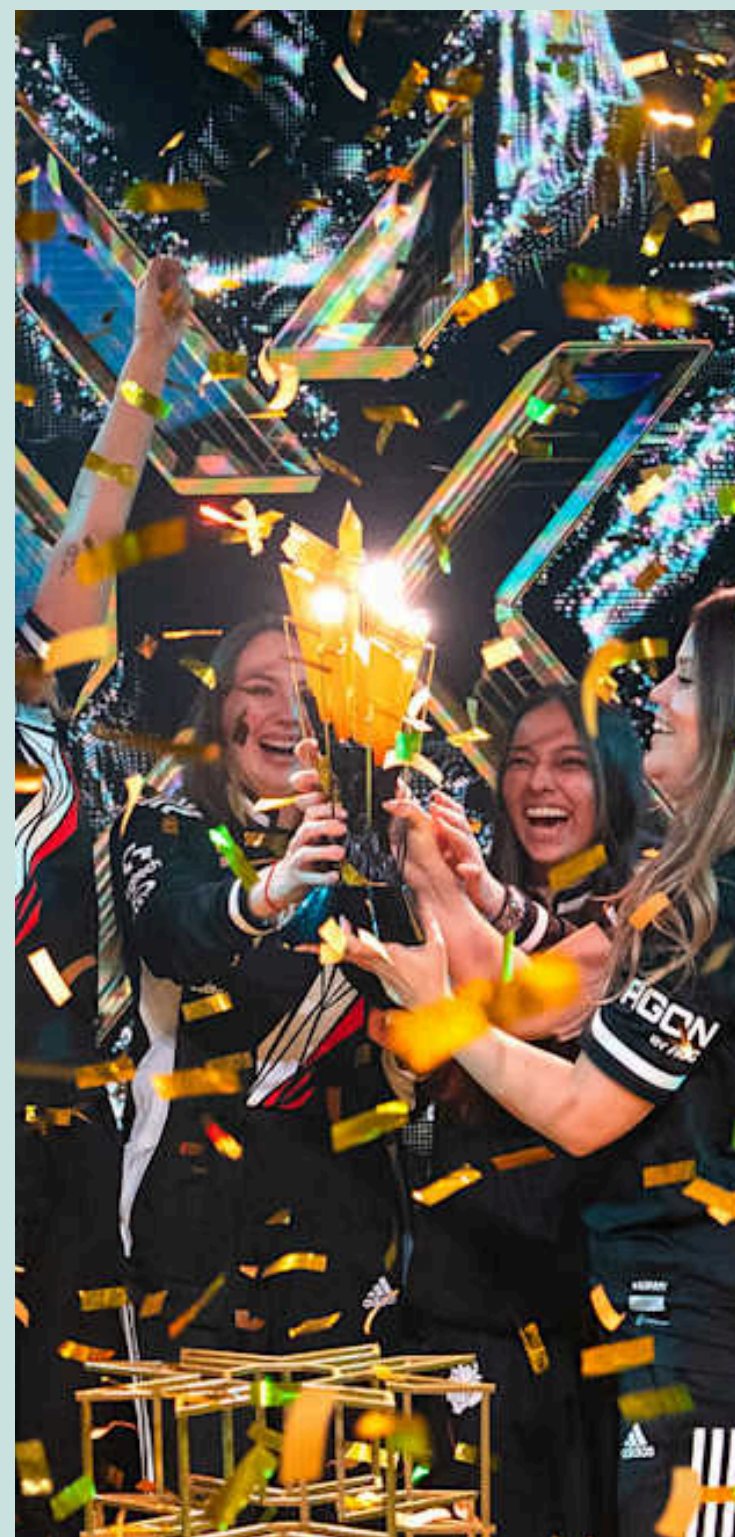
Le milieu sportif français peut donc faire la différence dès à présent en faisant de ses événements des lieux accueillants pour l'ensemble des participantes et participants. En tant qu'organisateur et organisatrice d'événements, de nombreux sujets doivent être traités dès la pré-production de vos projets. 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

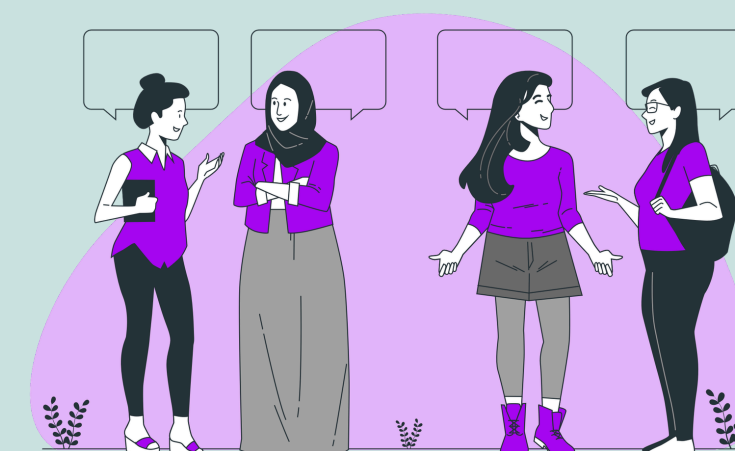


Vous engager pour l'inclusion et la diversité dans l'esport bénéficiera directement à vos événements, mais aussi au secteur sportif dans son ensemble. **France Esports agit au quotidien pour structurer un secteur partageant des valeurs de respect, de partage, de convivialité et de solidarité, en prenant 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.**

France Esports propose également en complément à ce chapitre un **guide de lutte contre les dérives dans les événements esports avec un chapitre dédié dans la lutte sur les VHSS trouvable sur le [lien suivant](#).**



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.



WOMEN IN GAMES

DISPOSITIF CHECKPOINT

DU MERCREDI 29 OCTOBRE
AU DIMANCHE 2 NOVEMBRE

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'origines sociales et culturelles 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 soutiennent 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** 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 La fonction AutoMod 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 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.**

France Esports propose également un guide afin de lutter contre les dérives dans l'esport que vous pouvez trouver sur ce [lien](#).

Vous pouvez également vous appuyer sur vos équipes et votre responsable diversité pour construire une première ébauche de code inclusif pour votre événement.

Nous recommandons d'insister sur l'intérêt de solliciter les associations spécialisées en amont des événements : leur expertise permet un accompagnement sur mesure des organisateurs et organisatrices pour l'accueil et l'inclusion des publics concernés.

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 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 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'union, 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 déchiffrage 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.



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.

En complément des études universitaires, les résultats de du sondage réalisé par WiG France sur la perception des participant-es de la Gamers Assembly concernant l'inclusion dans le milieu de l'esport apportent un éclairage précieux sur les attentes du public.

Si elles sont appliquées par une majorité d'organisateur 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.**

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.

À ce titre, vous pouvez vous appuyer sur le **dispositif Checkpoint déployé par WiG France, soutenu par La Banque Postale.**

Déployé avec succès à la Gamers Assembly, à l'EVO Nice et à la Paris Games Week en 2025, ce dispositif permet de sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques tout en offrant un accompagnement concret aux victimes de violences sexistes et sexuelles (VHSS).

Nous vous invitons là encore à vous rapprocher des (très) nombreux réseaux d'entraide spécialisés sur le sujet, comme le département esport 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 JOEUSES ET JOEURS 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 accessibilité (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 accompagnants.
- 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.**
- 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-Equals, Rebird ou toute autre association.





SilverGEEK 

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 esportives 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



France Esports vous propose pour conclure de retrouver son référencement 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.



crédits photos ↖

© Epic Games,
Sept 12 2025

© Ubisoft / João F.,
Fev 2026

© Ubisoft, BCX25,
2025

© Ubisoft France,
Dec 4, 2025

© Street Fighter France,
Fev 8 2024

© Supercell,
2022

©Activision Blizzard / Robert Paul,
March 2020

© Activision,
2026

© Electronic Arts, ALGS,
2025

© Riot Games / TFT Open Paris 2025

© Riot Games / Getty Images

© Riot Games / Christian
Betancourt

© Riot Games / Liu YiCun

© Gozulting / @EliottLeCorre

© Gozulting / @PakuPakuRu

© SilverGeek,
2022

© SilverGeek,
2024

© CapGame.fr

© Getty Images

Banque d'images libres de droit sur
storyset.com

Banque d'images libres de droit sur
undraw.co

Banque d'images libres de droit sur
pexels.com

léxique ↖

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.

remerciements ↖



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.

France Esports tient à remercier ses membres qui ont participé à l'élaboration et l'actualisation de ce guide.

Nous tenons également à remercier les associations WiG France, Silvergeek & CapGame pour leur collaboration sur le chapitre Favoriser la diversité. Également nous remercions l'ensemble des éditeurs qui ont accepté de travailler avec nous et d'apparaître au sein de ce guide ainsi que la Police Judiciaire (Service central des courses et jeux du Ministère de l'intérieur).

Enfin, nos plus sincères remerciements à l'équipe communication du SELL qui s'est occupé de la mise en forme et mise en page de cette édition 2026.



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 PREMIÈRE ÉDITION ↗

Pauline Guignon (Riot Games)	Emmanuel Martin (Ubisoft)	Nicolas Besombes (France Esports)
Nicolas Vignolles (SELL)	Lina PICH (La Source)	Noëlie Roux (Game Her)
Victor Barbe (Normand eSport)	Antoine Oberlaender (QuickContest)	Fabien Martinez (WSC Group)
Samuel Jourson (GigaGames Guadeloupe)	Tony Rubio (Esports Insights)	Dorian Costanzo (Vakarm)
Andy Zébus (Esports Guadeloupe)	Pierre-Edouard Bodereau	Camille Adam (You_zu Agency)
Olivier Morin (JK Groupe)	Louis Clément	
Stephan Euthine (LDLC OL)	Pierre-André Gondrexon (Lana France)	
	Samy Ouerfelli (Nodwin Gaming)	

À LA SECONDE ÉDITION ↗

Benjamin Niang (SELL)	Nicolas Besombes (France Esports)
Emmanuel Martin (Ubisoft)	Matteo Rosiensi (France Esports)
Aimé Kombo (SINJ Crew)	Pierre McMahon (Orks Grand Poitiers)
Vincent Blanchard (Silver Geek)	Alexandre Dubé (UAEF & Metaleak)
Marie-Lou Dulac (WiG France)	Alexis Beaubois (Metaleak)
Julien Lombard (Victoire Avocats)	Jerôme Dupire (Cap Game)



SYNDICAT
DES ÉDITEURS
DE LOGICIELS
DE LOISIRS

