

Mars 2026

L'esport à l'ère olympique

Enjeux économiques
et défis juridiques
d'un secteur en pleine mutation

DE GAULLE FLEURANCE



L'esport à l'ère olympique

Enjeux économiques et défis juridiques d'un secteur en mutation

Initialement réservé à une communauté de passionnés, l'esport s'est imposé comme un phénomène mondial structuré, à la croisée du sport, du divertissement et du numérique. Il rassemble aujourd'hui une audience massive et globalisée et génère des revenus comparables à ceux de certains sports traditionnels. Longtemps dominé par l'Amérique du Nord et l'Asie de l'Est, le secteur s'est étendu à de nouveaux pôles de croissance (Europe, Amérique latine, Afrique, Inde et, plus récemment, le Moyen-Orient) sous l'effet d'investissements publics et privés significatifs, dernièrement en Arabie saoudite.[1]

Cette dynamique a suscité l'intérêt des institutions sportives, au premier rang desquelles le Comité international olympique (CIO). Soucieux d'épouser l'évolution des pratiques sportives afin de renouveler son audience, le CIO s'était engagé en 2024 dans un partenariat de long terme avec l'Arabie saoudite et l'Esports World Cup Foundation en vue de créer des Jeux olympiques de l'esport, dont la première édition devait se tenir à Riyad en 2027. En octobre 2025, le CIO a toutefois renoncé à l'organisation de cette première édition, tout en réaffirmant sa volonté de repenser et relancer le projet selon un modèle de collaboration différent, avec un objectif inchangé : adapter le modèle des grands événements sportifs internationaux (GESI) à l'esport.

Dans ce contexte de croissance rapide, de structuration économique et d'attention institutionnelle accrue, l'esport s'affirme désormais comme un phénomène économique et social majeur.

Pour en saisir les enjeux, il convient de présenter successivement **les données économiques de ce secteur en pleine expansion (1)**, **la structuration de sa chaîne de valeur (2)**, et enfin **son cadre juridique**, encore embryonnaire **(3)**.

1. James BATCHELOR, « What is Savvy Games Group and how is it trying to change Saudi Arabia's image? », *GamesIndustry.biz*, 7 juin 2023, en ligne.



Sommaire

1 Un nouveau secteur en pleine expansion

Les chiffres clés ..... p 4

Un marché mondial en croissance continue ..... p 4

Le dynamisme de la filière en France ..... p 4

2 Structuration de la «chaîne de valeur» du marché de l'esport ..... p 6

3 Une discipline encore très peu règlementée

L'absence de cadre juridique harmonisé à l'échelle internationale ..... p 8

Une législation spécifique mais minimale en France ..... p 8

Les relations juridiques de l'esport : entre droits des éditeurs et liberté contractuelle ..... p 8

Conclusion ..... p 10

1. Un nouveau secteur en pleine expansion

Les chiffres clés

Le développement économique et la croissance ininterrompue de l'esport depuis ses débuts attirent aujourd'hui l'attention des observateurs et des investisseurs.

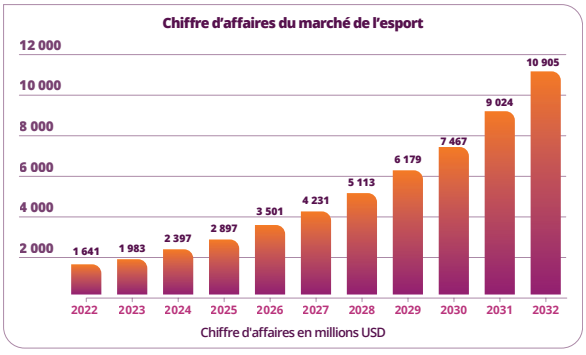
Les dernières études disponibles reposent sur des données arrêtées, pour l'essentiel, à l'année 2022 ou 2023. Si ces chiffres peuvent donc apparaître relativement anciens, ils permettent néanmoins de dégager une tendance fiable quant à l'évolution du marché depuis la fin des années 1990.

Il sera toutefois particulièrement intéressant d'observer si ces dynamiques se sont maintenues au cours des deux dernières années, marquées par une crise du secteur des jeux vidéo[2].

Un marché mondial en croissance continue

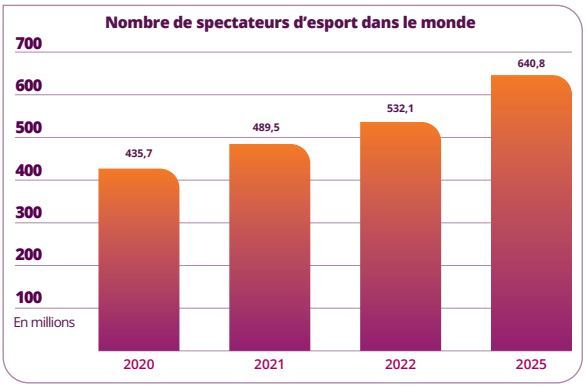
Le marché mondial de l'esport a connu une croissance rapide, principalement stimulée par le sponsoring et les droits médias. Le chiffre d'affaires global est estimé à 2 milliards USD en 2023, avec une projection de près de 4,2 milliards USD en 2027 et des prévisions pouvant dépasser les 10 milliards USD en 2032[3].

À titre de comparaison, le marché mondial du jeu vidéo, industrie de rattachement de l'esport, représente près de 189 milliards USD en 2025[4].



Source : Market us Scoop

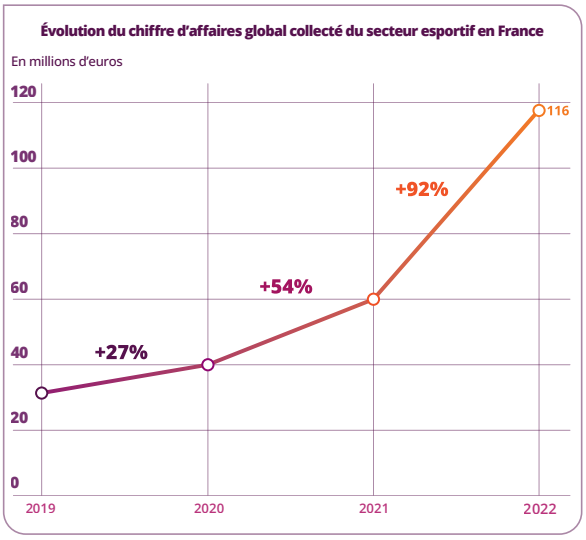
En outre, ce qui n'était à l'origine qu'une pratique confidentielle est devenu un phénomène mondial : l'audience mondiale de l'esport devrait dépasser les 640 millions de spectateurs en 2026, dont 318 millions de fans assidus et 322 millions de spectateurs occasionnels[5].



Source : Statista
Note : Les données pour 2023 et 2024 ne sont actuellement pas disponibles.

Le dynamisme de la filière en France

La France illustre particulièrement ce dynamisme. Selon l'Observatoire économique de l'esport, le chiffre d'affaires du secteur, cumulé collecté sur l'échantillon, est passé de 31 millions EUR en 2019 à 116 millions EUR en 2022, soit une progression de près de 55 % par an en moyenne[6].

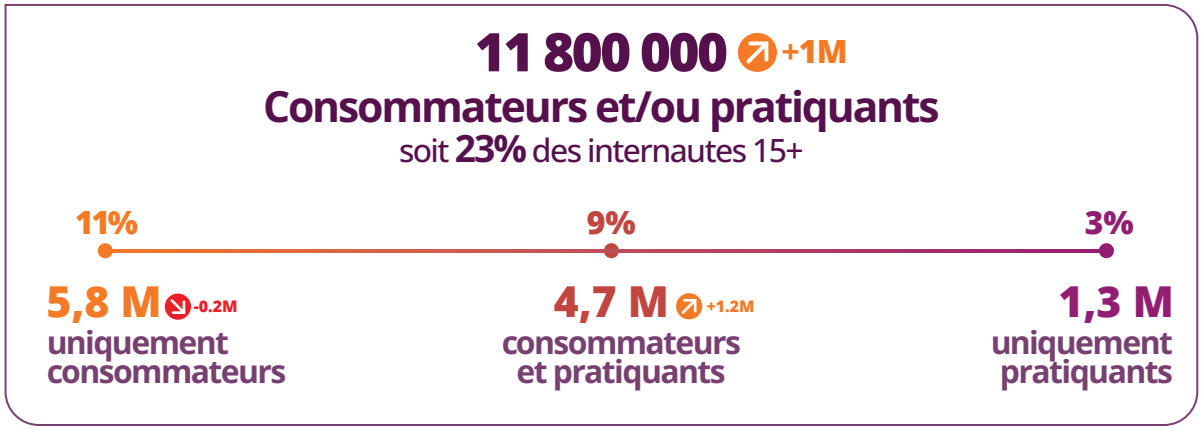


Source : Observatoire économique de l'esport

2. Keith STUART, « Why is the $180bn games industry shedding thousands of staff? », *The Guardian*, 8 février 2024, en ligne ; Sarah PARVINI, « Mass layoffs hit video game industry after its pandemic boom », *Los Angeles Times*, 20 novembre 2023, en ligne ; et Nicole CARPENTER, « The human cost of 2023's devastating video game industry layoffs », *Polygon*, 21 novembre 2023, en ligne.
3. Tajammul PANGARKAR, « Esports Statistics By a Competitive Challenge (2026) », *Market.us Scoop*, 22 janvier 2026, en ligne.
4. Michiel BUIJSMAN, « Global games market to hit $189 billion in 2025 as growth shifts to console », *Newzoo*, 9 septembre 2025, en ligne.
5. Naveen KUMAR, « eSports Viewership Statistics 2026 (Audience Growth) », *DemandSage*, 13 janvier 2026, en ligne.
6. Ministère des Sports, Paris&Co et CDES, « Observatoire économique de l'esport », rapport, mars 2024, p. 29-39, en ligne.

Dans le même temps, l'emploi direct généré par l'esport est passé de 650 équivalents temps plein (ETP) en 2019 à 1 017 ETP en 2022 (+56 %), traduisant une structuration accélérée de la filière et une montée en professionnalisation[7].

Enfin, en 2023, 11,8 millions de Français âgés de 15 ans et plus se disent consommateurs ou pratiquants de l'esport, soit 23 % des internautes de cette tranche d'âge[8].



Source : Baromètre France esport 2023

Les particularités de l'esport

L'intérêt croissant pour l'esport est également dû aux spécificités de cette discipline, qui en font un secteur à part dans l'univers du divertissement :

(i) Une audience jeune :
l'esport se distingue d'abord par le profil de son audience. En effet, l'âge moyen de ses spectateurs est d'environ 26 à 29 ans, contre près de 50 ans pour les fans de sport traditionnel. En outre, plus de 60 % des amateurs d'esport ont entre 16 et 35 ans, une cible particulièrement recherchée par les annonceurs et difficilement atteignable via les canaux médiatiques classiques[9].

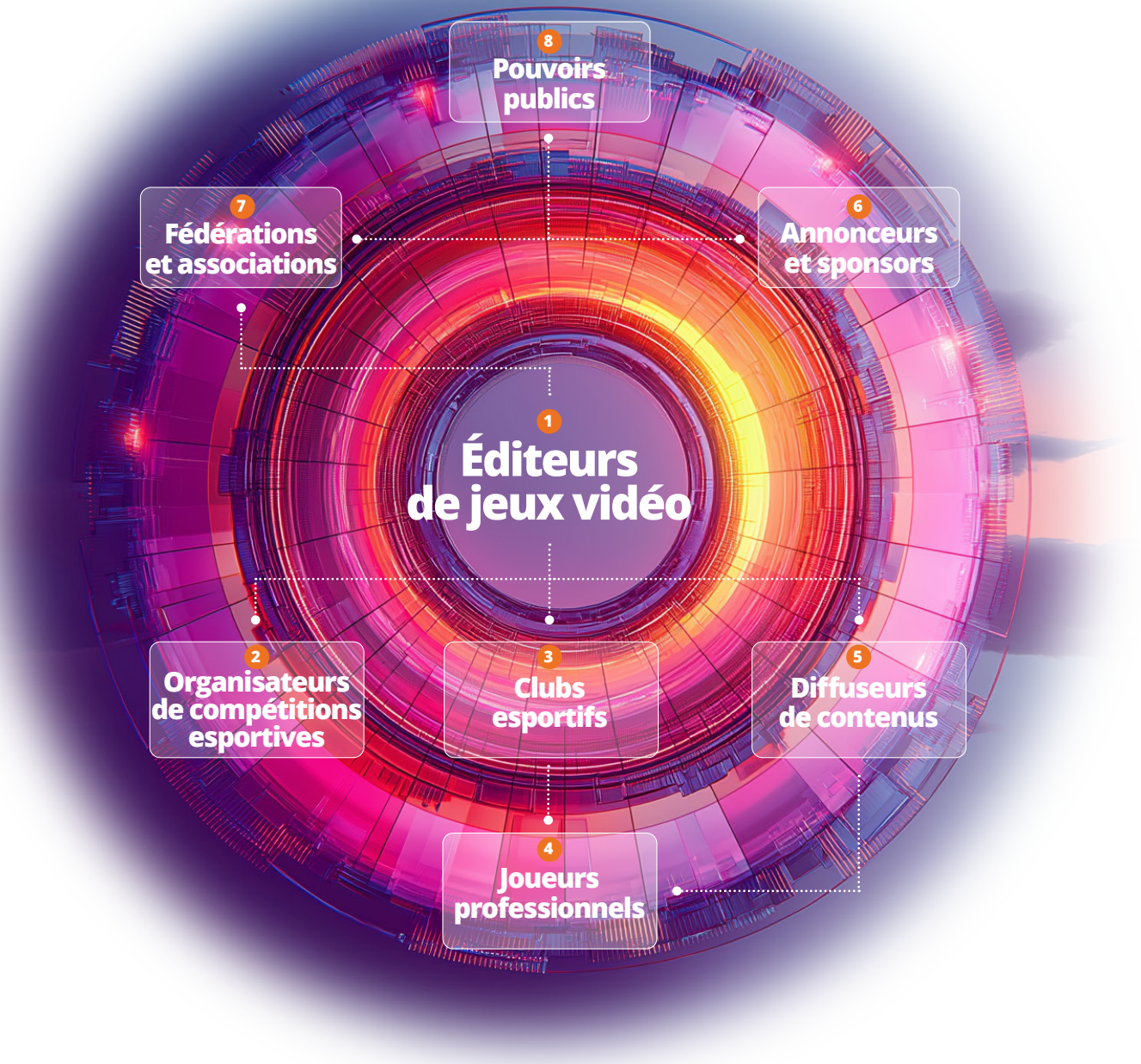
(ii) Un modèle de diffusion « digital native » :
l'esport repose quasi exclusivement sur des modes de diffusion numériques. Les compétitions sont retransmises sur des plateformes de streaming (Twitch, YouTube Gaming), qui offrent une interactivité en direct, une monétisation par abonnements et dons, ainsi qu'une mesure précise de l'engagement des spectateurs.

(iii) Une discipline transnationale par nature :
les compétitions se jouent en ligne, les audiences sont globales et les communautés se structurent indépendamment des frontières.

7. Ministère des Sports, Paris&Co et CDES, « Observatoire économique de l'esport », rapport, mars 2024, p. 40-49, en ligne.
8. Vie-publique.fr, « E-sport : le développement continu des compétitions de jeux vidéo », 5 avril 2024, en ligne.
9. Francesco ALIVIA, « Opportunities for brands and rights holders from a growing esports audience », *Infront Sport Blog*, 14 juin 2021, en ligne et Naveen KUMAR, « eSports Viewership Statistics 2026 (Audience Growth) », *DemandSage*, 13 janvier 2026, en ligne.

2. Structuration de la «chaîne de valeur» du marché de l'esport

Le marché de l'esport repose sur une chaîne de valeur spécifique, structurée autour d'acteurs aux rôles interdépendants. Sa compréhension est essentielle pour appréhender les équilibres économiques, les rapports de pouvoir et les enjeux de gouvernance propres au secteur.



1 / Les éditeurs de jeux vidéo

Les éditeurs disposent d'un monopole d'exploitation sur les jeux qu'ils développent, fondé sur leurs droits de propriété intellectuelle (cf. infra - partie 3). Ce monopole leur confère une place centrale : concession des droits de propriété intellectuelle ; fixation des règles, formats et conditions d'accès aux compétitions[10]; contrôle technique (serveurs, mises à jour, architecture) structurant l'écosystème[11].

Ils jouent ainsi un rôle de régulateurs économiques : ils organisent et soutiennent les compétitions, redistribuent des revenus au profit des clubs et peuvent, le cas échéant, instaurer des *salary caps*[12].

2 / Les organisateurs de compétitions esportives

Les compétitions sont organisées soit par l'éditeur, soit par des organisateurs indépendants licenciés pour organiser ou diffuser. Leur modèle économique repose principalement sur la billetterie ainsi que sur des partenariats publics (subventions, infrastructures) et privés (sponsoring, contributions). Les droits de diffusion restent encore marginaux[13].

3 / Les clubs professionnels esportifs

les clubs constituent des équipes, recrutent et forment les joueurs, animent une *fanbase* et valorisent leurs partenaires. Les revenus des clubs reposent principalement sur le sponsoring, complétés par le merchandising et une part des *cash prizes* perçus par les joueurs[14].

4 / Les joueurs professionnels

À l'instar des athlètes professionnels, les joueurs esportifs constituent les figures de proue de la discipline auprès du public. Leur activité ne se limite pas à la compétition : beaucoup développent une présence médiatique soutenue sur les plateformes de streaming et les réseaux sociaux, produisant des contenus réguliers, permettant de diversifier leurs sources de revenus et, le cas échéant, celles des clubs qui les emploient, tout en renforçant leur image de marque.

5 / Les diffuseurs de contenus esportifs

Fondée sur un modèle « digital native » (cf. supra - partie 1), la diffusion des contenus esportifs repose quasi exclusivement sur des plateformes de streaming dédiées dont le modèle économique est principalement structuré autour des abonnements et de la publicité[15].

Les acteurs transverses

Les acteurs transverses interagissent avec chacun des maillons de la chaîne de valeur.

6 / Les annonceurs et sponsors

Les annonceurs et sponsors constituent, avec les investisseurs privés, les principaux financeurs de la chaîne de valeur de l'esport[16].

Si les marques dites « endémiques »[17] demeurent majoritaires[18], on observe depuis quelques années un intérêt croissant de marques non endémiques[19], séduites par les caractéristiques de la *fanbase* esportive (cf supra - partie 1). Les éditeurs exercent un contrôle contractuel sur le sponsoring, au moyen de clauses d'exclusivité ou de compatibilité de marque, autorisant l'exclusion d'un participant en cas d'atteinte à son image ou de conflit avec les partenaires officiels.

7 / Les fédérations et associations sectorielles

À l'international, des organismes tels que la Global Esports Federation (GEF) ou l'International Esports Federation (IESF) cherchent à structurer la pratique compétitive et à harmoniser la réglementation, mais sans toutefois bénéficier d'une reconnaissance unanime. Cette limite s'explique notamment par la volonté des éditeurs de conserver le contrôle sur l'organisation des compétitions.

En France, l'association France Esports agit comme interface entre les pouvoirs publics et les acteurs de la filière, en assurant des missions de représentation, d'observation économique et de concertation sur les principaux enjeux du secteur.

8 / Les pouvoirs publics

Si la France reste encore éloignée des politiques publiques d'ampleur menées en Corée du Sud ou en Chine (fondées sur des investissements massifs, des programmes éducatifs et une structuration territoriale), les pouvoirs publics français jouent un rôle déterminant dans le développement de l'esport. Leur action se traduit non seulement par un soutien financier (subventions, financement d'infrastructures), mais aussi par la structuration et la labellisation de projets territoriaux[20].

10. Qi PENG, Geoff DICKSON, Nicolas SCELLES, Jonathan GRIX et Paul Michael BRANNAGAN, « Esports Governance: Exploring Stakeholder Dynamics », *Sustainability*, 2020, vol. 12, n° 19, art. 8270, en ligne.
11. Gian Luca VITALE, « Publishers & Game Developers: The mighty ones within », PwC, 2020, en ligne.
12. Ministère des Sports, Paris&Co et CDES, « Observatoire économique de l'esport », rapport, mars 2024, p. 60, en ligne.
13, 14, 15. Direction générale des entreprises (DGE), « Synthèse : Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport », Etude PIPAME, Juin 2021, p. 6.
16. Selon Grand View Research, le segment sponsoring représentait plus de 40 % des revenus mondiaux de l'esport en 2024 : Grand View Research, « Esports Market Size, Share & Trends Report (2025–2030) », rapport, en ligne.
17. Marques ou entreprises partageant une proximité sectorielle avec l'écosytème de l'esport, tels que : les constructeurs de matériel informatique, les fabricants de périphériques ou encore les plateformes et médias numériques.
18. Direction générale des entreprises (DGE), « Synthèse : Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport », Etude PIPAME, Juin 2021, p. 9.
19. Issues, par exemple, des secteurs suivants : automobile ; boissons énergisantes ; textile ; banque ; luxe : Fanfinity Agency, « How non-endemic brands successfully entered the gaming space », *Fanfinity Agency*, septembre 2025, en ligne et Newgo, « Top 5 des sponsors français dans l'esport en 2022 », *Newgo.io*, 31 janvier 2022, en ligne.
20. Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, « Stratégie e-sport 2020-2025 », *entreprises.gouv.fr*, 15 novembre 2024, en ligne.

3 Une discipline encore très peu règlementée

L'absence de cadre juridique harmonisé à l'échelle internationale

À l'échelle internationale, l'esport se caractérise par une absence de cadre juridique harmonisé : chaque État appliquant ses propres règles, le plus souvent de façon fragmentaire. La Corée du Sud est l'une des seules exceptions : elle a créé en 2000 la Korea e-Sports Association (KeSPA) qui fonctionne en relation étroite avec le gouvernement et le Comité olympique coréen, et joue déjà un rôle de régulateur dans les compétitions, les retransmissions et la gestion des joueurs professionnels[21].

Ailleurs, l'esport est en majorité rattaché à des cadres juridiques existants : sport, divertissement ou culture[22].

Une législation spécifique mais minimale en France

La France est l'un des rares États à avoir engagé une intervention législative spécifique en matière d'esport, avec la loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique. Ce texte a, pour la première fois, introduit une définition légale de la pratique compétitive de jeux vidéo[23] ainsi que du joueur professionnel d'esport[24]. L'objectif du Législateur lors de cette réforme était avant tout d'écarter le risque de requalification des compétitions d'esport en en jeux d'argent et de hasard[25], prohibés par principe en vertu de l'article L. 320-1 et suivants du Code de la sécurité intérieure.

La loi de 2016 a également instauré deux dispositifs complémentaires, visant à garantir une meilleure sécurité juridique et sociale aux joueurs tout en reconnaissant la spécificité de leur activité : la création d'un contrat de travail à durée déterminée (CDD) spécifique « esportif », inspiré du CDD applicable aux sportifs professionnels[26], et l'obligation pour les clubs esportifs d'obtenir un agrément ministériel pour être autorisé à conclure ces CDD spécifiques[27]. Cependant, la portée de ces dispositifs doit aujourd'hui être fortement relativisée, la majorité des clubs n'ayant plus recours en pratique aux CDD spécifiques, qu'ils jugent inadaptés aux réalités économiques et organisationnelles du secteur[28].

À cet égard, la proposition de loi « pour un esport responsable et attractif », déposée en novembre 2025, propose de faire évoluer le cadre légal existant, en envisageant notamment la suppression du CDD spécifique pour les joueurs professionnels esportifs.

Les relations juridiques de l'esport : entre droits des éditeurs et liberté contractuelle

L'une des principales spécificités de l'esport réside dans la propriété détenue par les éditeurs sur les jeux vidéo servant de support aux compétitions. Ainsi, en raison des droits de propriété intellectuelle dont ils disposent, les éditeurs jouent un rôle structurant dans l'écosystème esport. En pratique, ces droits confèrent à ces derniers un monopole d'exploitation sur leurs jeux et leur permettent d'intervenir à chaque étape de l'exploitation d'un événement esportif.

Tout d'abord, les éditeurs détiennent les droits d'auteur sur les jeux qu'ils éditent et sur tous les éléments originaux issus de l'univers du jeu. Ces droits d'auteur impliquent que les éditeurs soient les détenteurs initiaux des droits de représentation publique et de diffusion des parties des jeux. Cela permet aux éditeurs de conditionner l'utilisation de leur jeu lors d'un événement au respect de certaines conditions par l'organisateur. Concernant la diffusion, les droits d'auteur de l'éditeur doivent être articulés avec les droits voisins du producteur de vidéogrammes[29], généralement détenus par l'organisateur ou le diffuseur de l'événement.

En outre, les noms et logos de jeux sont fréquemment protégés par le droit des marques. Ces marques constituent un levier efficace pour autoriser ou interdire l'utilisation d'un jeu lors d'une compétition, tout en participant à la valeur du *merchandising*. En parallèle, les organisateurs d'événements et les équipes esportives peuvent également déposer leurs noms et logos à titre de marque, pour renforcer leur valeur et leur visibilité.

Enfin, les éditeurs sont susceptibles de détenir des droits de producteurs sur les bases de données relatives aux parties de leurs jeux. Ces données sont un actif stratégique, dont la publication permet aux supporters de suivre les rencontres en temps réels et aux joueurs d'analyser leurs performances.

Pour le reste, en l'absence de cadre juridique plus spécifique, les relations entre les différents acteurs de l'esport sont essentiellement régies par le droit commun et la liberté contractuelle. Par conséquent, les accords conclus entre éditeurs, organisateurs, clubs, joueurs ou diffuseurs déterminent en grande partie, les droits et obligations de chacun (cf. supra - partie 2).

21. Korea e-Sports Association (KeSPA), site officiel, en ligne.
22. Direction générale des entreprises (DGE), « Synthèse : Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport », Etude PIPAME, Juin 2021, p. 10.
23. Article 101, I.de la loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique : « Une compétition de jeux vidéo confronte, à partir d'un jeu vidéo, au moins deux joueurs ou équipes de joueurs pour un score ou une victoire. ».
24. Article 102, I.de la loi n° 2016-1321 : « Le joueur professionnel salarié de jeu vidéo compétitif est défini comme toute personne ayant pour activité rémunérée la participation à des compétitions de jeu vidéo dans un lien de subordination juridique avec une association ou une société bénéficiant d'un agrément du ministre chargé du numérique, précisé par voie réglementaire ».
25. Gaylor RABU, « Compétition de jeux vidéo », Fasc. 655, *Lexis Nexis*, 2020, para. 13-26.
26. Tel qu'il est établi aux articles L. 222-2 et suivants du Code du sport.
27. Article 102, loi n° 2016-1321 du 7 oct. 2016 pour une République numérique.
28. Direction générale des entreprises (DGE), « Synthèse : Analyse du marché et perspectives pour le secteur de l'esport », Etude PIPAME, Juin 2021, p. 6.
29. Article L. 215-1 du Code de la propriété intellectuelle.

L'assimilation de l'esport au sport traditionnel : un rapprochement plus conceptuel que juridique

Si certains auteurs estiment qu'une telle assimilation juridique n'est pas théoriquement impossible[30], le Législateur et le ministère des sports[31] français ont fait le choix explicite de ne pas inclure l'esport dans le champ d'application du Code du sport.

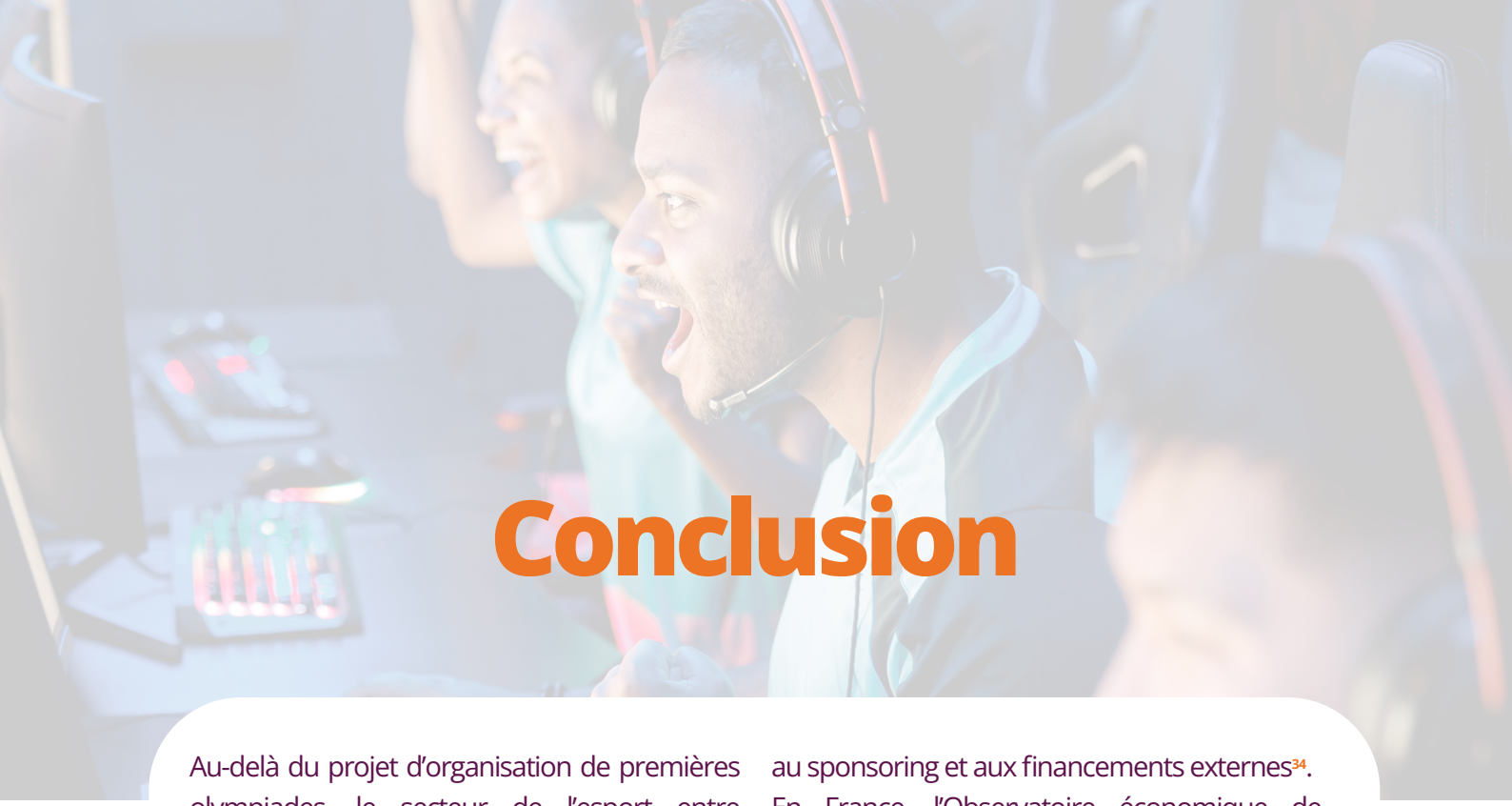
Par conséquent, les organisateurs de manifestations esportives ne bénéficient pas du monopole d'exploitation accordé aux organisateurs d'événements sportifs par l'article L. 333-1 du Code du sport et doivent dès lors envisager d'autres moyens juridiques (moins protecteurs) pour protéger les droits patrimoniaux découlant de leurs compétitions.

Malgré cette absence d'assimilation juridique, on observe depuis plusieurs années un rapprochement croissant entre le sport traditionnel et l'esport, fondé sur un intérêt mutuel : d'un côté, l'esport voit dans ce rapprochement un moyen de légitimer sa pratique, en se réclamant des valeurs de l'olympisme, et en s'inspirant du modèle organisationnel sportif (tournois à élimination, ligues fermées sur le modèle nord-américain, structures de clubs, etc.) ; de l'autre, les fédérations et clubs professionnels voient dans l'esport un moyen de renouveler leur audience, d'attirer un public jeune et connecté, et de moderniser leurs canaux de communication.

Ce rapprochement s'est concrétisé par plusieurs initiatives, notamment l'intégration par la FFF de l'eFootball dans le cadre de sa stratégie d'innovation et de services, l'organisation de tournois esportifs en marge de grands événements sportifs (Olympics Esports Series ; Roland-Garros eSeries), la création d'équipes esportives par des clubs sportifs professionnels (PSG Esports, OL Rebirth) ou encore la compétition de e-sailing organisée par la Fédération Française de Voile.

Par ailleurs, une étude récente du CNOSF (2023) met en évidence l'intérêt croissant du mouvement sportif français pour l'esport, ainsi que le rôle de catalyseur que pourrait jouer le CNOSF dans la promotion d'une coopération structurée entre les deux univers[32].

30. Voir en ce sens : Gaylor RABU, L'e-sport, un sport ? : *LPA 2013*, n° 216 ; M. Boudot et M. Faure-Abbad, La qualification juridique de l'e-sport, in *Les enjeux juridiques de l'e-sport,* G. Rabu et M. Reverchon-Billot (dir.) : *PUAM, 2017*, p. 23.
31. Rép. min. n° 3526 : JOAN Q, 19 juin 2018, p. 5389.
32. Patrick BAYEUX, « Esport : le mouvement sportif s'organise – Le CNOSF appelé à jouer un rôle moteur », 18 avril 2025, en ligne.



Conclusion

Au-delà du projet d'organisation de premières olympiades, le secteur de l'esport entre dans une phase décisive de consolidation économique pour l'ensemble des parties prenantes composant sa chaîne de valeur. En effet, malgré une croissance expansionniste et un développement continu de la pratique, les investissements réalisés par les acteurs de la chaîne de valeur ne sont pas encore rentables, en ce compris pour les éditeurs[33]. Dès lors, deux défis majeurs se dessinent à court terme : d'une part, la monétisation durable et à grande échelle des audiences générées par la diffusion des compétitions, majoritairement gratuite et encore faiblement valorisée ; d'autre part, la recherche d'un modèle économique plus stable, récurrent et diversifié, permettant au secteur de réduire sa dépendance structurelle au sponsoring et aux financements externes[34].

En France, l'Observatoire économique de l'esport identifie deux leviers potentiels de croissance : le développement de l'événementiel, avec la multiplication de grands événements esportifs sur le territoire, et l'essor attendu de l'esport mobile, encore sous-exploité en France mais porteur d'un potentiel considérable à moyen terme. Cette phase de consolidation économique appelle un encadrement juridique adapté, comme en témoigne le dépôt, le 18 novembre 2025, de la proposition de loi n° 2106 « pour un esport responsable et attractif », visant à actualiser et sécuriser le cadre applicable au secteur, notamment par l'adaptation de la loi de 2016 aux pratiques contemporaines de l'esport.

33. Ministère des Sports / Paris&Co / CDES, « Observatoire économique de l'esport », Rapport, mars 2024, p. 58.
34. *Ibid*, p. 55-56.

Contacts

Smaïn Guennad
Avocat - Associé
+33 6 74 80 93 65
sguennad@dgfla.com





Esperanza Barrón Baratech
Avocate - Senior Counsel
+33 7 87 17 76 59
ebarronbaratech@dgfla.com

Grégoire Froussart
Avocat - Senior
+33 6 31 70 68 18
gfroussart@dgfla.com





Victor Omnes
Avocat
+33 7 85 95 15 52
vomnes@dgfla.com

DE GAULLE FLEURANCE

AVOCATS ■ NOTAIRES

PARIS - GENEVA - BRUSSELS - ABU DHABI - ABIDJAN

9, rue Boissy d'Anglas, 75008 Paris - France | Tél. : +33 1 56 64 00 00
contact@dgfla.com - www.degaullefleurance.com

De Gaulle Fleurance & Associés - SAS au capital de 40 000 euros - RCS Paris 439 534 835 - Toque K 35

Confidentiel / Privileged and confidential - N° TVA intracommunautaire FR00439534835