

Etude de marché

Karmine Corp

lexique :

I - Analyse et Diagnostic

A) Analyse externe

- Marché / Environnement - Outil : PESTEL
- Concurrence
- Consommateur

B) Analyse Interne

- Outil : Forces / Faiblesses

C) Diagnostic de marque

- Outil : SWOT
- Analyse / Conclusion

II - Problématique

III - Préconisation



I - Analyse et Diagnostic

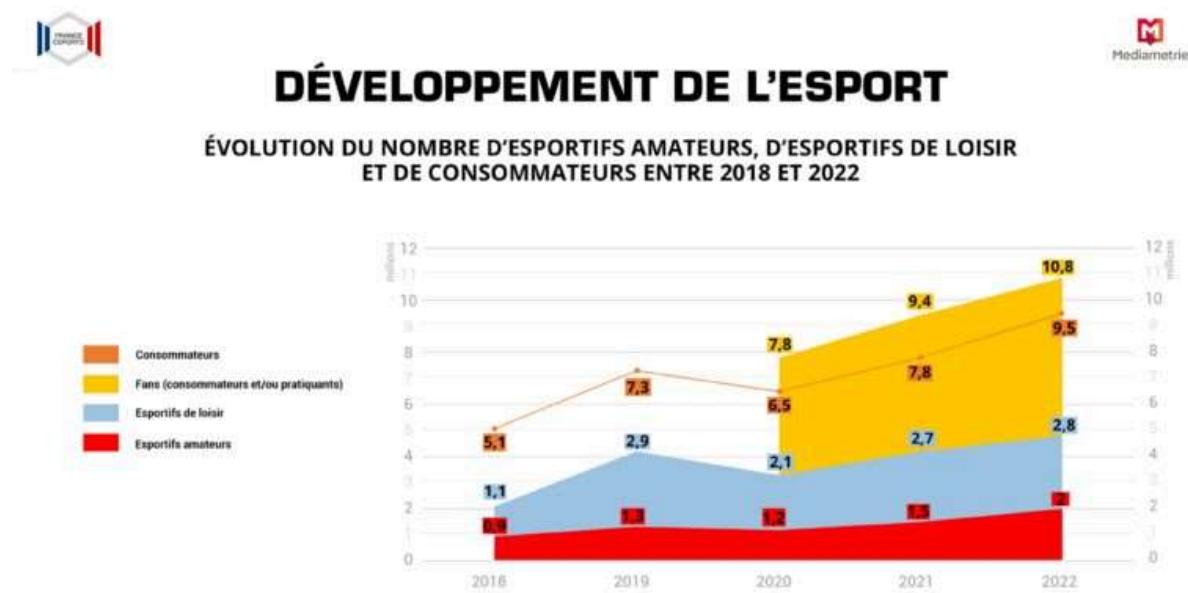
A) Analyse externe

Ces dernières années, le secteur de l'esport en France a connu des évolutions notables, malgré les défis. Contrairement à l'idée que la crise sanitaire aurait stimulé ce secteur, les chiffres de 2020 montrent une baisse du nombre de pratiquants amateurs et de spectateurs. Cette baisse est liée à la récession économique et à l'annulation d'événements compétitifs, ce qui a limité la participation des joueurs et des fans, tant sur place qu'en ligne.

Cependant, le secteur a démontré une grande résilience. Depuis 2018, le nombre d'esportifs amateurs est passé de 931 000 à 2 millions, et celui des pratiquants loisirs de 1,1 million à 2,8 millions. Au total, les pratiquants sont passés de 2 millions en 2018 à 4,8 millions en 2022,

tandis que le nombre de spectateurs a également augmenté, passant de 5,1 millions à 9,5 millions. Si l'on combine les pratiquants et les spectateurs, l'intérêt global pour l'esport a progressé de 7,8 millions de fans en 2020 à 10,8 millions en 2022.

Cette croissance rapide témoigne de l'attractivité unique de l'esport en France, surpassant celle de nombreuses activités sportives et culturelles sur une période aussi courte.



Avec un chiffres d'affaires estimé en 2019 à environ 50 millions d'euros (Source : étude Cepheid, estimation sur la base d'un échantillon représentatif par maillon + entretiens) dont :

- 13,5 millions d'euros pour les équipes professionnelles – 27%
- 9 millions d'euros pour les producteurs et diffuseurs de contenus – 18%
- 13 millions d'euros pour les organisateurs des compétitions – 26%



- 14,5 millions pour les acteurs multi-maillons (acteurs opérant sur plusieurs verticales différentes : Webedia, GamesOrigin, TeamAa) – 29%

Des atouts pour se développer :

- Un intérêt croissant du public pour les compétitions esport : +43% entre 2017 et 2019 (Source : Baromètre France Esports 2019)
- Une pratique professionnelle qui se structure (Source : étude Cepheid) avec :

15 équipes professionnelles

189 joueurs professionnels recensés dont au moins 84 ayant gagné plus que le SMIC

1,3 millions de pratiques amateurs en 2019 (Source : France Esports/Médiamétrie)

PESTEL DU MARCHÉ DE L'ESPORT

	Opportunité	Menace
Politique	<ul style="list-style-type: none"> -Soutien de l'État -Intégration aux JO 2028 -Reconnaissance croissante par les institutions publiques 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de cadre politique stable autour de l'esport -Disparités dans la reconnaissance officielle de l'esport selon les pays
Economique	<ul style="list-style-type: none"> -Croissance du marché -Professionnalisation croissante du secteur -Développement de produits dérivés -Augmentation des investissements (croissance de 5 à 29 millions d'euros entre 2017 et 2019) -Diversification des sources de revenus (sponsoring, diffusion, produits dérivés) 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de stabilité économique pour certains acteurs du secteur -Difficulté d'accès aux financements pour les petites structures -Inégalités économiques entre les pays européens (revenus, infrastructures)



Social	<ul style="list-style-type: none">-Croissance du public et de la pratique amateur-Communauté engagée et fidèle-Vision sportive reconnue par une partie du public-Intérêt croissant pour les compétitions (+43% entre 2017 et 2019)-Popularité des streamers influençant la perception de l'esport	<ul style="list-style-type: none">-Diabolisation du jeu vidéo par certains médias-Incompréhension du secteur par une partie de la société-Questions sur l'impact des jeux vidéo sur la santé mentale des jeunes-Risques de burn-out chez les joueurs professionnels
Technologique	<ul style="list-style-type: none">-Développement des plateformes de streaming-Amélioration continue de l'expérience utilisateur-Utilisation croissante de l'IA et des outils numériques pour le jeu et l'analyse des performances-Innovation dans les technologies immersives (réalité virtuelle/augmentée)	<ul style="list-style-type: none">-Forte dépendance technologique (serveurs, réseaux de streaming)-Problèmes de cyberattaques et de sécurité des données-Obsolescence rapide des technologies utilisées-Risque d'inégalités d'accès à la technologie (zones moins bien desservies)



Écologique/ Environnemental	<ul style="list-style-type: none"> -Sensibilisation croissante autour des événements à but caritatif -Initiatives pour réduire l'empreinte carbone des compétitions 	<ul style="list-style-type: none"> -Déplacements fréquents en avion pour les compétitions internationales -Forte consommation énergétique des événements en LAN -Pression environnementale sur les infrastructures événementielles
Legal	<ul style="list-style-type: none"> -Contrats des joueurs encadrés par des lois spécifiques -Augmentation des régulations protégeant les joueurs (conditions de travail, droit à l'image) 	<ul style="list-style-type: none"> -Disparités des réglementations entre les pays européens -Problèmes liés à la régulation des paris en ligne autour des compétitions d'esport -Manque d'harmonisation des droits des joueurs au niveau international

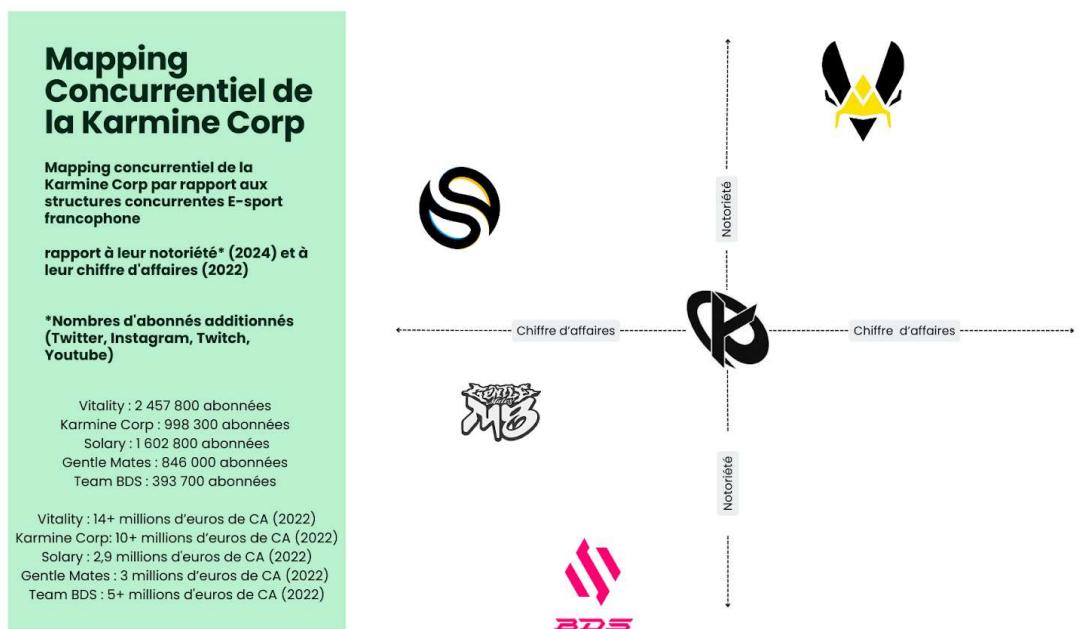
Le PESTEL sur le marché de l'e-sport révèle un panorama dynamique et contrasté. Du côté des opportunités, le soutien croissant de l'État et l'intégration de l'e-sport dans des événements comme les JPO 2028 montrent une reconnaissance officielle qui pourrait booster le secteur. Économiquement, le marché est en pleine expansion avec des investissements qui ont bondi de 5 à 29 millions d'euros en seulement deux ans, et la professionnalisation du secteur attire des acteurs diversifiés. Sur le plan social, l'intérêt pour les compétitions est en forte hausse, soutenu par une communauté engagée qui suit de près les streamers populaires.

Cependant, le marché n'est pas exempt de menaces. Le manque de cadre politique stable et les disparités entre les pays compliquent le développement de l'e-sport. La diabolisation des jeux vidéo par certains médias et la méfiance d'une partie de la société ajoutent une pression supplémentaire. De plus, les inégalités économiques entre acteurs du secteur, notamment dans l'accès aux financements pour les petites structures, posent un véritable défi.



Enfin, le développement technologique est un atout, mais la dépendance aux infrastructures numériques et les risques de cyberattaques soulèvent des questions de sécurité. Dans l'ensemble, le marché de l'e-sport est à un tournant, prometteur mais semé d'embûches. La clé sera de naviguer habilement entre ces opportunités et ces menaces pour en tirer le meilleur parti.

Le mapping concurrentiel permet d'identifier et d'évaluer la position de la Karmine Corp parmi les principaux acteurs de l'esport, offrant ainsi une vision claire de son positionnement stratégique au sein de ce marché dynamique.



L'analyse comportementale des consommateurs vise à approfondir la compréhension de leurs habitudes, motivations et préférences. Ces informations sont essentielles pour ajuster les stratégies de la Karmine Corp et maximiser son impact auprès de son audience cible

Les "Joueurs Grand Public" : cette catégorie regroupe les internautes déclarant jouer à des jeux vidéo offrant des affrontements en ligne sans classement compétitif et sans participation à des compétitions organisées. Elle représente 19,8 % des répondants, soit environ 9,8 millions de personnes en France, marquant une légère hausse de 100 000 individus par rapport à 2021. Stable depuis trois ans, ce groupe est peu orienté vers la compétition. Il affiche une répartition de genre équilibrée, avec 52 % de femmes, et se distingue par une diversité générationnelle : 52 % des membres ont moins de 15 ans ou plus de 35 ans. Enfin, la proportion de joueurs issus des catégories socioprofessionnelles supérieures a légèrement progressé, atteignant 38 % (+0,5 points par rapport à 2021).

Les "Esportifs Loisirs" : cette catégorie regroupe les internautes qui jouent à des jeux vidéo en ligne, pratiquent les parties classées (ranked et ladders), mais ne participent pas à des compétitions organisées. Le nombre de "Esportifs Loisirs" continue d'augmenter cette année (+100 000 individus) et atteint désormais 2,8 millions de personnes en France. La répartition de genre, composée de 71 % d'hommes, a augmenté de 6 % par rapport à l'année précédente, et la tranche des 15-34 ans représente désormais 72 % du groupe, marquant une réduction de la diversité générationnelle observée l'année passée. Par ailleurs, 29 % des membres de ce groupe proviennent de catégories socioprofessionnelles supérieures, un chiffre en légère baisse (-3 points) par rapport aux résultats de l'année dernière.

Les "Esportifs Amateurs" : ce groupe inclut les internautes qui jouent à des jeux vidéo en ligne, participent à des parties classées et ont pris part à au moins une compétition officielle (en ligne ou en LAN) au cours des douze derniers mois. Cette catégorie enregistre une forte progression par rapport à l'année précédente, regroupant maintenant 4 % des répondants, soit environ 2 millions de personnes (+500 000). Ce groupe est principalement composé d'hommes (94 %), composé de jeunes de 15 à 34 ans (95 %) et compte 45 % de membres issus des catégories socioprofessionnelles supérieures. Ce dernier taux se situe bien au-dessus de celui des deux autres catégories et de la moyenne nationale (28 %).



B) Analyse Interne

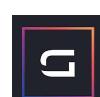
Karmine Corp, fondée en 2020, est une organisation française d'esport qui s'est rapidement imposée comme un acteur majeur sur la scène compétitive. Créée par un trio d'entrepreneurs passionnés, dont Kamel "Kameto" Kebir, Amine "Prime" Mekri et Félix "Guillaume" Dall'Anese, la Karmine Corp se distingue par son approche innovante et son engagement envers sa communauté. La structure a connu une ascension fulgurante grâce à ses performances remarquables dans des titres phares comme League of Legends et Valorant. L'organisation a su s'entourer de talents, recrutant des joueurs et des staff aux compétences avérées, ce qui lui a permis de remporter plusieurs titres prestigieux, dont la LFL (Ligue Française de League of Legends).

En termes de chiffres d'affaires, la Karmine Corp a réussi à atteindre des revenus significatifs, estimés à plusieurs millions d'euros, notamment grâce aux partenariats stratégiques avec des marques reconnues et à la vente de produits dérivés. L'organisation compte actuellement une cinquantaine d'employés, incluant des joueurs professionnels, des coachs, des analystes et du personnel de marketing, ce qui témoigne de sa volonté de professionnaliser l'esport en France.

Le storytelling de la Karmine Corp repose sur des valeurs fortes d'authenticité, de passion et de proximité avec sa communauté. Cette communauté fidèle se mobilise non seulement lors des événements en ligne, mais aussi lors de rencontres en présentiel, témoignant d'un engagement rare dans le milieu de l'esport. L'organisation a su capitaliser sur cette connexion en développant des contenus variés, allant de live streams interactifs à des vidéos YouTube captivantes, qui renforcent l'attachement des fans.

La direction artistique de la Karmine Corp est également un élément clé de son succès. Avec une identité visuelle distincte, alliant modernité et dynamisme, l'organisation attire une audience jeune et diversifiée. Cette esthétique est renforcée par des designs de merchandising créatifs, qui ont connu un accueil très favorable. La Karmine Corp met un point d'honneur à collaborer avec des artistes, que ce soit pour des collections de vêtements ou des événements spéciaux, élargissant ainsi son influence au-delà des seules compétitions.

En résumé, la Karmine Corp représente un modèle innovant d'organisation d'esport, combinant performance, engagement communautaire et créativité. Sa position de leader sur le marché français et son potentiel d'expansion à l'international en font un acteur incontournable à suivre dans l'évolution de l'esport.



Forces de la Karmine Corp

Communauté forte et engagement des fans

La Karmine Corp bénéficie d'une base de fans extrêmement fidèle, dont le soutien est très visible en ligne et lors d'événements en présentiel. Cette mobilisation exceptionnelle renforce l'influence de l'organisation au sein de l'industrie de l'esport.

Identité de marque solide et différenciée

Grâce à une identité visuelle marquée et un storytelling distinctif, la Karmine Corp a développé une image de marque puissante. Cette singularité lui permet de se démarquer dans un environnement concurrentiel et d'attirer divers partenariats.

Succès compétitifs importants

La Karmine Corp a remporté plusieurs titres prestigieux, notamment dans la Ligue Française de League of Legends (LFL), et s'est illustrée sur la scène internationale. Ces succès renforcent sa crédibilité et attirent l'attention des fans et des sponsors.

Présence influente sur les réseaux sociaux

L'implication active des fondateurs et des joueurs sur les réseaux sociaux amplifie la visibilité de la Karmine Corp et fidélise son audience. Cette présence numérique permet une communication rapide et efficace qui favorise l'engagement de la communauté.

Innovation dans la création de contenu

En proposant une diversité de contenus, allant du streaming en direct aux vidéos sur YouTube en passant par des interviews exclusives et des vidéos en coulisses, la Karmine Corp diversifie son offre médiatique, ce qui lui permet d'atteindre un public élargi.

Présence sur une multitude de jeu

La Karmine Corp se distingue par sa capacité à exceller dans une variété de jeux, notamment League of Legends et Valorant, ce qui renforce sa notoriété et sa base de fans. Cette polyvalence leur permet de capter des audiences diverses tout en maximisant les opportunités de sponsoring et de partenariat. En performant dans plusieurs titres, l'équipe attire l'attention des médias et des sponsors, consolidant ainsi son statut sur la scène e-sportive.



Faiblesses de la Karmine Corp

Dépendance à un nombre restreint de titres et de compétitions

L'activité de la Karmine Corp se concentre principalement sur certains jeux tels que League of Legends, ce qui expose son modèle économique à un risque si ces titres venaient à décliner en popularité ou en rentabilité.

Pression élevée pour maintenir des résultats constants

Les attentes élevées de la communauté imposent une forte pression sur les joueurs et le personnel de la Karmine Corp. Une série de performances décevantes pourrait affaiblir l'engagement des fans et affecter l'image de la marque.

Ressources financières limitées par rapport aux grands acteurs

Face aux organisations internationales de premier plan, comme Team Liquid, Fnatic ou G2 Esports, la Karmine Corp dispose de ressources financières relativement modestes. Cela peut limiter sa capacité à recruter des talents de haut niveau et à investir dans de nouvelles ligues ou infrastructures.

Concurrence accrue et marché en maturation

Le secteur de l'esport devient de plus en plus saturé avec de grandes équipes bien établies et l'émergence de nouvelles organisations ambitieuses. La Karmine Corp doit constamment innover pour maintenir son avantage compétitif et rester attractive dans un environnement concurrentiel.

Volatilité des plateformes de streaming

La Karmine Corp dépend en grande partie des réseaux sociaux et des plateformes de streaming pour toucher son audience. La volatilité de ces plateformes, soumises à des changements d'algorithme ou de règles de monétisation, pourrait poser un risque en termes de visibilité et de revenus.

Risques de régulation dans l'industrie de l'esport

Avec une croissance rapide, l'esport attire de plus en plus de régulations, notamment sur la publicité, la fiscalité, et le bien-être des joueurs. Des changements réglementaires brusques pourraient impacter le modèle économique et les opérations de la Karmine Corp, ajoutant une charge de conformité potentielle.

Augmentation des coûts de recrutement des talents

En raison de la popularité croissante de l'esport, les salaires des joueurs et des équipes de support (coachs, analystes, etc.) sont en hausse. La Karmine Corp devra continuer d'attirer des talents sans compromettre sa rentabilité, face à une concurrence toujours plus intense.



C) Diagnostic de marque

SWOT DE LA KARMINE CORP

	Force	Faiblesses
Interne	<ul style="list-style-type: none"> -Communication Efficace -Communauté Engagée -Leadership de Kameto -Professionnalisation -Branding solide 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de Ressources -Défis Contractuels -Développement de Talents
	Opportunité	Menaces
Externe	<ul style="list-style-type: none"> -Mise en Avant par l'État -Croissance du Marché -Liaison avec le Marché des Jeux Vidéo -Plateformes de Streaming en Croissance 	<ul style="list-style-type: none"> -Dépendance Technologique -Manque de Réglementation Uniforme -Polémiques autour de l'ESport -Concurrence Intense -Pression des performances et attentes

En résumé, Karmine Corp se positionne comme un acteur dynamique et prometteur dans le monde de l'eSport, profitant d'une croissance rapide du marché et d'un soutien fort de sa communauté. Avec une communication efficace et le leadership charismatique de Kameto, l'équipe réussit à établir des liens solides avec ses fans, tout en développant des partenariats stratégiques dans l'univers des jeux vidéo.

Cependant, des défis subsistent, notamment en matière de ressources et de réglementation. Le manque de réglementation uniforme au niveau européen peut engendrer des complications, surtout lorsqu'il s'agit de la mobilité des joueurs et des contrats. De plus, la dépendance technologique représente un risque à surveiller, surtout dans un secteur où chaque instant compte.

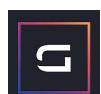


Malgré ces menaces, Karmine Corp a les atouts nécessaires pour naviguer dans cet écosystème compétitif. En continuant à innover et à s'adapter aux changements du marché, le club a le potentiel de devenir une référence mondiale dans l'eSport. Pour l'avenir, la clé sera de transformer ces opportunités en succès tout en surmontant les défis qui se présentent. L'engagement et la passion de ses fans sont des forces motrices qui propulseront Karmine Corp vers de nouveaux sommets !

II - Problématique

Comment la Karmine Corp pourrait-elle diversifier son activité ?

Cette question soulève des opportunités intéressantes pour la Karmine Corp et invite à une réflexion approfondie sur les différentes stratégies de diversification qui pourraient être mises en œuvre. En explorant des axes tel que l'expansion dans de nouveaux segments de marché, le développement de produits et services innovants, ou l'engagement dans des collaborations stratégiques, la Karmine Corp pourrait non seulement élargir son portefeuille d'activités, mais aussi renforcer sa position sur le marché de l'esport.



III - Préconisations

Préconisations Internes :

Amélioration des infrastructures et du staff de support

La mise en place de structures de support performantes pour les joueurs (coaching mental, formation physique, analyse de performance) est devenue essentielle pour les équipes professionnelles. La Karmine Corp pourrait se différencier en investissant davantage dans des infrastructures et un encadrement de pointe.

Développement d'une stratégie de développement durable

Avec la sensibilité croissante des consommateurs envers les valeurs sociales et environnementales, la Karmine Corp pourrait développer des initiatives de développement durable. Que ce soit via des pratiques écoresponsables, un soutien à des causes sociales, ou des programmes pour promouvoir la diversité dans l'esport, cette stratégie pourrait renforcer son image de marque et attirer un public plus large.

Augmentation des revenus par la monétisation de l'engagement communautaire

La fidélité de la communauté de la Karmine Corp peut être une source de revenus stable grâce à des abonnements exclusifs, des dons ou du merchandising personnalisé. En optimisant cette monétisation, l'organisation peut mieux valoriser son capital communautaire tout en réduisant sa dépendance aux sponsors externes.

Collaborations avec des artistes extérieurs à l'esport

Établir des partenariats avec des artistes issus de divers domaines, tels que la musique, l'art visuel ou la mode, pourrait permettre à la Karmine Corp de diversifier son offre et élargir son public. En intégrant ces collaborations dans ses collections de merchandising ou en organisant des événements spéciaux, l'organisation pourrait créer des expériences uniques qui attirent non seulement les fans d'esport, mais également des amateurs de culture populaire. Ces initiatives renforceraient non seulement l'image de marque de la Karmine Corp, mais favoriseraient aussi l'engagement communautaire et ouvriraient de nouvelles avenues de revenus, en capitalisant sur la créativité et la notoriété d'artistes extérieurs.



Préconisations Externe :

Expansion vers les marchés internationaux

L'esport étant en forte croissance dans des régions comme l'Asie, l'Amérique du Nord et l'Amérique latine, la Karmine Corp pourrait envisager une expansion ciblée dans ces zones, notamment via des partenariats ou des équipes locales. Cela offrirait un accès à de nouvelles audiences et renforcerait la portée globale de la marque.

Développement d'une académie et de programmes de formation

En créant une académie ou des programmes de formation, la Karmine Corp pourrait cultiver de nouveaux talents et préparer la relève tout en générant de nouveaux revenus. Ces programmes, orientés vers les jeunes passionnés et les semi-professionnels, contribueraient également à asseoir la réputation de l'organisation dans l'éducation et le développement des talents.

Création de produits numériques exclusifs

Avec l'essor des produits numériques (par exemple, les applications pour les fans, les avatars virtuels, et les NFT), la Karmine Corp pourrait créer des produits numériques exclusifs. Ces offres aideraient à générer de nouveaux revenus tout en approfondissant l'engagement des fans dans des univers virtuels et interactifs.

Opportunités de diversification dans les médias et le divertissement

Le développement de contenus pour les plateformes de streaming, comme des documentaires ou des séries, ou encore la création d'événements live pour les fans, permettrait à la Karmine Corp de se positionner non seulement comme une équipe esport mais aussi comme un acteur du divertissement.

Source :

[Le secteur de l'e-sport - Faits et chiffres | Statista](#)

[Karmine Corp](#)

[Accueil - France Esports](#)

[Stratégie Esport 2020-2025 | entreprises.gouv.fr](#)

[Karmine Corp: Les derniers chiffres, actualités et études de marché sur Karmine Corp](#)

[Le marché de l'e-sport - France \(10.2023\) | Businesscoot](#)

[Karmine Corp : La Conquête de l'Elite de l'Esport Européen - MBA DMB](#)

[E-sport : le développement continu des compétitions de jeux vidéo | vie-publique.fr](#)

[Baromètre France Esports – Résultats de l'édition 2022](#)

