

KARMINE CORP

Etude de marché



*Gaming Campus – © Active Learning
by Quest Education Group
Document Interne 2024-2025 –
NOËL Enzo – LARAN Léopold*

Léopold LARAN

(Chargé marketing chez la Karmin Corp)

- *Élaboration de stratégies compétitives et d'optimisation de performances*
- *Analyse approfondie des matchs et performances des joueurs*
- *Veille stratégique et suivi des tendances de l'esport*
- *Préparation de rapports et présentations pour les équipes*
- *Contribution à la visibilité et à la notoriété de la KCorp via des analyses et insights exclusifs*





Enzo NÖEL

(Intervenant analyste sportif)

- *Repérer les tendances du marché*
- *Fournir des insights stratégiques*
- *Identifier des axes de diversification*
- *Modéliser les tendances de l'esport*
-
- *Développer des partenariats clés*



Présentation de la Karmine Corp



Présentation de la Karmine Corp

- Fondée en 2020 par Kamel “Kameto” Kebir et Amine "Prime" Mekri
- 17 novembre 2020, la Kameto Corp annoncent l'arrivée de leur structure en LFL
- 2 mai 2021, la Karmine Corp remporte les EUM pour la première fois
- 26 juillet 2021 arrivé sur Rocket League
- 5 mai 2022 arrivé sur Valorant



Présentation de la Karmine Corp

Principales trophées remportés :

- 4x Champion des EUM
- 3x Champion de LFL
- Winter Major RL 2023
- VCT EMEA Kickoff 2024
- Trackmania World Champ 2023
- TFT World Champ 2020



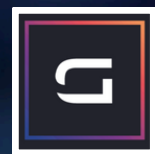
*Premier EUM remporté par la Karmine Corp 2021
Adam, Cinkrof, Saken, XMatty, Targamas*



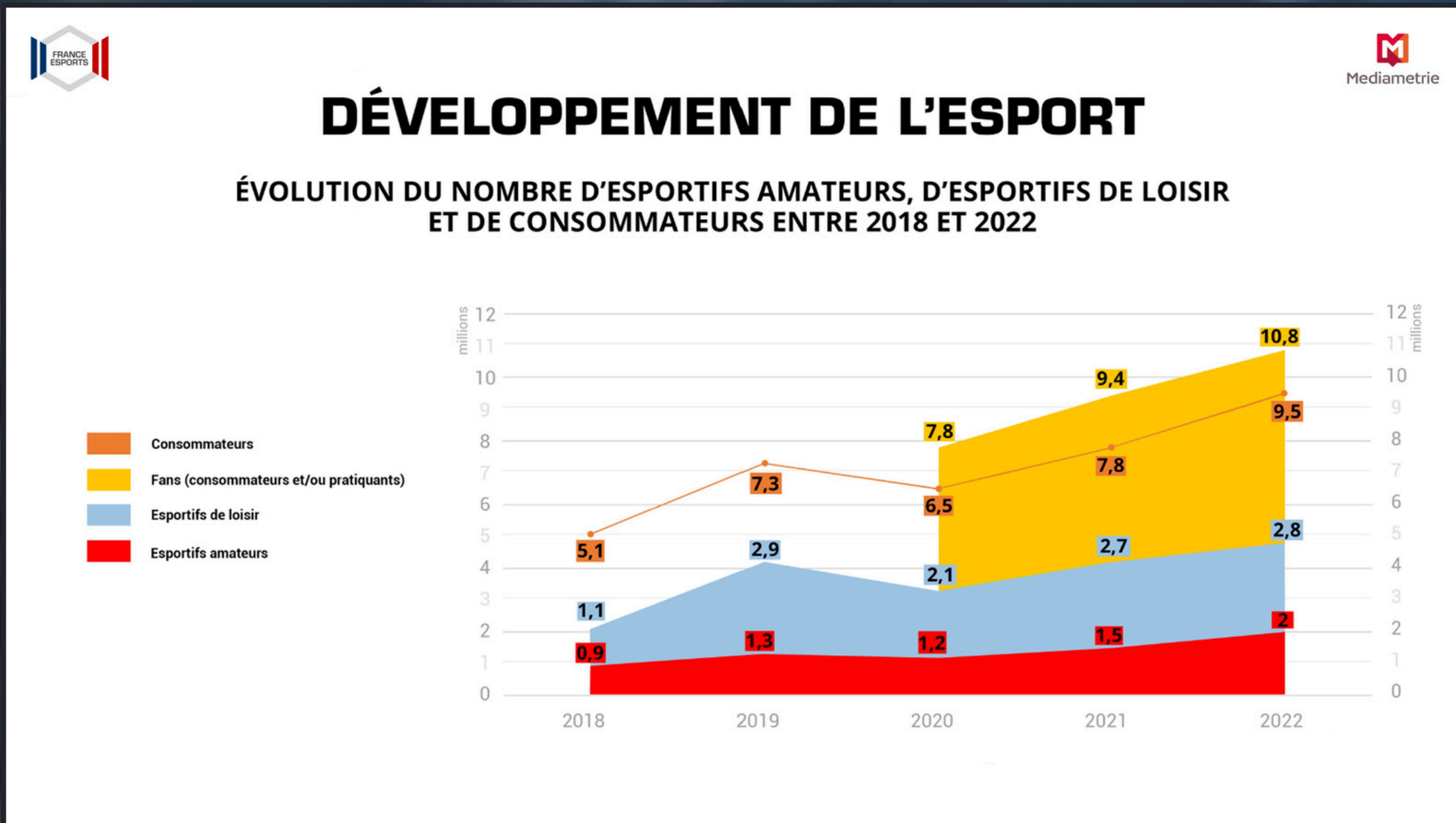
Karmine Corp à RLCS Winter Major 2022-23
De gauche à droite : ExoTiik, vatira., Eversax, itachi



Analyse et Diagnostic



Analyse Externe



- Secteur en croissance rapide
- Chiffres d'affaires estimé en 2019 à environ 50 millions
Dont 27% pour les structures
- Un intérêt croissant du public pour les compétitions esport : +43% entre 2017 et 2019



	Opportunité	Menace
Politique	-Soutien de l'État-Intégration dans les JPO 2028 -Reconnaissance croissante par les institutions publiques	-Manque de cadre politique stable autour de l'esport -Disparités dans la reconnaissance officielle de l'esport selon les pays
Economique	-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)	-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	-Croissance du public et de la pratique amateur -Communauté engagée et fidèle -Vision sportive reconnue par une partie du publicIntérêt croissant pour les compétitions (+43% entre 2017 et 2019) -Popularité des streamers influençant la perception de l'esport	-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	-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)	-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	-Sensibilisation croissante autour des événements à but caritatif -Initiatives pour réduire l'empreinte carbone des compétitions	-Déplacements fréquents en avion pour les compétitions internationales -Forte consommation énergétique des événements en LAN -Pression environnementale sur les infrastructures événementielles
Legal	-Contrats des joueurs encadrés par des lois spécifiques -Augmentation des régulations protégeant les joueurs (conditions de travail, droit à l'image)	-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

Mapping Concurrentiel de la Karmin Corp

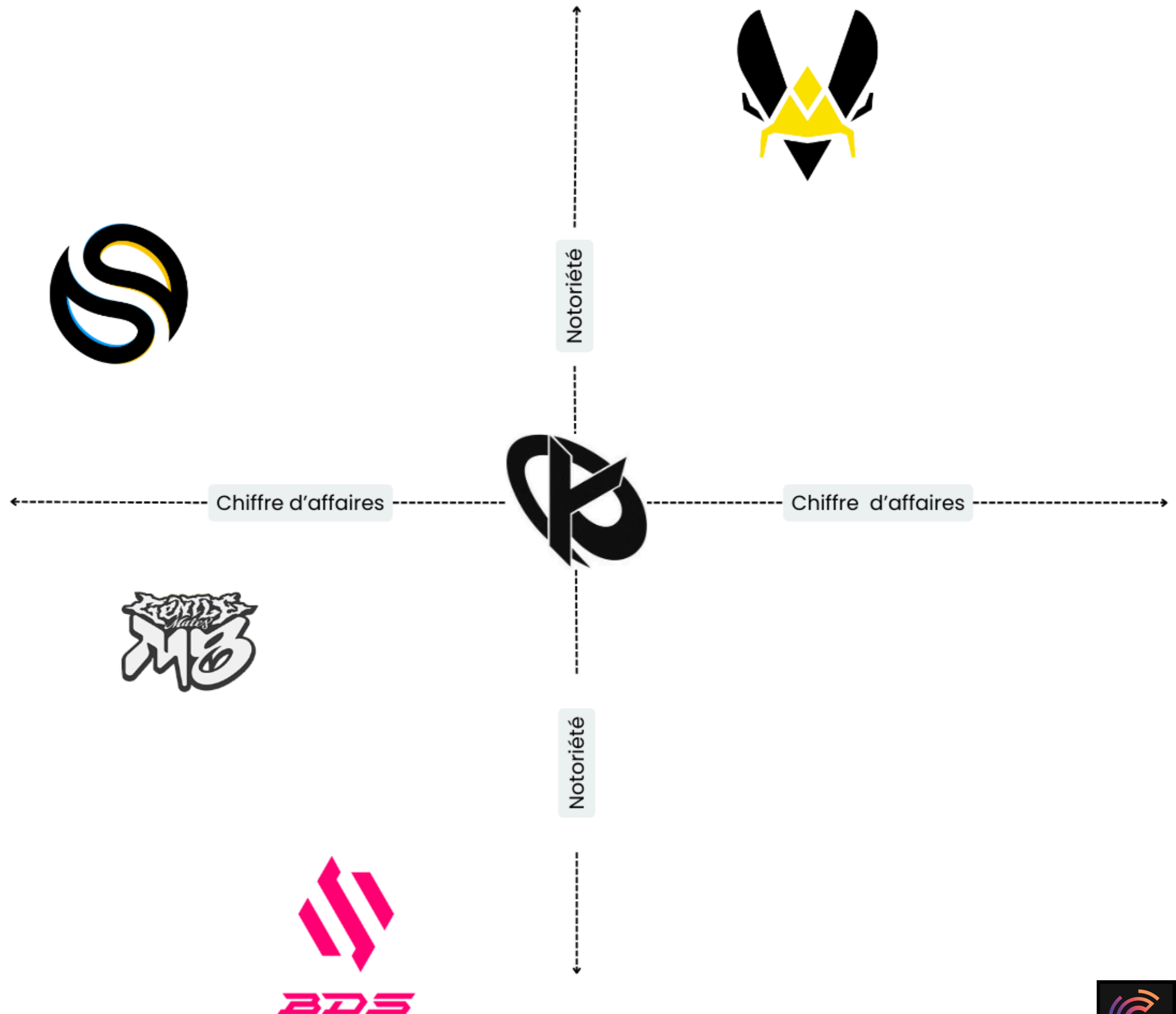
Mapping concurrentiel de la Karmin Corp par rapport aux structures concurrentes E-sport francophone

rapport à leur notoriété* (2024) et à leur chiffre d'affaires (2022)

***Nombres d'abonnés additionnés (Twitter, Instagram, Twitch, Youtube)**

Vitality : 2 457 800 abonnés
Karmin Corp : 998 300 abonnés
Solary : 1 602 800 abonnés
Gentle Mates : 846 000 abonnés
Team BDS : 393 700 abonnés

Vitality : 14+ millions d'euros de CA (2022)
Karmin Corp: 10+ millions d'euros de CA (2022)
Solary : 2,9 millions d'euros de CA (2022)
Gentle Mates : 3 millions d'euros de CA (2022)
Team BDS : 5+ millions d'euros de CA (2022)



QUI SONT LES JOUEURS D'ESPORT ?

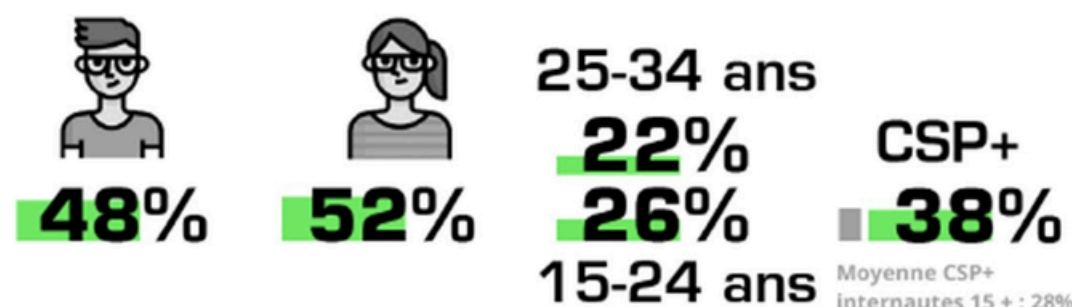
JOUEUR GRAND PUBLIC

9,8 MILLIONS ↗+0,1M

20% des internautes 15+

Joueur de jeu vidéo d'affrontement

- . SANS classement
- . SANS compétition



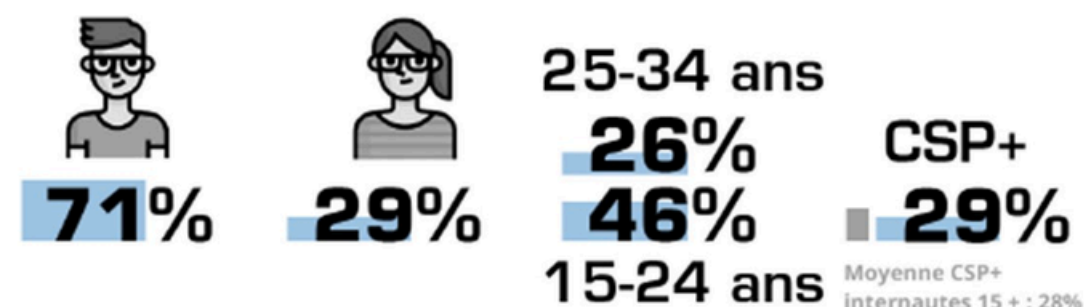
ESPORTIF LOISIR

2,8 MILLIONS ↗+0,1M

5,8% des internautes 15+

Joueur de jeu vidéo d'affrontement

- . AVEC classement
- . SANS compétition



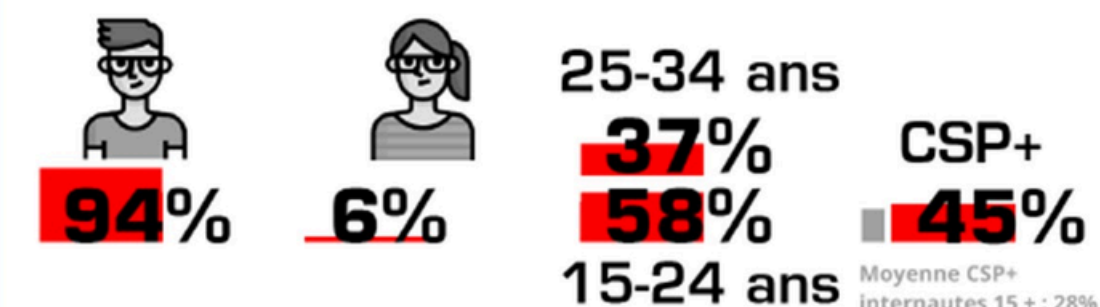
ESPORTIF AMATEUR

2 MILLIONS ↗+0,5M

4% des internautes 15+

Joueur de jeu vidéo d'affrontement

- . AVEC classement
- . AVEC compétition



Analyse Interne

Forces // Faiblesses



Analyse Interne

Forces

- un CA de +5millions € en 2022
- partenariats stratégiques avec des marques reconnues
- vente de produits dérivés et merch novateur
- cinquantaine d'employés
- volonté de professionnaliser l'esport en France



Analyse Interne

Forces

1. Communauté forte et engagement des fans

- fans extrêmement fidèle
- ligne + événements présentiel
- ++ influence de l'organisation industrie de l'esport



2. Présence influente sur les réseaux sociaux

- implication active fondateurs
- proximité
- influence à l'international rivalité (Ibai / Loud)



Analyse Interne Forces



Analyse Interne

Forces

3. Innovation dans la création de contenu

- diversité de contenus
- interviews exclusives et vidéos en coulisses



4. Identité de marque solide et différenciée

- storytelling distinctif et attachant
- image de marque puissante



Analyse Interne

Forces

5.Présence sur une multitude de jeu

- capacité à exceller dans une variété de jeux
- polyvalence permet de capter des audiences diverses



Analyse Interne

Faiblesses

1. Pression élevée pour maintenir des résultats constants

- attentes élevées de la communauté = forte pression sur les joueurs et personnels

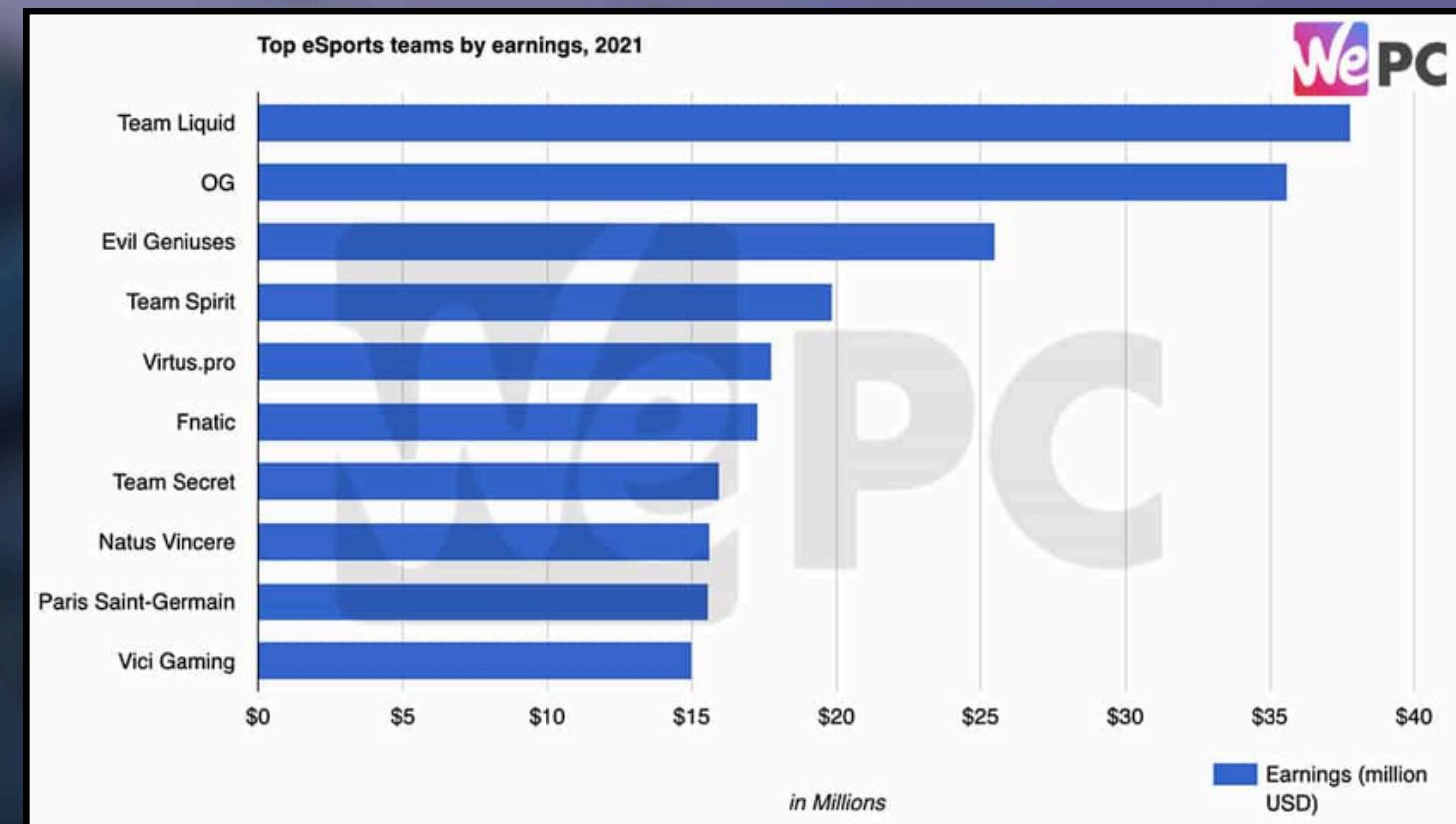
2. Ressources financières limitées par rapport aux grands acteurs

- Face organisations internationales
- → KC dispose de ressources financières



3. Concurrence accrue et marché en maturation

- secteur de l'esport saturé

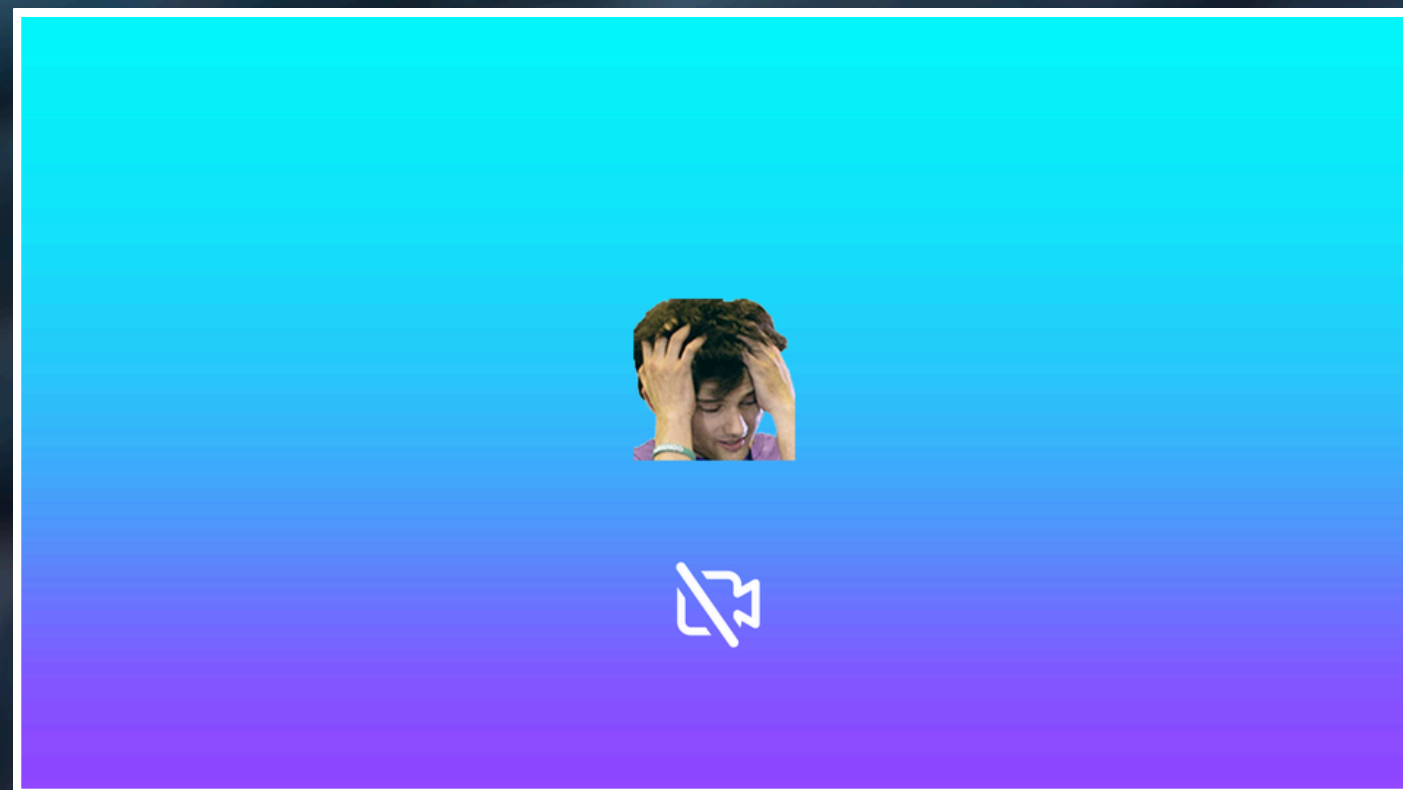


Analyse Interne

Faiblesses

4. Volatilité des plateformes de streaming

- dépend + réseaux sociaux + plateformes de streaming pour toucher son audience
→ volatilité plateformes pourrait poser risque en termes de visibilité et de revenus



5. Risques de régulation dans l'industrie de l'esport

- changements réglementaires brusques fiscalité / publicité pourraient impacter modèle économique et opérations → KC



Diagnostic de marque



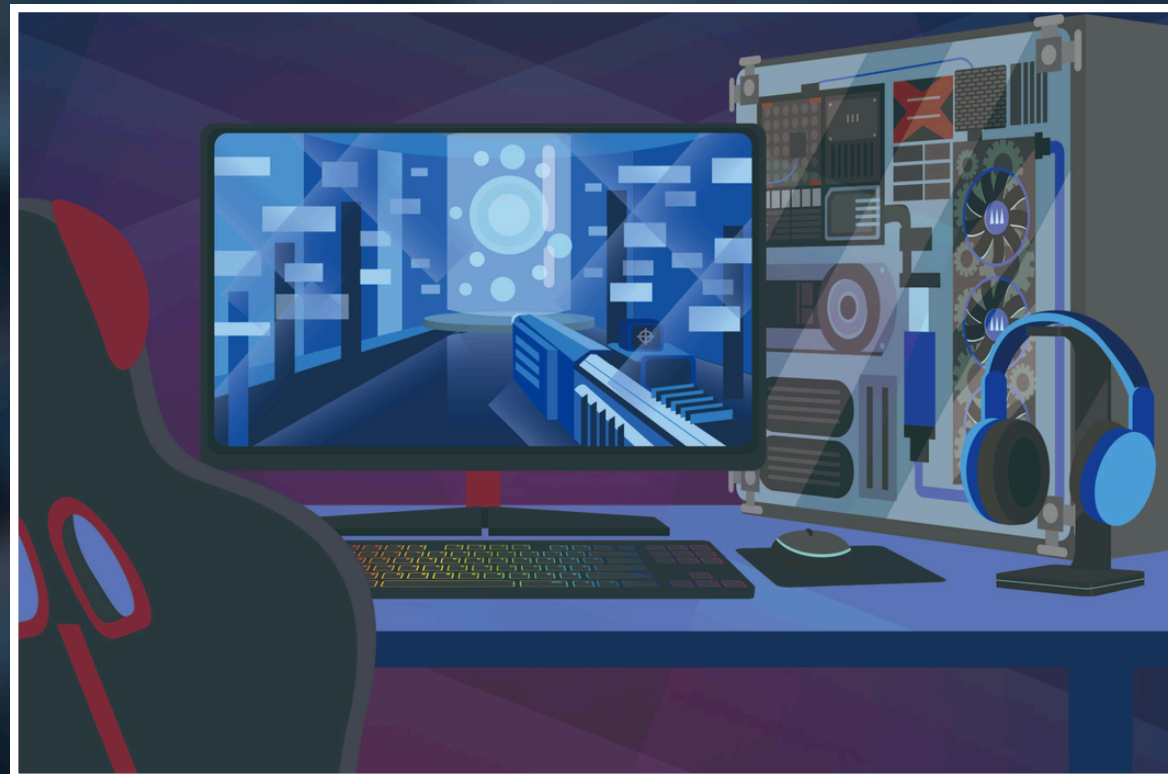
Diagnostic de marque

<i>Interne</i>	<i>Force</i>	<i>Faiblesses</i>
	<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
<i>Externe</i>	<i>Opportunité</i>	<i>Menaces</i>
	<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



Diagnostic de marque

- acteur dynamique et prometteur dans le monde de l'esport
- croissance rapide du marché + soutien fort de sa communauté
- établir des liens solides avec ses fans
- dépendance technologique = risque à surveiller



Problématique

Comment la Karmine Corp
pourrait-elle diversifier son
activité ?



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



Préconisations Internes

Développement d'une stratégie de développement durable

Développer des initiatives de développement durable

- Pratiques écoresponsables
- Soutien à des causes sociales
- Promouvoir la diversité



Préconisations Internes

Augmentation des revenus par la monétisation de l'engagement communautaire

Fidélité de la communauté

- Des abonnements exclusifs
- Des dons
- Du merchandising personnalisé



Préconisations Internes

Collaborations avec des artistes extérieurs à l'esport

Établir des partenariats avec des artistes

- Diversifier son offre et élargir son public
- Organiser des événements spéciaux
- Favoriser l'engagement
- Créativité et notoriété d'artistes extérieurs



Préconisations Externe

Expansion vers les marchés internationaux

Envisager une expansion ciblée

- Partenariats ou des équipes locales
- L'Asie, l'Amérique du Nord et l'Amérique latine
- Forte croissance



Préconisations Externe

Développement d'une académie et de programmes de formation

Créer une académie ou des programmes de formation

- Cultiver de nouveaux talents
- Préparer la relève

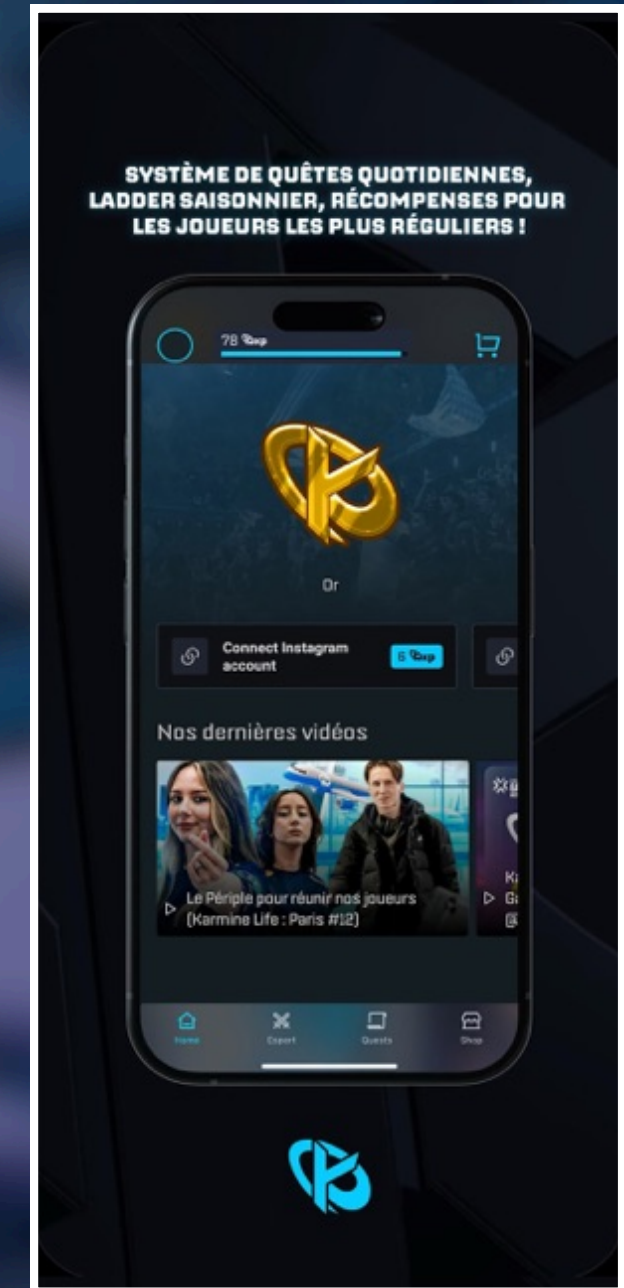
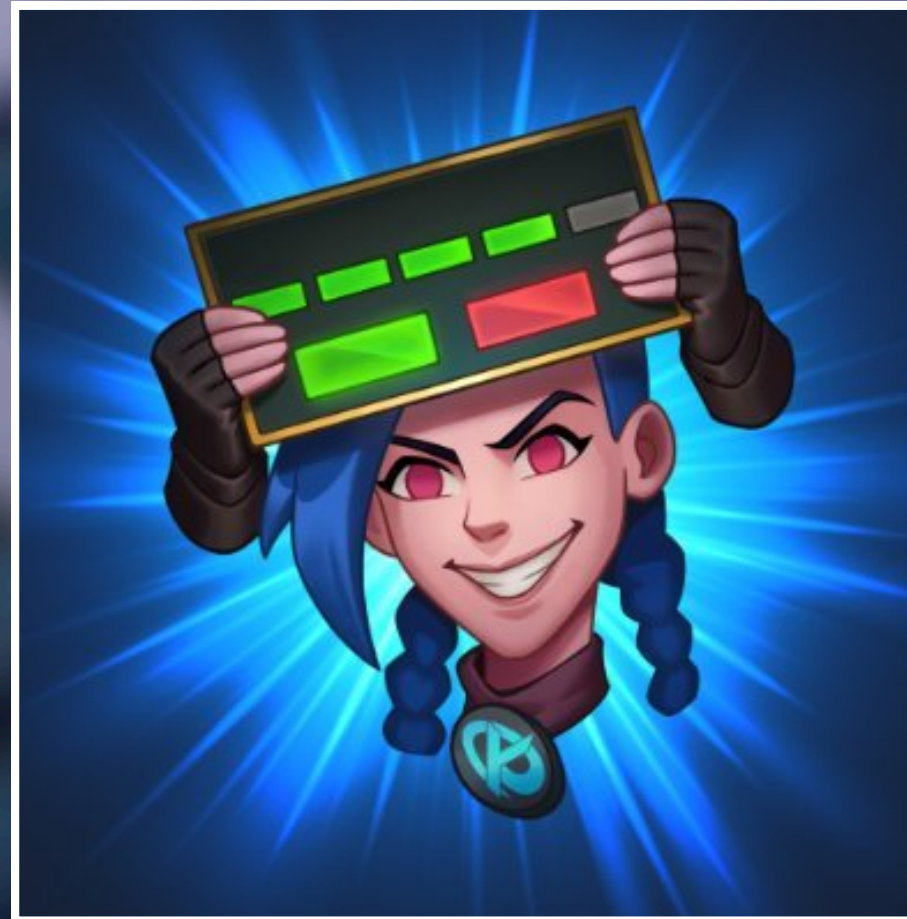


Préconisations Externe

Création de produits numériques exclusifs

Créer des produits numériques exclusifs

- Les applications pour les fans
- Les avatars virtuels
- Les NFT
- Générer de nouveaux revenus et approfondissant l'engagement des fans



Préconisations Externe

Opportunités de diversification dans les médias et le divertissement

Le développement de contenus pour les plateformes de streaming

- Documentaires ou des séries
- La création d'événements live pour les fans
- Un acteur du divertissement

