



CET ÉCRAN A ÉTÉ PARTAGÉ À PARTIR DE LA PRESSE+

Édition du 2 novembre 2014,
section ACTUALITÉS, écran 3



JEUX VIDÉO

DES TOURNOIS QUI GAGNENT EN POPULARITÉ

Avec plus de 1 milliard d'adeptes de jeux vidéo dans le monde, cette industrie est devenue le divertissement numéro un, devant le cinéma et la musique. Quant aux cotes d'écoute de certaines compétitions, elles font verdoyer de jalousie les télédiffuseurs conventionnels. Et si les finales de *League of Legends* devenaient le Super Bowl du XXI^e siècle ?

NATHALIE COLLARD
LA PRESSE

La finale du jeu *League of Legends* (LOL) en Corée du Sud il y a deux semaines en a mis plein la vue à 40 000 adeptes du jeu vidéo. Rassemblés dans un stade de Séoul, ils étaient venus voir leurs joueurs préférés se disputer deux millions de dollars en prix. Au programme : les 16 meilleures équipes au monde et un spectacle du groupe Imagine Dragons devant une foule en délire.

Pourquoi se déplacer dans un stade pour regarder des gens jouer à des jeux vidéo ? « C'est comme regarder un match de hockey à la télé ou en direct, répond Stéphanie Harvey, championne mondiale du jeu *Counter-Strike* et conceptrice de jeux chez Ubisoft. Tu veux être sur place, sentir l'émotion. »

Comme le sport professionnel ou le cinéma, l'univers des jeux vidéo a ses grosses vedettes, ses rencontres internationales et ses commanditaires. Parmi les stars québécoises, on retrouve Stéphanie Harvey, alias Miss Harvey, qui représente le Canada ce week-end à la Coupe du monde, à Paris, ou Marc-Olivier desRow Proulx, joueur de *StarCraft II*, qui fera l'objet d'un documentaire bientôt à Canal D.

On ne les désigne plus comme des joueurs, mais bien comme des cyberathlètes. Depuis peu, ils ont même droit à des bourses de sport-études dans certaines universités américaines. Et sur la scène internationale, les commanditaires sont nombreux à vouloir les financer : Red Bull, Virgin, Monster, Subway et Samsung commanditent souvent des compétitions de jeux vidéo. En Suède, McDonald's a même lancé le hamburger NIP en hommage à l'équipe locale Ninjas in Pyjamas.

EST-CE UN SPORT ?

Les sports électroniques seraient-ils en voie de supplanter le hockey et le football comme événement sportif rassembleur ?

Non seulement la finale 2014 de *League of Legends* a été diffusée en direct sur plusieurs plateformes web, mais elle était également projetée dans plusieurs salles de cinéma à travers le monde. L'année précédente, la compétition – qui avait lieu au Staples Center, l'arène des Kings à Los Angeles – avait attiré 32 millions de téléspectateurs.

« On assiste à une métamorphose de la consommation de contenus, observe Martin Carrier, vice-président et chef du studio de Warner Brothers Games à Montréal. Les jeux vidéo sont plus populaires que les films en salle, c'est devenu un divertissement à part entière. »

« Ce n'est pas un sport, c'est une compétition, comme les échecs », a lancé récemment le grand patron du réseau des sports américain ESPN, John Skipper, reconnaissant du même souffle qu'on ne peut plus ignorer le phénomène. ESPN a d'ailleurs diffusé la finale du jeu *Dota 2* en juillet dernier sur la chaîne web ESPN3. Total des visiteurs uniques qui ont regardé l'événement : 20 millions de personnes. Un succès. La chaîne diffusera d'autres championnats.

UN PHÉNOMÈNE MONDIAL

Le phénomène des sports électroniques a débuté à la fin des années 90 en Corée du Sud, où on trouve aujourd'hui quatre chaînes de télé consacrées exclusivement aux jeux vidéo. Déjà, en 2004, la finale de *StarCraft* attirait 100 000 fidèles du jeu. Cette ferveur est en voie de conquérir l'Amérique du Nord. Dans la ville de Columbus, en Ohio, on vient de construire un stade, qui accueillait les finales de *Call of Duty 3* le week-end dernier. Les huit meilleures équipes au monde s'affrontaient dans une enceinte remplie à craquer de supporters qui criaient, sifflaient, encourageaient leurs joueurs préférés... comme au hockey.

Quand ils ne se déplacent pas dans un stade pour assister à une compétition, les adeptes des jeux vidéo regardent jouer leurs joueurs préférés sur Twitch, une plateforme de diffusion web qui permet de choisir parmi près d'un million de chaînes et d'échanger avec d'autres *gamers*. N'importe quel joueur peut lancer sa propre chaîne, mais ce sont les meilleurs qui sont les plus regardés. Véritable phénomène, Twitch, lancé en 2011, compte environ 60 millions de visiteurs uniques par mois. Pas étonnant que le géant Amazon ait déboursé 970 millions US pour l'acquérir. « La diffusion et le visionnement de parties de jeux vidéo est en progression fulgurante, déclarait le grand patron Jeff Bezos lors de la transaction, en août dernier. On est face à un phénomène mondial. »

Comment expliquer cette explosion ? Martin Carrier, de Warner Brothers Games, croit que l'émergence de la culture *geek* y est pour quelque chose. « Avant, dit-il, ce n'était pas cool d'être *geek*, pas socialement acceptable. Aujourd'hui, c'est bien vu. »

ET AU QUÉBEC ?

Chez nous, le phénomène en est encore à ses balbutiements. « On est à la veille de l'éclosion, estime Martin Carrier, qui siège aussi à l'Alliance numérique, l'organisation à l'origine du Mondial des jeux, une rencontre professionnelle qui se tiendra à Montréal dans une dizaine de jours. Au total, environ 3000 participants de l'industrie viendront échanger et entendre un des fondateurs de Riot Games expliquer le succès phénoménal de *League of Legends*. »

Jusqu'ici, l'événement québécois le plus populaire auprès des joueurs demeure le LAM de l'École de technologie supérieure (ETS), dont la dernière édition a attiré un millier de joueurs. Selon son fondateur, Roch Turgeon, aujourd'hui à la tête de la boîte de production CyberActiv, un des problèmes au Québec, c'est la barrière linguistique. « Les gros commanditaires craignent qu'on les force à traduire leur site web en français s'ils acceptent des Québécois dans leurs compétitions, explique M. Turgeon. Vous verrez donc des compétitions ouvertes aux Canadiens "sauf aux résidents de la province de Québec". Les joueurs québécois sont souvent bannis de la compétition internationale. »

Mais les choses pourraient changer. L'été dernier, le Festival Juste pour rire a tenté une première incursion dans cet univers en présentant l'Electronic Sports World Cup dans le cadre du Mondial des Jeux Loto-Québec. Les spectateurs étaient conviés à assister à des compétitions de *Counter-Strike*, *Global Offensive* et *Just Dance 2014*. Les résultats, selon les organisateurs, ont été concluants. « On n'a pas battu des records de participation et les commanditaires sont encore frileux, ils ne connaissent pas bien cet univers, mais ce fut un succès d'estime et une façon de tester le terrain, lance le producteur exécutif de l'événement, Arman Afkhami. Il y a aura une édition l'été prochain. » À quand une finale de *StarCraft* au Centre Bell ?