

GRAPHISME & ESPORT



The industry of esports

is a subject of debate because of its recent integration to the Olympic Games.

This debate opposes professional gamers and fans of classical sports, and it determines the categorisation of esports as a sport.

This article aims to evaluate the impact of graphic design on the perception of esports as sports. Famous brand identities of sport and esports were studied and compared.

This article was also based on journals and articles written by experts in sports and esports. These analyses demonstrated

the importance of graphic design

in the development of esports and the huge influence of visuals in the perception of someone or something. On this basis, the author believes that graphic design has an impact on the perception of esports and its evolution as an industry.

#esport

#visualidentity

#sport

#perception

#stereotypes

#influence

#graphicdesign

La création de nouveaux jeux compétitifs a contribué au développement d'une nouvelle industrie :

l'esport.

Le mot « esport » est un anglicisme, il s'agit de la contraction d'*electronic sport** et désigne la pratique compétitive de jeu vidéo. Aujourd'hui, ce domaine se trouve être un sujet faisant débat notamment sur sa catégorisation en tant que sport et sur la proposition d'en faire une discipline olympique.**

Le sport se définit par une activité physique exercée dans le sens du jeu et de l'effort, et dont la pratique suppose un entraînement méthodique et le respect de règles. L'origine du mot en latin *deporte* signifie le mouvement, le déplacement. Or, l'esport ne demande pas d'effort physique exercé lors de la pratique. Les adhérents réfutent cet argument car le sport se définirait principalement par l'amusement, l'entraînement méthodique est le cadre compétitif, caractéristiques que l'esport possède.*

Dans cet article, nous allons évoquer

la stratégie graphique

optée par l'esport afin d'être identifié en tant que sport. Nous nous demanderons en quoi le graphisme peut permettre à l'esport d'être mieux reconnu dans le monde sportif. Nous étudierons les représentations graphiques des valeurs du sport et de l'esport afin d'en définir les codes et nous verrons en quoi le graphisme a un impact important sur l'esport.

LES CODES GRAPHIQUES DE L'ESPORT

L'esport professionnel est un domaine basé sur les fans passionnés pour le jeu, les joueurs ou l'équipe. Des entreprises d'esport possédant joueurs et équipes, se sont développées ces dernières années et ont eu besoin, comme dans le sport, d'un logo décliné en produits dérivés. Afin de dégager les caractéristiques graphiques de ce domaine, nous proposons comme exemple, une analyse de la structure britannique

FNATIC



L'appellation de la structure Fnatic vient du mot « fanatique » en référence à la passion extrême et aux fans de jeux vidéo. Aujourd'hui, il s'agit de l'une des structures esports les plus connues en Europe et dans le monde. Elle a été créée en 2004 par Sam et Anne Mathews à l'origine sur le jeu Counter-Strike. Les différents logos de Fnatic ont été créés par Chris Biron, le directeur artistique de la structure. Le premier en 2009 puis sa refonte en 2020.

Le logo d'origine est basé sur

des modules

pouvant former les lettres du nom Fnatic.

On pouvait reconnaître facilement les lettres « f, c et i ». Cependant, le logo possédait une asymétrie dû à la barre du « f ». La couleur orange représente le dynamisme, l'énergie et l'enthousiasme qu'on peut éprouver en jouant. L'identité actuelle conserve les intentions du logo originel mais s'inspire également de l'identité d'une structure sportive contemporaine. En effet, le refonte a rendu le logo plus actuel en recréant des modules simplifiés pour les lettres de Fnatic. Le logo est alors beaucoup plus

symétrique et géométrique,

calculé à partir de cercles
le rendant harmonieux.



Le logotype de Fnatic reflète le sentiment d'appartenance à un groupe et surtout à la passion pour un domaine. Fnatic n'est pas la seule structure à s'inspirer des identités graphiques des sports classiques. En effet, nous avons posé la question à Dhav Oza, le directeur artistique de la structure Karmine Corp, qui nous confirme constater une influence de la NBA et de la NFL dans les identités graphiques sportives.* Afin d'appuyer ce propos, nous étudierons les points communs que Fnatic possède avec le logo de

l'Inter Milan.



En 2021, l'Inter Milan a dévoilé son nouveau logo réalisé par le Bureau Borsche. Le logo est circulaire et symétrique. Il aligne le « I » de *International* et le « M » de *Milano*. Les couleurs sont remaniées en un bleu vibrant accompagné de noir et de blanc. Cette refonte représente bien les clubs de football qui ont généralement des logotypes basés sur des symboles – ou une forme de blason – dans un but d'identification,

d'appartenance à un groupe

et d'esprit d'équipe. Les couleurs sont souvent saturées et les typographies linéales, afin d'attirer l'attention. Nous avons vu précédemment que le logo de Fnatic possède également ces caractéristiques.



On remarque que l'esport et le sport possèdent des points communs dans les valeurs représentées. C'est-à-dire l'appartenance à un groupe, l'idée d'esprit d'équipe, et de passion. Selon Lenaïc Leroy, « L'esport possède les mêmes besoins que le sport, une multitude de savoir-faire pour des supports très différents. Il s'agit d'un grand mélange de codes traditionnels de la compétition, mais aussi de culture geek.* » L'esport et le sport possèdent des valeurs communes qui sont donc représentées de manière similaire dans le graphisme. L'esport possède cependant cet

aspect geek**

qui lui donne sa particularité graphique, c'est-à-dire des visuels inspirés de la pop culture, d'internet, du numérique et des jeux vidéo.

L'IMPORTANCE DU DESIGN GRAPHIQUE DANS L'ESPORT

Ces identités visuelles inspirées du sport montrent le parti pris des graphistes sportifs, mais cela a-t-il réellement un impact ? Pierre Soares aborde l'importance du design dans le sport, dans un article en ligne sur Digidop : « Le fait que le marketing prenne de plus en plus de place au sein du sport actuel. Cela s'explique notamment par les enjeux commerciaux, motivant les clubs à fédérer une vraie communauté autour de leur structure, en créant une vraie identité avec un design unique. C'est cette communauté, en partie, qui fait vivre la structure, il est donc important de leur proposer des designs attrayants, afin d'améliorer l'expérience pour que les spectateurs renforcent leur connexion avec le club.* » Cela est valable également pour l'esport, la communauté fait vivre la structure grâce à leur investissement dans le *merch*** et leur participation aux événements, car le divertissement est une part essentielle du domaine. Le graphisme est donc crucial pour satisfaire les fans et réussir.

De plus, l'esport lui-même est visuel. « L'esport[...] il s'agit d'un milieu qui utilise énormément d'images, que ce soit pour son aspect artistique issu du jeu vidéo, son besoin de communication issu du sport ou à cause de son support principal, internet. [...] Que ce soit pour la promotion d'une compétition, le storytelling autour d'un joueur ou l'annonce d'un nouveau patch de jeu,

tout passe par le visuel.* »

Indéniablement, le principal média de communication de l'esport est numérique, notamment sur les réseaux sociaux où les visuels sont primordiaux, ce qui place le graphisme au premier plan dans la présentation de l'esport.

* LEROY Lenaïc. L'esport, une identité visuelle à part.
In : *Esport insights* [en ligne], 16 février 2019.

MVP - FNC v VIT

20/36

MVP

ALFAJER
KDA - 52/37/13
FNATIC vs VITALITY
VCT 2024
BERLIN



Nous savons que l'esport souhaite se développer et augmenter sa visibilité. Il y a quelques années, en 2016, Emmanuel Martin du SELL* témoignait de la difficulté à développer le domaine du jeux vidéo et de l'esport. « On est un secteur qui touche à la fois à l'innovation technologique et à la créativité, avec des aspects artistiques, culturels ou des aspects plus technologiques. C'est toujours difficile de faire évoluer un secteur comme celui-ci et la législation. L'esport est un très bon exemple.** » Il précise que c'est tout de même un domaine innovant qui permet d'être créatif et de créer du contenu. Ces dernières années, nous avons pu voir que l'esport a tout de même réussi à se développer jusqu'à envisager qu'il devienne une discipline olympique. Il a su se développer en médiatisant les événements et les diverses personnalités. C'est-à-dire de créer une communauté et de communiquer les nouveautés notamment par le moyen de visuels sur les réseaux sociaux, comme nous l'avons vu précédemment.

En effet, selon Renard Mathieu :

« La médiatisation joue un rôle principal pour qu'un phénomène devienne "sociétal" et universel. [...] De fait, la pierre angulaire du développement de l'esport est la médiatisation populaire et généraliste de ses stars, lesquelles peuvent être des joueurs, des analystes, des commentateurs, des codeurs, etc. [...] C'est vrai pour le sport et l'esport.* » C'est pourquoi le graphisme est important dans le développement du domaine, car il est l'essence même de la présentation de l'esport comme divertissement, il permet de maintenir la communication avec les fans ainsi que leur engouement. L'esport représente

**le sport de la
génération digitale,**

l'esprit et l'enthousiasme autour d'une compétition mais sans les prouesses physiques généralement associées au sport.



Ainsi le design a permis à l'esport de se développer économiquement mais qu'en est-il de l'opinion publique ? Nous avons pu observer les similitudes entre le sport et l'esport notamment à travers le graphisme. Cependant, cela suffirait-il à l'esport afin d'être reconnu comme un sport ? Le graphisme peut-il réellement impacter la perception d'un domaine par la société ?

Min Kim aborde ce sujet dans une conférence TED, « Celui qui contrôle les médias, les images, contrôle la culture.* » Dans la première partie de sa conférence, Min Kim a étudié les différentes perceptions que quelqu'un peut avoir en regardant deux photos différentes d'une même personne. Il utilise l'exemple de Kendrick Lamar et LeBron James avec des photos de magazine. Il présente une photo de chacun où ils paraissent élégants et amicaux, puis une autre où ils paraissent plus agressifs et rebelles, cela malgré leurs connaissances vis-à-vis de la personnalité publique. Il conclut que

les images influencent

notre perception des choses et questionne sur l'impact des médias, surtout numériques, sur nos opinions. Si il est vrai que les images influencent les opinions, alors il est tout à fait possible que le graphisme puisse influencer la perception globale de l'esport et le rende plus attractif.

En conclusion,

le graphisme a la possibilité de contribuer à l'intégration de l'esport dans le monde sportif. En effet, l'esport est un domaine où l'image a une place importante et contribue au développement de son économie. Le graphisme peut également influencer la perception que l'on a de l'esport et il le fait déjà grâce ses choix graphiques inspirés du sport, pour les identités des structures les plus connues à l'heure actuelle. Cependant, l'esport pourra-t-il se détacher de ses inspirations graphiques sportives et être pleinement représenter par son aspect numérique et pop culture, ou font-elles justement partie de son côté sportif ?

ANNEXE

*Discussion
sur la relation
graphisme
et sport avec
Dhav Oza,
directeur de
création chez
Karmine Corp*

Quel est votre relation avec l'esport ?

Dhav

Je suis proche de l'esport, en plus du fait que je sois directeur de création pour KC.

Selon vous, où intervient le graphisme dans l'esport ?

Dhav

Si on parle uniquement de graphisme, ça intervient pour plein de choses différentes mais surtout au niveau de la communication sur les réseaux sociaux.

Pensez-vous que le graphisme est important pour l'esport ?

Dhav

Oui, bien sûr.

Trouvez-vous qu'il y a une influence d'autres sports sur l'identité visuelle des structures esports ?

Dhav

Oui, il y a une influence notamment de la NBA (*National Basketball Association*) et de la NFL (*National Football League*).

Pensez-vous que l'esport possède une spécificité qui le distinguerait des autres sports dans sa manière de communiquer ? Si oui, laquelle ?

Dhav

C'est une question compliquée, je pense que ça dépend des intentions de chaque structure dans leur manière de communiquer.

Pensez-vous qu'il faille s'inspirer des sports classiques pour créer du graphisme pour l'esport ? Si oui, pourquoi ?

Dhav

Oui et non. Aujourd'hui, l'esport est un peu en retard par rapport aux sports classiques (au niveau de la direction artistique) sauf quelques équipes qui peuvent se donner les moyens d'y arriver. Cependant, je pense que dans l'esport, on peut encore s'améliorer et dépasser l'influence des sports classiques.

BIBLIOGRAPHIE

Périodiques

- * ARRIVÉ Paul. L'esport, c'est du sport ? Réponse en 4 idées reçues. *L'équipe* [en ligne], 22 mai 2017 (consulté le 12 septembre 2024)
- * LEROY Lenaïc. L'esport, une identité visuelle à part. *Esport insights* [en ligne], 16 février 2019 (consulté le 12 septembre 2024).
- * MARTIN Emmanuel, MOISY Isabelle. Industrie et Création. *étapes*, 2016, n°231, p.178-179.
- * PARBAUD Corentin. Les Jeux Olympiques de l'esport approuvés par le CIO à l'unanimité. *L'équipe* [en ligne], 23 juillet 2024 (consulté le 21 novembre 2024).

Thèses

- *HÉAS Stéphane, MORA Philippe.
Du joueur de jeux vidéo à l'e-sportif : vers un professionnalisme florissant de l'élite ?
Recherches sociologiques dans le cadre du sport et des activités physiques.
Université de Rennes 2, 2003, 146 p.
- *RENARD Mathieu. *L'esport représente le nouveau domaine d'investissement des médias et des annonceurs, est-il en passe de révolutionner les usages liés à la consommation de contenu audiovisuel ?*
Spécialité : Communication Médias.
Université Paris-Sorbonne, 2017, 148 p.

Parties d'un site

*GUITTEAUD Camille. L'influence du design sur les comportements. In : *Carré Rouge* [en ligne]. Carré Rouge, 13 août 2023 (consulté le 10 octobre 2024).

*SOARES Pierre. L'importance du design dans le monde du sport. In : *Digidop* [en ligne]. Digidop, 25 juillet 2023 (consulté le 10 octobre 24).

Vidéos

*KIM Min, TEDxLehighU, *Whoever controls the media, the images, controls the culture*. [conférence vidéo en ligne] TEDxTalks, 17 mai 2017, 14min08 (consulté le 07 novembre 2024).

Merci

Je tiens à remercier l'équipe pédagogique de m'avoir guidée et accompagnée dans la rédaction de cet article, notamment Olivier Koettlitz et Bastien Sion. Merci également à Dhav Oza d'avoir accepté de répondre à mes questions dans le cadre de mes recherches.